



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



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

---

*Diseño de estrategia de comunicación visual a través de medios interactivos como páginas o sitio web que permitan la promoción de los proyectos y productos de ayuda social que realiza la organización Austin Guatemala Project.*

---

**Rodolfo Alejandro Mazariegos Vides**



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



FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

***Proyecto de Graduación:***

*Diseño de estrategia de comunicación visual a través de medios interactivos como páginas o sitio web que permitan la promoción de los proyectos y productos de ayuda social que realiza la organización Austin Guatemala Project.*

***Proyecto desarrollado por: Rodolfo Alejandro Mazariegos Vides  
para optar al título de: Licenciado en Diseño Gráfico***

***“Guatemala, Octubre 2019”***

“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”

# NÓMINA DE AUTORIDADES

## ***Junta Directiva***

### **Decano**

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

### **Vocal I**

Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea

### **Vocal II**

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

### **Vocal III**

MSc. Arq. Alice Michele Gómez Garcia

### **Vocal IV**

Br. Andrés Cáceres Velazco

### **Vocal V**

Br. Andrea María Calderón Castillo

### **Secretario**

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

## ***Tribunal Examinador***

MSc. Arq. Byron Rabe Rendón Decano

Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos.

### **Asesor metodológico**

Lic. Carlos Franco R.

### **Asesor gráfico**

Lic. Axel Barrios

### **Tercer asesor**

Lic. Claudia Leal

# **AGRADECIMIENTOS & DEDICATORIA**

A Dios, por todas las bendiciones, por estar conmigo en cada momento y darme las fuerzas para seguir adelante y llegar hasta el final.

A mi madre, por todos sus esfuerzos por sacarme adelante, por luchar para darme todo lo que tengo y hacerme ser lo que soy, por apoyarme y comprenderme, por ser mi principal orgullo y mi razón para seguir, por todo lo que me dio y me da cada día.

A mis hermanos que con su amor me han enseñado a salir adelante. Gracias por su paciencia, por preocuparse por mí, gracias por compartir sus vidas pero sobre todo gracias por estar en otro momento tan importante en mi vida.

A mi familia, por motivarme de alguna u otra manera a no decaer, por el apoyo incondicional y por estar siempre presente.

A todas las personas que de una u otra manera contribuyeron en el logro de este objetivo trazado.

# ÍNDICE

	Presentación.	.1
	Introducción.	.3
	Objetivos.	.5
	<b>Capítulo 01</b>	
	Planteamiento del Problema de investigación.	.7
1.	Antecedentes del problema.	.9
1.2.	Problema de comunicación visual.	.9
1.3.	Justificación del problema.	.10
1.4.	Perfil de la institución.	.13
1.5.	Objetivos.	.15
1.5.1	Asociación Austin Guatemala.	.15
1.5.2.	Metas.	.15
1.6.	Procedimientos.	.16
1.7.	Grupo objetivo.	.18
1.7.1.	Geográfico.	.18
1.7.3.	Pictográficas.	.18
1.7.4.	Actitudinales.	.18
	<b>Capítulo 02</b>	
	Marco Teórico y Conceptual.	.19
	INTRODUCCIÓN MARCO TEÓRICO.	.21
	DIMENSIÓN SOCIAL.	.23
2.	Concepto ONG.	.23
2.1.	Desarrollo.	.23
2.2.	Desarrollo Sostenible.	.23
2.3.	Pobreza.	.24
2.4.	Educación.	.25
2.5.	Definiciones.	.25
	DIMENSIÓN ESTÉTICA Y FUNCIONAL.	
2.6.	Diseño.	.26
2.7.	Diseño Gráfico.	.26
2.8.	Diseñador Gráfico.	.26
2.9.	Imagen corporativa	.26
2.10.	Logotipo.	.26
2.11.	Colores corporativos.	.26
2.12.	Tipografía complementaria.	.26
	DIMENSIÓN ESTÉTICA.	
2.13.	Definición de Internet.	.27
2.14.	Participantes en Word Wide Web.	.27
2.15.	Objetivo del sitio Web.	.27
2.16.	Sitio Web informativo.	.28
2.17.	Sitio Web dinámico.	.28

2.18.	Que se necesita para tener un Sitio Web?	.28
2.19.	Ciclo de creación de un sitio Web	.29

### **Capítulo 03**

	PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA	.31
	Proceso creativo y producción gráfica	.33
3.	Conceptos creativos	
3.1.	SPICE Y POEMS	.34
3.2.	6W	.44
3.3.	Concepto Creativo	.45
	PRIMERA ETAPA DE BOCETAJE	
3.4.	Primera etapa	.46
	OPCIONES DE LAYUOT	.47
	PROCESO DE BOCETAJE	.50
	NIVEL DE VISUALIZACION	
3.5.	Primer Nivel	.51
3.6.	Segundo Nivel	.51
3.7.	Tercera etapa de bocetaje	.52
3.8.	Tercer nivel de visualización	.52
	Propuesta gráfica final	.54

### **Capítulo 04**

4.	Focus Group	.59
4.1.	Proceso	.59
4.2.	Logros obtenidos	.60
	Guía utilizada	.62

### **Capítulo 05**

5.	Fundamentación Técnica	.65
5.1.	Color	.65
5.2.	Tipografía Institucional	.67
5.3.	Tipografía	.67
5.4.	Propuesta Final	.68
5.4.1.	Kinetic typographic	.75
	Propuesta Vídeos	.76

### **Capítulo 06**

6.1.	Propuesta Vídeos	.81
6.2.	Propuesta Manual de lineamientos gráficos	.81
	Conclusiones	.85
	Recomendaciones de proyecto	.87
	Lecciones aprendidas	.89
	Bibliografía	.91
	Glosario	.93
	Anexos	.95

# PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

**ASOCIACIÓN AUSTIN GUATEMALA**, tiene a su cargo diferentes proyectos y productos, además de tener la voluntad de querer ayudar a los pobladores de dicha localidad.

El apoyar a la organización desde el campo del diseño gráfico, en este caso multimedia, es importante para que ésta fortalezca su imagen y se presente de manera sólida en los medios adecuados, que le permitan sensibilizar y crear conciencia sobre la situación actual de los sectores marginados y puedan captar más participación por parte de la población que es lo que se busca, para que crezca el poder de acción de la organización y se logren resultados de mayor impacto social.

En la actualidad, el internet no sólo es el elemento dominante y más dinámico en el área de los nuevos medios de comunicación, sino también el elemento cuantitativo y cualitativamente más amplio en sus impactos sociales, políticos, culturales y económicos.

Todas estas ventajas de comunicación son de suma importancia para dar a conocer los proyectos y productos Asociación Austin Guatemala.

Esta asociación, por medio de un sitio web, tendrá una mayor cobertura y difusión en la promoción, desarrollo y realización de los diferentes proyectos y permitirá que cualquier persona en cualquier lugar tenga no solo el acceso a la información, sino el contacto directo para ayudar e involucrarse en los proyectos sociales que la asociación realiza.

# INTRODUCCIÓN

En nuestro país existen múltiples organizaciones no lucrativas ONG, pero algunas de ellas no son muy conocidas por lo que no se sabe del trabajo que realizan a favor de la población, en los campos de desarrollo sostenible, educación y salud. Este es el caso de la organización Austin Guatemala Project que por carecer de material interactivo ha llegado a pocos ámbitos nacionales.

Las páginas Web son un elemento importante de información ya que su principal objetivo es satisfacer las necesidades orientadas al usuario. En ellas encontramos información, imágenes, vídeos, direcciones, hasta enlaces a otras páginas.

Conocemos la importancia del manejo de diseño dentro de la programación de páginas Web, sin este, el sitio Web no tendría el elemento creativo que necesita el usuario. La interactividad es otro factor importante pues logra que el navegante tenga un fácil manejo de dicho sitio. Cada página Web tiene su propio estilo, esto se logra con la integración del diseño gráfico en conjunto con

la programación, uno le da un toque personal al sitio y el otro logra que el sitio sea funcional.

Esta asociación, por medio de un sitio web, tendrá una mayor cobertura y difusión en la Promoción y producto que realizan, desarrollo y realización de los diferentes proyectos y permitirá que cualquier persona en cualquier lugar tenga acceso a la información, sino el contacto directo para ayudar e involucrarse en los proyectos sociales que la asociación realiza.

El propósito de este proyecto es de promocionar a personas individuales y entidades nacionales a atraer patrocinadores que aporten recursos a los planes programados de la institución.



# **OBJETIVOS**

## **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar una estrategia de comunicación visual a través de medios interactivos como páginas o sitio web que permita la promoción de los proyectos y productos de ayuda social que realiza la organización Austin Guatemala Project.

## **OBJETIVO ESPECÍFICO**

- 1.- Desarrollar audiovisuales interactivos institucionales que contengan la información de la asociación.
- 2.- Diseñar manual de lineamientos gráficos institucional y papelería para la asociación.

CAPÍTULO

# 01

## ***PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA***





# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1. Antecedentes del problema

**Asociación Austin Guatemala** es una organización no lucrativa (ONG) nació en marzo del 2010 dedicada al desarrollo de comunidades para resolver los problemas reales a los que se enfrentan la población viviendo en pobreza dentro de los países en vías de desarrollo. Asociación Austin Guatemala ayudar a una comunidad de 5,000 habitantes llamada pueblo modelo localizado en Zacapa, en los problemas de Salud y Nutrición, Autosuficiencia, Educación, Empresa e Industria y Familia y Cultura.

A pesar de todos sus esfuerzos, Austin Guatemala Project se ha enfrentado a un problema: El desconocimientos de las actividades de desarrollo social. Por lo tanto para dar a conocer la organización y lograr que se entable una comunicación apropiada con su grupo objetivo, para poder resolver los problemas planteados. Objetivo general: Generar desarrollo social, ofreciendo una vida con un futuro próspero visible a tres años, a través de nuestros programas de

educación y auto sostenibilidad. Objetivo Específico: Atender todo lo relacionado en cuanto a las necesidades de las familias tales como alimento, vivienda, educación y trabajo; para que puedan tener una vida digna.

### 1.2. Problema de comunicación visual

La **Asociación Austin Guatemala** no cuenta con una estrategia de comunicación que le permita dar a conocer de manera más amplia y efectiva los proyectos de desarrollo social que realiza con las familias de escasos recursos económicos del departamento de Zacapa.

**Asociación Austin Guatemala** desde sus inicios gracias al apoyo de las congregaciones internacionales ha podido llevar a cabo las actividades para el desarrollo de la comunidad llamado Pueblo Modelo, a lo largo del desarrollo de la comunidad han logrado parte de los objetivos de la institución.

Para poder alcanzar el objetivo en el tiempo estipulado por la organización es necesario el conocer las actividades y productos que realiza, siendo así unos de los problemas que afecta a la institución que es el desconocimiento de la institución y las actividades que realizan. Afectando a cumplir los objetivos en el tiempo determinado de la institución.

Para lograr las actividades, es necesaria la promoción de la Asociación, dar a conocer los programas, los beneficios y servicios que brindan con el fin de motivar a personas individuales, entidades y a la sociedad en general a ser parte de esta labor. Ante esta realidad y con el deseo de ofrecer mejoras a la calidad de vida de las familias más necesitadas del departamento de Zacapa a través de proyectos de desarrollo social y capacitación técnica para las familias, la institución tiene la necesidad de captar nuevos donantes, formar alianzas con otras organizaciones y solicitar ayuda a Organizaciones No Gubernamentales y a personas individuales. Se considera pertinente la creación de piezas

gráficas que permitan a la Asociación dar a conocer con mayor amplitud y de manera más efectiva sus necesidades, los proyectos de ayuda social que ofrece y abrir espacios de participación para nuevos donadores.

### **1.3. Justificación del problema**

La **Asociación Austin Guatemala** es una entidad no lucrativa que se encarga de brindar ayuda con proyectos de auto-sostenibilidad, como muchas asociaciones no es muy conocida por lo que no se sabe de los proyectos que realiza a favor de la población.

Es necesario promover y difundir sus actividades y proyectos. Además. Lograr ayuda financiera y técnica, por lo que es de vital importancia crear material gráfico interactivo.

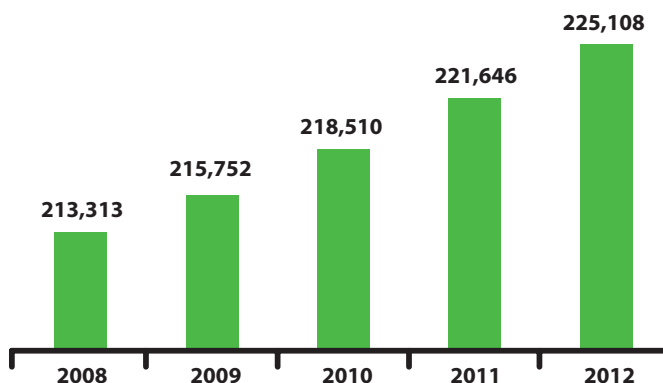
### 1.3.1 Magnitud

En el departamento de Zacapa varias generaciones se han visto afectadas por el poco interés que le han dado las autoridades regionales y locales al problema de desarrollo social y educación adicional a la pobreza extrema en la que viven los habitantes de dicho departamento.

En el departamento de Zacapa, De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística -INE-, en el 2012, las proyecciones de población, el número de habitantes del departamento fue de 225,108, representando el 1.5% de la población total, estimada para ese año en 15, 073,375.

La población creció 1.56% entre 2011 y 2012, porcentaje inferior a la tasa de crecimiento nacional, que fue de 2.32%. Del total de la población del departamento de Zacapa, Asociación Austin Guatemala informa que brinda ayuda social a 5,000 personas de escasos recursos económicos. (Instituto Nacional de Estadística, 2013)

Por esta situación es que Asociación Austin Guatemala Trabaja en brindar desarrollo auto sostenible a las familias de escasos recursos para que puedan cubrir sus necesidades básicas como: Trabajo, alimentación, educación, salud y vivienda. Con el objeto de que descubran sus potencialidades humanas a través de actividades que reconozcan como válidas y que permitan cambiar sus hábitos de esta manera se conviertan en personas útiles y productivas para su familia y reducir la tasa de pobreza extrema en Guatemala.



Fuente: INE, Proyecciones de población, con base en los Censos Nacional de población y VI de Habitación 2002.

### 1.3.2. *Trascendencia*

**Asociación Austin Guatemala** tiene pocas probabilidades de dar a conocer efectivamente el trabajo social que realiza en el departamento de Zacapa y de ampliar la cobertura de beneficios y servicios que brinda, porque los recursos con los que cuenta no son suficientes, mediante la realización de un sitio web y de materiales gráficos adicionales se promoverá la participación de otros voluntarios de la sociedad que puedan colaborar con sus obras sociales, se pretende crear un impacto en la sociedad, cuyas consecuencias sean el apoyo de donaciones a la **Asociación Austin Guatemala**, dar a conocer como la asociación quiere ayudar a que las familias de Pueblo Modelo para puedan desarrollarse en la sociedad y que puedan vivir dignamente y suplir sus necesidades básicas, por lo tanto es importante dar a conocer a través de diseño multimedia, página web y vídeos interactivos, con el fin de captar la atención de organizaciones y personas para que conozcan la labor que realiza haciendo referencia a el trabajo de desarrollo social y a la sostenibilidad del pueblo modelo del departamento de Zacapa.

El proyecto de la asociación tiene como tiempo mínimo de 5 años para poder llevar a cabo los proyectos que satisfagan las necesidades básicas de los habitantes del pueblo modelo, puede ser de mucha ayuda para la asociación que ya por medio del sitio web tendrá mayor captación del público y de empresas que deseen colaborar para contribuir al desarrollo de las familias. Con la ayuda del proyecto podrá obtener resultados positivos a partir del primer año del funcionamiento de sitio web, generando donadores, colaboradores y compradores de los productos que generan los pobladores de pueblo modelo.

### 1.3.3. *Vulnerabilidad*

**Asociación Austin Guatemala** es una organización bien establecida, con metas definidas y con proyectos establecidos para la problemática, pero carece de una estrategia de comunicación visual adecuada, que le permita mostrarse ante las entidades de los diferentes ámbitos tanto nacionales como internacionales que pudieran financiar su labor.

El problema planteado puede ser resuelto en gran parte con la intervención profesional del Diseño gráfico, ya que con su trabajo se aportara

los elementos gráficos y multimedia necesarios para dar a conocer y promover el trabajo de la **Asociación Austin Guatemala**. El material gráfico multimedia a diseñar, no sólo dará a conocer los proyectos, sino también mantendrá informados a los socios acerca de sus logros. A través de este medio se pretende mejorar la captación de nuevos donantes, individuales y/o corporativos. Asimismo, permitirá establecer contactos con Organizaciones No Gubernamentales con el fin de establecer alianzas cooperativas.

### 1.3.4. *Factibilidad*

**Asociación Austin Guatemala** cuenta con los recursos humanos y técnicos necesarios para la realización de toda la parte gráfica multimedia para el desarrollo del proyecto, brindándole apoyo de toda la información necesaria que cuenta la Asociación para llevar a cabo el materia gráfico multimedia, cuenta con el apoyo nacional e internacional de las congregaciones misioneras para el desarrollo de información ponen a disposición del diseñador sus instalaciones, material disponible y dejan abierta la invitación de participar activamente de su labor. Se requerirá de una buena planeación en conjunto para desarrollar de manera adecuada las diferentes fases del proceso de mejoras comunicacionales.

## 1.4. Perfil del cliente

### 1.4.1. Perfil del cliente y el servicio que presta a la sociedad.



Logo Anterior



Logo Nuevo

**Asociación Austin-Guatemala** es un movimiento entre 20 iglesias de Austin Texas, que encienden la pasión por las misiones a través de la transformación de un pueblo en el área rural de Zacapa.

El pueblo de Dios está cruzando las líneas denominaciones para administrar en viajes de avance de una semana de duración a la aldea de Pueblo Modelo y regresar a sus hogares con un nuevo entusiasmo y la urgencia de servir a Austin como sirvieron en Guatemala. El objetivo final Un pueblo auto-sostenible, un Pueblo Modelo que glorifica a Dios y un sistema unificado impactante la iglesia en Austin. La aldea a quien servimos y ayudamos se llama Pueblo Modelo.

Esta pequeña aldea de más

de 5,000 personas que fueron desplazadas de su lugar de origen a causa de deslizamientos de tierra. Al trasladarse a esta zona desalojada, se quedaron sin nada más que la ropa que llevaban a sus espaldas.

Modelo se encuentra a tan solo tres horas del noreste de la ciudad de Guatemala y está llena de Hermosa gente trabajadora que luchan por sobre vivir cada día. A través de los proyectos de construcción, la asociación con la escuela local, ayuda con el programa de alimentación y la construcción de relaciones con miembros del equipo de Austin-Guatemala se les da a las personas la oportunidad de atribuir dignidad a un pueblo desesperado por esperanza y sobre todo compartir del amor de Cristo. Uno de nuestros grandes propósitos es asociarnos con ellos en su viaje de auto-sostenibilidad material.

Creemos que nuestros esfuerzos colectivos en Austin y Guatemala pueden llevar una transformación total para todas estas personas que tanto lo necesitan. También creemos que el proceso de llevar esta



transformación cultivará nuevos conocimientos sobre cómo podemos elevar el nivel espiritual en nuestra propia ciudad.

## **1.4.2. Nuestra Historia**

Empezamos en marzo del 2010 cuando el Pastor Ryan de la Iglesia Bautista Bannockburn juntamente con su hija participó en un viaje misionero a Guatemala. A partir de ese momento Dios le dio la visión de asociarse con otras iglesias a través de diferentes líneas denominaciones y raciales para transformar una aldea en Guatemala y compartir con ellos la experiencia y juntos trabajar para transformar a la ciudad de Austin.

Nuestro primer viaje de visión fue en abril de 2010 donde llevamos 25 líderes de Iglesias de toda la ciudad. Durante esta visita Dios unió nuestros corazones y nos dio a todos el sueño de trabajar juntos para servirle. Pueblo Modelo fue elegido como nuestro pueblo en Guatemala y un plan inicial fue puesto en su lugar. El enfoque

de transformación se colocó en educación, salud / nutrición, capacitación para el trabajo, la vivienda y la familia / cultura.

Desde el viaje inicial hemos llevado a más de 300 residentes de la ciudad de Austin a viajes misioneros. Muchas relaciones se han formado entre Guatemala y Austin, Dios ha estado trabajando en los corazones de cada uno para unirnos y hacer su obra.

Ahora estamos ampliando nuestra base de colaboradores y estamos incluyendo a empresas de Austin y Guatemala.

## **1.4.3. Información Austin-Guatemala**

- Nombre del Proyecto. Asociación Proyecto Austin-Guatemala - APAG
- Municipio y departamento de la ayuda. Aldea Pueblo Modelo, Zacapa, Guatemala.
- Tiempo en el que se va a constituir la asociación. Tiempo Indefinido.
- Tiempo en el que durarán los

miembros de la Junta Directiva en sus cargos. (No puede ser plazo indefinido ni vitalicio para garantizar entre los asociados el principio de alternabilidad de los puestos). Cada tres años

#### **1.4.4. Visión**

Ser agentes de cambio para la comunidad Pueblo Modelo a fin de convertir a las familias en un ejemplo de desarrollo humano integral y un modelo de transformación, para que esta aldea pueda prosperar y en un futuro tener una vida digna ganada por sus propios méritos.

#### **1.4.5. Misión**

Proveer ayuda que transforme a las familias necesitadas por medio de educación, agua potable, vivienda y proyectos de desarrollo sostenible, para así, promover la dignidad humana y construir familias con vidas prósperas y llenas de esperanza; impactando sus vidas y las de sus generaciones.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Asociación Austin Guatemala**

1. Generar desarrollo infantil y social, ofreciendo una vida con un futuro próspero visible a tres años, a través de nuestros programas de educación y auto sostenibilidad.
  2. Trabajar bajo el lema “Hay una esperanza en el horizonte” para que las familias sepan que con esfuerzo y esperanza pueda salir adelante su comunidad.
  3. Atender todo lo relacionado en cuanto a las necesidades de las familias tales como alimento, vivienda, educación y trabajo; para que puedan tener una vida digna.
- ### **1.5.2. Metas**
- Llegar a ser una aldea modelo para el departamento de Zacapa y para nuestro país a través de modelos de auto-sostenibilidad.
  - Tener agua potable y pozos para la comunidad.

# 01

- Tener una escuela digna para los niños de Pueblo Modelo.
- Programas de patrocinio para 500 niños donde su requisito sea que estudien para que hayan más niños en proceso de formación académica.
- Construir un promedio de 15 viviendas al año para las familias que más lo necesiten. Enseñándoles que deben ser parte del proceso dando el agua para la construcción, un miembro de la familia que trabaje y el terreno nivelado.
- Las metas deben de alcanzarse en un plazo de no mayor de 5 años ya que el propósito es la transformación de aldeas.

## **1.6. Procedimientos**

### **1.6.1. Patrocinios para niños**

Ofrecemos un vínculo entre los niños necesitados y sus familias en Austin y sus alrededores que estén apasionados de satisfacer las necesidades de los niños. Con tan solo \$35 al mes una

familia aquí puede asegurar a un niño en Guatemala para que tenga acceso a sus necesidades básicas como comida, ropa, agua potable, atención médica y educación. También brindar la oportunidad al niño para que escuche el mensaje de que Dios lo ama y que tiene un propósito único para su vida.

### **1.6.2. Viajes misioneros**

Llevamos grupos de personas de Austin a Guatemala seis veces al año dispuestas a servir de corazón. No hay nada como ir a Pueblo Modelo y ver la necesidad personalmente y proporcionar esperanza a estas personas que tanto lo necesitan con sus propias manos. Nos encantaría que viniera con nosotros para hacer una diferencia en la vida de estas personas. Si por alguna razón usted no puede ir, lo invitamos a que por favor considere patrocinar a alguien más para ir en su lugar. Contáctenos para más información sobre los viajes en un futuro cercano.

### ***1.6.3. Iniciativa de Agua Potable***

Estamos luchando por llevar agua potable a nuestra aldea. Estamos orando para que el gobierno local en Guatemala pueda llevar agua limpia a Modelo, pero mientras tanto puede ayudarnos a proporcionar un sistema de filtración de agua potable para 5 familias por sólo \$35 una vez.

### ***1.6.4. Programa de Alimentación***

Proveemos alimentación a nuestros niños de modelo por semana cada martes y jueves. Este es un programa que está en curso y la necesidad es recurrente. El Costo es de \$100 por día para alimentar a 1,000 niños y así posiblemente salvar la vida de varios niños desnutridos y en condición de pobreza extrema.

### ***1.6.5. Proyectos de Construcción***

Proveemos refugio a las personas de la aldea que determinemos tienen la mayor necesidad. Por lo general construimos 4 viviendas al año, pero nos encantaría poder construir más. El costo para construir una casa es de \$6,500 que durará por varias generaciones en Guatemala.

### ***1.6.6. Educación y Capacitación***

Proveemos para que los niños puedan recibir una educación básica (la cual es un lujo en Modelo) y nos aseguramos que tengan todos los recursos que necesiten. También proporcionamos habilidades de comercio y educación más orientada a madres solteras que proporcionan para sus familias. (Austin Guatemala Project, 2014)

## 1.7. Grupo objetivo

### 1.7.1. Geográfico

Personas que vivan en la ciudad de Guatemala y sus alrededores. Habitan en casas de sector residencial, con al menos 4 habitaciones, las cuales pueden ser hechas de acuerdo a sus especificaciones.

### 1.7.2. Demográficas

- Edad: Comprendidos entre los 30 y los 60 años.
- Género: Hombres y mujeres.
- Ciclo de vida familiar y tamaño de familia: Casados con hijos mayores de 16 años. Núcleo familiar de tres a seis miembros.
- Ingresos: Promedio familiar de Q25, 000.00 en adelante, al mes.
- Ocupación: Gerentes de empresas privadas o públicas. Dueños y gerentes de sus propias empresas.
- Escolaridad: Nivel educacional superior a los estudios universitarios.
- Nacionalidad: Guatemaltecos y extranjeros que viven en Guatemala.

## 1.7.3. Psicográficas

- Clase Social: AB – Medio Alto.
- Estilo de vida: Solidarios, adaptados, integrados, trabajadores.
- Características de Personalidad: Cálido, amable, solidario, desprendido, flexible, justo, cortés, confiado, agradable, afectuoso, tierno, bondadoso, compasivo, considerado, organizado, responsable, trabajador, eficiente, planeador, capaz, esmerado, preciso, práctico, concienzudo, serio, confiable.

### 1.7.4. Actitudinales

- La educación de sus hijos es muy importante, así que invierten en los mejores colegios y universidades.
- Viajan al exterior por lo menos una vez al año y frecuentemente al interior del país a lugares de descanso.
- Llevan un nivel de vida bastante holgado y disponen de la mayoría de bienes de confort y demás aparatos eléctricos y servicios.
- Poseen 1 o 2 vehículos de modelos recientes.

CAPÍTULO

# 02

## ***MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL***





## **INTRODUCCIÓN MARCO TEÓRICO**

Este capítulo presenta inicialmente los elementos y conceptos acerca de la organización para quien se creará la estrategia de comunicación; seguidamente, los conceptos referidos al diseño y la comunicación, y posteriormente los conceptos de algunas ciencias que sustentan su creación y existencia. Todo ello a partir de la cultura visual del grupo a quien se dirige la estrategia, la promoción de la institución y la interacción de los individuos.





# **DIMENSIÓN SOCIAL**

## **2. Concepto ONG**

El concepto de Organizaciones No Gubernamentales, ONGs, encuentra diversas acepciones en el ámbito nacional e internacional, desde aquella propuesta hecha por la Organización de Naciones Unidas ONU, según la cual se trata de “organizaciones voluntarias de ciudadanos sin ánimo de lucro nacional o internacional”. Entidades de carácter privado, que están organizadas a nivel local, nacional o internacional y que están dedicadas a alcanzar un impacto en la vida de sus integrantes. Son creadas independientemente de los gobiernos locales, regionales y nacionales, así como también de organismos internacionales. Las ONGs realizan una variedad de servicios y funciones humanitarias, llevan los problemas de los ciudadanos a los Gobiernos, supervisan las políticas y alientan la participación de la comunidad. (Díaz, 2010)

## **2.1. Desarrollo**

Es un proceso global económico, social, cultural y político, que tiende al mejoramiento constante del bienestar de toda la población y de todos los individuos sobre la base de su participación activa, libre y significativa en el desarrollo y en la distribución justa de los beneficios que de él se derivan. (OACDH, 1986)

## **2.2. Desarrollo Sostenible**

“Desarrollo sostenible es un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano, que lo coloca como centro primordial del desarrollo, por medio del crecimiento económico con equidad social y la transformación de los métodos de transformación de los métodos de producción y los patrones de consumo y que se sustenta en el equilibrio ecológico y el soporte de vida de la región. Este proceso implica el respeto a la diversidad étnica y cultural regional, nacional y local, así como el fortalecimiento y la plena participación

ciudadana, en convivencia pacífica y en armonía con la naturaleza sin comprometer y garantizando la calidad de vida de las generaciones futuras”. (Sostenible, 1994)

### **2.3. Pobreza**

Una de las dimensiones de la pobreza es la desigualdad, y América Latina y el Caribe es la región más desigual de todo el planeta; el 40% de hogares con menores recursos, recibe en promedio un 15% del ingreso total, mientras el 10% más rico de los hogares concentra alrededor del 34% de los ingresos totales. (CEPAL, 2009)

El paradigma de desarrollo humano supera la visión más economicista de la pobreza y define la pobreza humana como la carencia del nivel mínimamente aceptable de capacidades que sufren las personas, para satisfacer sus necesidades humanas y fundamentales. (PNUD, 1997)

En términos socioeconómicos, la situación de pobreza suele determinarse a partir de la consideración de una serie de factores, principalmente

el nivel de ingresos, que definen la posibilidad de cubrir necesidades elementales como la alimentación, la vivienda, el acceso a bienes y servicios, a la educación y a la salud. Una persona con todos estos aspectos satisfechos se ubicaría por encima de la línea de bienestar, es decir, fuera de situación de pobreza. (PNUD, 2000)

#### **2.3.1. Pobreza Extrema**

La pobreza extrema, también denominada pobreza absoluta, es el nivel más grave de pobreza, pues implica la falta de recursos para satisfacer las condiciones mínimas necesarias para la subsistencia: ingesta alimentaria, techo, vestido y asistencia sanitaria. (PNUD, 2000)

#### **2.3.2. Pobreza Relativa**

Se habla de un estado de pobreza relativa cuando los ingresos de un individuo están por debajo del nivel de ingresos medios en una sociedad. Sin

embargo, los parámetros para medir la pobreza varían de un país a otro, por lo tanto, una persona que con ingresos mensuales de 100 dólares podría considerarse en situación de pobreza en Estados Unidos, por ese mismo monto, en Sudán, tendría acceso a cierto nivel de bienestar económico. La pobreza relativa, por lo tanto, solo es aplicable dentro de un determinado contexto socio histórico. (PNUD, 2000)

## 2.4. Educación

Observamos que en el lenguaje vulgar se habla de tener buena o mala educación, mucha o poca educación. Se dice que una persona es educada cuando posee ciertas cualidades o actúa de una manera reconocida como adecuada para la sociedad -urbanidad, cortesía, buenos modales-. También puede referirse esta educación a la posesión de determinado número de conocimientos. Igualmente se hace referencia a este término cuando se trata de poner de manifiesto lo que se ha ofrecido o facilitado a una persona por parte de otras. Por fin, podemos considerar

a alguien como educado cuando se aprecia que ya es maduro para valerse por sí mismo y poder decidir siendo responsable de sus actos.

## 2.5. Definiciones

Para perfilar las que podríamos considerar cualidades y características más sobresalientes referidas al concepto de educación, vamos a citar las que señalan diversos y reconocidos autores de distintos lugares geográficos y de distintas épocas de la historia:

“La educación consiste en dirigir los sentimientos de placer y dolor hacia el orden ético”.  
(Aristóteles)

“La educación tiene por fin el desarrollo en el hombre de toda la perfección que su naturaleza lleva consigo”.  
(Kant)

## **DIMENSIÓN ESTÉTICA Y FUNCIONAL**

### **2.6. Diseño**

Se define como el proceso previo de configuración mental, “pre-figuración”, en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Utilizado habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas creativas.

-Simular lo que queremos construir antes de construirlo, tantas veces como sea necesario para confiar en el resultado final.

### **2.7. Diseño Gráfico**

Es una actividad intelectual, técnica y creativa involucrada no solamente con la producción de imágenes sino con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación.

### **2.8. Diseñador Gráfico**

Es quien tiene la sensibilidad artística, habilidad y experiencia o práctica profesional para crear diseños o imágenes para la reproducción por cualquier medio de la comunicación visual.

El diseño gráfico formar parte de cualquier tipo de publicidad, y quizás la industria publicitaria es la que genera más puestos de trabajo de diseño gráfico. Para crear diseños eficientes es necesario saber cuándo y cómo aparecerá el anuncio. La selección de los medios es parte del proceso creativo: el tamaño y la forma de los anuncios es tan importante como el número de colores y el mensaje que se va a lanzar al mercado.

### **2.9. Imagen Corporativa**

Expresión utilizada para describir el diseño gráfico global de todo el material impreso de una empresa. La empresa la utiliza para comunicarse con su público a través de uso constante del mismo, en la actualidad, esto podría incluir el diseño web, tapices para las computadoras, iconos, etiquetas para disquetes, etc.

### **2.10. Logotipo**

Nombre de la empresa escrito de una forma única y original, utilizando tipografía elaborada especialmente para este uso, y que conforma, junto con el símbolo, la marca de la empresa.

### **2.11. Colores corporativos**

Los colores específicos para ser utilizados en todas las aplicaciones de comunicación de la empresa.

### **2.12. Tipografía complementaria**

El tipo o tipos de letras elegidos, que por su estilo complementan y acompañan al logotipo en una forma armoniosa. Se utiliza en textos o titulares en cualquier impresión realizada de la empresa

## **DIMENSIÓN ESTÉTICA**

### **2.13. Definición de Internet**

Es un medio mundial de intercambio de información y comunicación a través de una serie de computadoras interconectadas. Se inició como un proyecto del departamento de defensa estadounidense, pero ahora está en el alcance de cualquier persona con computadora y modem. Si bien su componente más conocido es World Wide Web (WWW), y es conocido como herramienta de comunicación y venta. (Publicidad y Promoción, 2005, pág.528)

### **2.14. Participantes en Word Wide Web**

World Wide Web, al igual que otros medios, tiene clientes (usuarios) y quienes intentan llegar a los clientes (anunciantes, patrocinadores, empresas). También a semejanza de otras medias, los mercados objetivos abarcan consumidores y el mercado de empresas a empresas. Este análisis comienza con los usuarios: el mercado objetivo. (Publicidad y Promoción, 2005, pág.529)

### **2.15. Objetivo del sitio Web**

Cuando las grandes empresas empezaron a hacer negocios en internet, crearon sitios web sobre todo con fines informativos, la función de los sitios web rápidamente, ahora son muchos más creativos y promueven imágenes de marca, sirve para fines de posicionamiento, permiten ofrecer promociones, brinda información de productos e incluso tiene a las ventas productos y servicios. La internet es en realidad un medio híbrido en parte se trata de un medio de comunicación, que permite a las compañías generar conciencia, proporcionar información e influir en actitudes, entre otros objetivos de comunicación. Sin embargo, para algunas también es un medio de respuesta directa, que posibilita a sus usuarios comprar y vender productos mediante el comercio electrónico. (Publicidad y Promoción, 2005, pág.532)

## 2.16. Sitio Web informativo

Brinda información al visitante; puede ser información de la empresa, de las actividades, servicios productos. Les permite a los clientes o posibles clientes conocerla y contactarse con la empresa.

Estos sitios Web generalmente están formados por paginas HTML. Una página HTML puede contener texto de una sección del sitio Web. De las secciones más comunes de un sitio Web se encuentran:

- **Servicios:** en esta página describe los servicios que ofrece como empresa o persona.
- **Acerca de nosotros:** una breve descripción de la empresa.
- **Contáctenos:** página de contacto en la cual el visitante escribe un texto y este le llega a su correo electrónico.
- **Productos que ofrece:** descripción de los productos que vende.

Cada una de estas secciones es un archivo HTML, el cual puede contener textos, imágenes, animaciones de flash, animaciones, links, applets de java o cualquier otro tipo de objeto.

## 2.17. Sitio Web dinámico

Es un sitio Web que se actualice muy frecuentemente, como un diario o periódico, sus nuevos contenidos son Publicados casi diariamente y generalmente son aplicaciones conectadas a una base de datos que permite automatización en la actualización.

## 2.18. Que se necesita para tener un Sitio Web?

Los sitios Web están formados por un grupo de archivos; para que estos puedan ser accesados por Internet tienen que estar en un servidor de Web, esto es más comúnmente llamado como hospedaje Web, en el cual se le alquila un espacio al cliente

en un servidor para que pueda tener su sitio.

Además de esto necesita, un dominio el cual apunte a su Sitio Web. Los dominios se compran por separado, comprar un dominio solo es comprar el derecho exclusivo de usar el nombre por ejemplo (www.miempresa.com), los dominios se compran generalmente por 1, 2 hasta 10 años si se desea, y tienen que ser renovados cada vez que se vencen. Con comprar un dominio no necesariamente compra el hospedaje, son dos compras completamente distintas.

### 2.19. Ciclo de creación de un sitio Web

La construcción de un sitio Web requiere de muchas ideas: antes, durante y después de salir al aire. Se necesita planear, diseñar, construir y mantener un sitio.

**Plantación:** se ha concluido que uno de los más grandes errores es empezar a construir una página Web sin detenerse a pensar por que se desea o necesita.

Se requiere análisis o se perderá tiempo, dinero y oportunidades. Contenido (transmitir a los demás).

Comunicación (enviar la información y distribuirla) Comercio (ventas), o una combinación de las tres. Concrete que se desea decir e imagine lo que la gente necesita conocer.

Un buen consejo para lo anterior es escribir el propósito de su sitio en 20 palabras o menos. Entre menos palabras, mejor es el resultado.

Se escribe todo lo que se desee incluir en la página; se necesita organizar la información hasta que el sitio sea coherente.

**Diseño:** una vez se conoce lo que se quiere decir, imaginar cómo decirlo de la manera más clara.

Un sitio Web no requiere ser “bonito” pero si practico y eficiente.

**Construcción:** encontrar una buena herramienta para la creación y aprender a utilizarla. El costo del espacio en un



# 02

servidor es tan barato que permite una constante expansión, y para hacerlo eficientemente es aconsejable la utilización de programas que hagan modificaciones a todo el sitio, y no tener que hacerlo en cada una de sus páginas.

Respecto a la navegación, se decidió utilizar una Estructura en Red, porque permite que las páginas que forman el sitio web se enlacen unas con otras según sus contenidos sin ser condicionadas a ningún tipo de jerarquía.

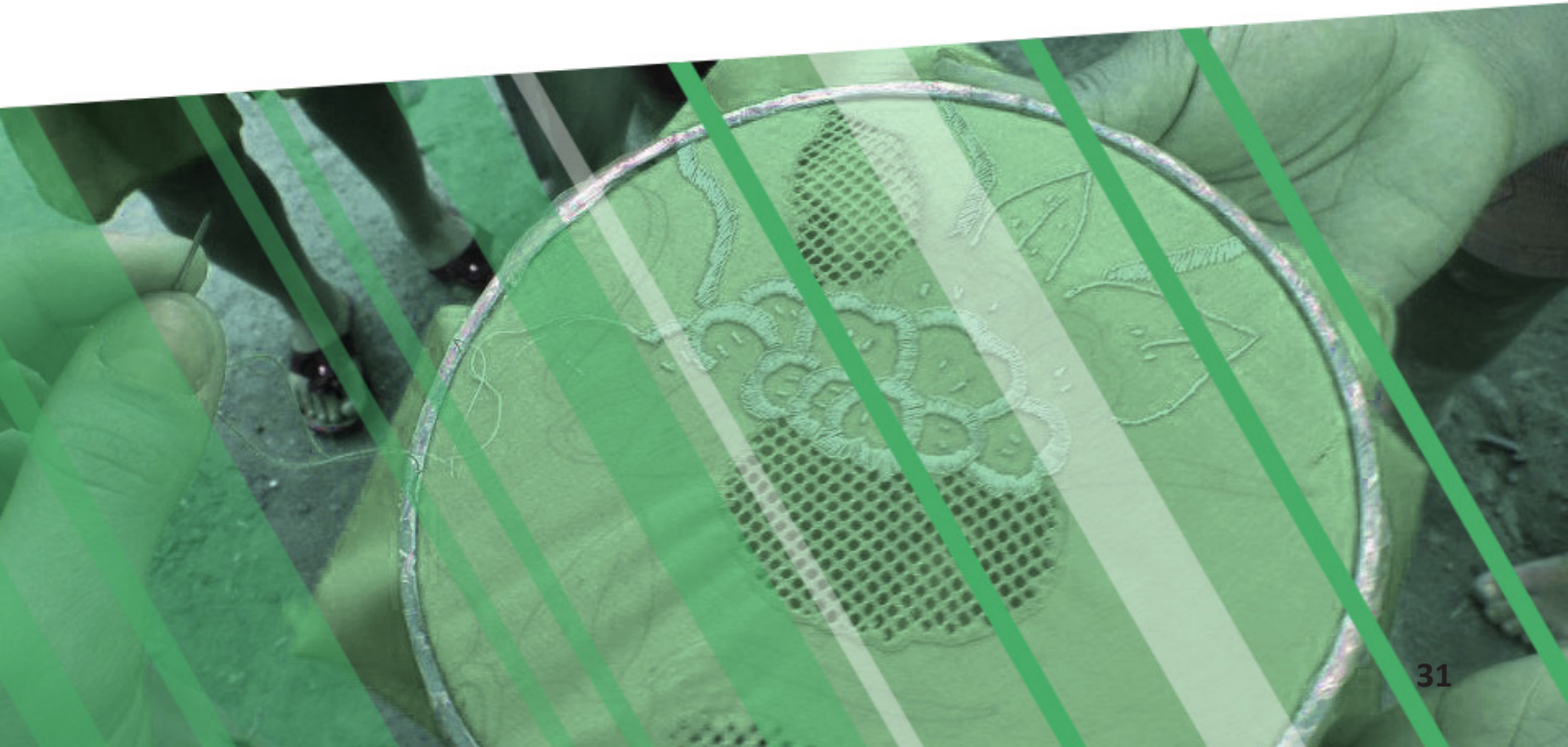
Se considera que la navegación y la exploración del sitio se harán a través de una botonera que servirá de menú. Esta botonera tendrá siempre visible las secciones principales, lo cual es una ventaja para la persona que navega en el sitio y le brinda la facilidad de ir directamente a cada sección desde cualquier punto en el que se encuentre.

David Gómez (18 de junio 2013) La principal misión de su página web. (Qué es y para qué sirve) Recuperado de: <http://bienpensado.com/que-es-conversion-y-para-que-sirve/>

CAPÍTULO

# 03

## ***PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA***





## **PROCESO CREATIVO Y PRODUCCIÓN GRÁFICA**

El capítulo describe y detalla las herramientas (Metodología) utilizadas para la recolección de datos y toda la información que sirve para la creación del insight, así como el concepto creativo que es la base de todo el proyecto.

En este caso, se utilizaron los métodos de POEMS que expone el entorno del cliente; y SPICE que nos muestra un punto de vista más personal e interno del mismo.

Para la identificación del Insight, se ha utilizado el método de las 6W, que nos muestra las ventajas o beneficios del proyecto, los puntos a favor y posibles soluciones a futuros contratiempos. Toda la información obtenida, fue mediante reuniones de trabajo con el cliente e información recopilada.

### **3. CONCEPTO CREATIVO**

#### ***SPICE***

Herramienta que permite identificar aspectos relevantes y significativos del grupo objetivo, a partir de los conocimientos de sus necesidades más profundas permitiendo emitir juicios de valor y establecer empatías con el mismo para luego definir el retrato del consumidor de forma gráfica y descriptiva.

#### ***POEMS***

Permite por medio de la investigación observacional dar sentido a los elementos presentes en un contexto. Sus siglas se refieren a los aspectos peoples, objects, environments, messages & media y servicios.

La aplicación de POEMS anima a los investigadores a examinar estos elementos de forma independiente, así como su sistema interrelacionado, permitiendo pensar estrategias de comunicación donde los mensajes lleguen a los usuarios dentro de su entorno diario.

### 3.1. SPICE Y POEMS

#### 3.1.2. Donadores

Personas que vivan en la ciudad de Guatemala que trabajen y tengan familia y que posean mentalidad altruismo que tengan la vocación de ayudar, comprendido en edad de 30 a 60 años y que sean gerentes o dueños de su empresas, que tengan nivel educativo a nivel universitarios.

#### 3.1.2. Compradores

Personas que vivan en la ciudad de Guatemala que trabajen y que estén dentro de un núcleo familiar, de personalidad calidad, amables, solidarios, desprendido y considerados, que posean estudios universitarios y que trabaje, comprendidos en edades 18 a 29 años, personas muy sociables y que le gusten participar en actividades de voluntariado y que tengan el don de ayudar al prójimo.



**SOCIAL**

¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones de las personas a su alrededor?

Son individuos padres de familia que tengan hijos mayores de 16 años, núcleo familiares de 3 a 6 integrantes, que tengan por núcleo familiar ingresos de no menor de Q. 25,000.00 mensuales y que sean líderes en la sociedad con pensamiento de desarrollo social que esperan un cambio entre la sociedad de ayuda y solidaridad.

**FÍSICO**

¿Qué es lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional?

Son individuos de mentalidad abierta que les guste hacer ejercicios y que cuidad de la salud de los miembros de su familia, se reúnan con sus compañeros o familia por algún motivo de celebración, eventual mente asisten al cine y salen a comer con su núcleo familiar.

**IDENTIDAD**

¿Cómo esta persona necesita definirse a sí mismo?

Son individuos que trabajan y que son gerentes y dueños de sus propias empresas, que con su salario mantiene a su núcleo familiar, de alto conocimiento de mentalidad de educación y que es la solución a los problemas de la sociedad.

**COMUNICACIÓN**

¿Qué información necesita esta persona?

Individuos que les interesa saber lo que pasa a nivel político social acerca de lo que sucede con las autoridades, ven noticias para mantenerse informado de noticias o eventos que afecten su vida cotidiana y para estar al tanto de lo que acontece en el país.

**EMOCIONAL**

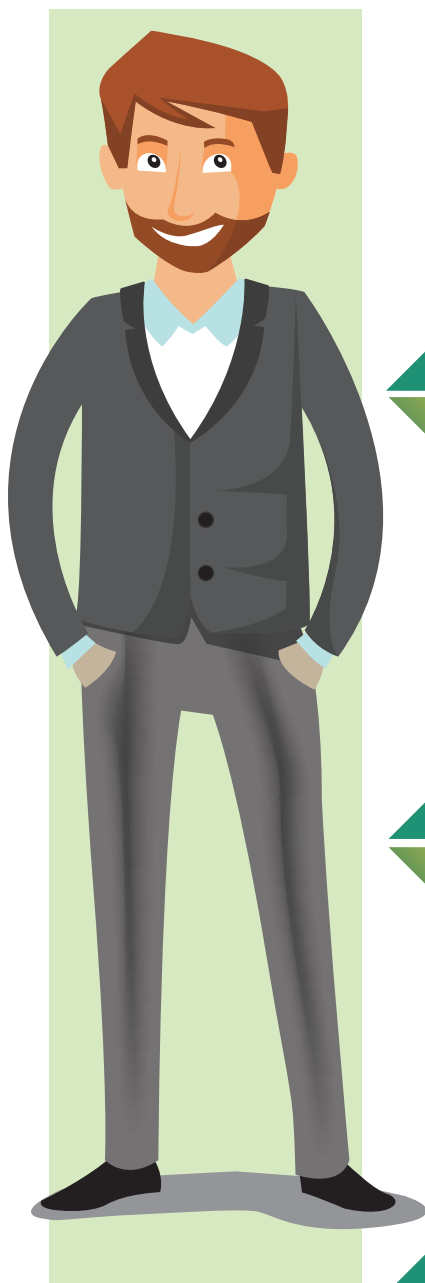
¿Qué es lo que esta persona necesita emocional y psicológica mente?

Son individuos que les gusta asistir a eventos sociales y quisiera estar seguro de que no tenga algún problema o peligro al asistir y que se sienten seguro de poder participar, que no haiga corrupción que afecte el bienestar de las personas en sus actividades diarias el cual se entera del estado y las tomas de secciones ya que asimila y razona que tanto le conviene a la comunidad como personalmente y ya que con información necesaria ya sabe que acción tomar o que decidir para su bienestar y el de la población.

## SPICE (Donadores)

**Lic. Carlos Seguro**

El licenciado Carlos Seguro, es un individuo que cree que con la educación asegura el futuro de las personas y su desarrollo, y cree que con apoyo de personas como él y entidades, el futuro de Guatemala puede cambiar a un pueblo solidario capaz de desarrollarse en un ambiente sano.





## POEMS (Donadores)

### PERSONAS

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Amigos, compañeros de trabajo y vecinos de residencia, familia.

### OBJETOS

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Material impreso, folletos informativos y de publicidad, banners, muppis, afiches y material Audiovisual y multimedia.

### AMBIENTES

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Se puede llevar a cabo en hospitales, casas/hogares, empresa, centros de salud y la web.

### MENSAJES Y MEDIOS

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

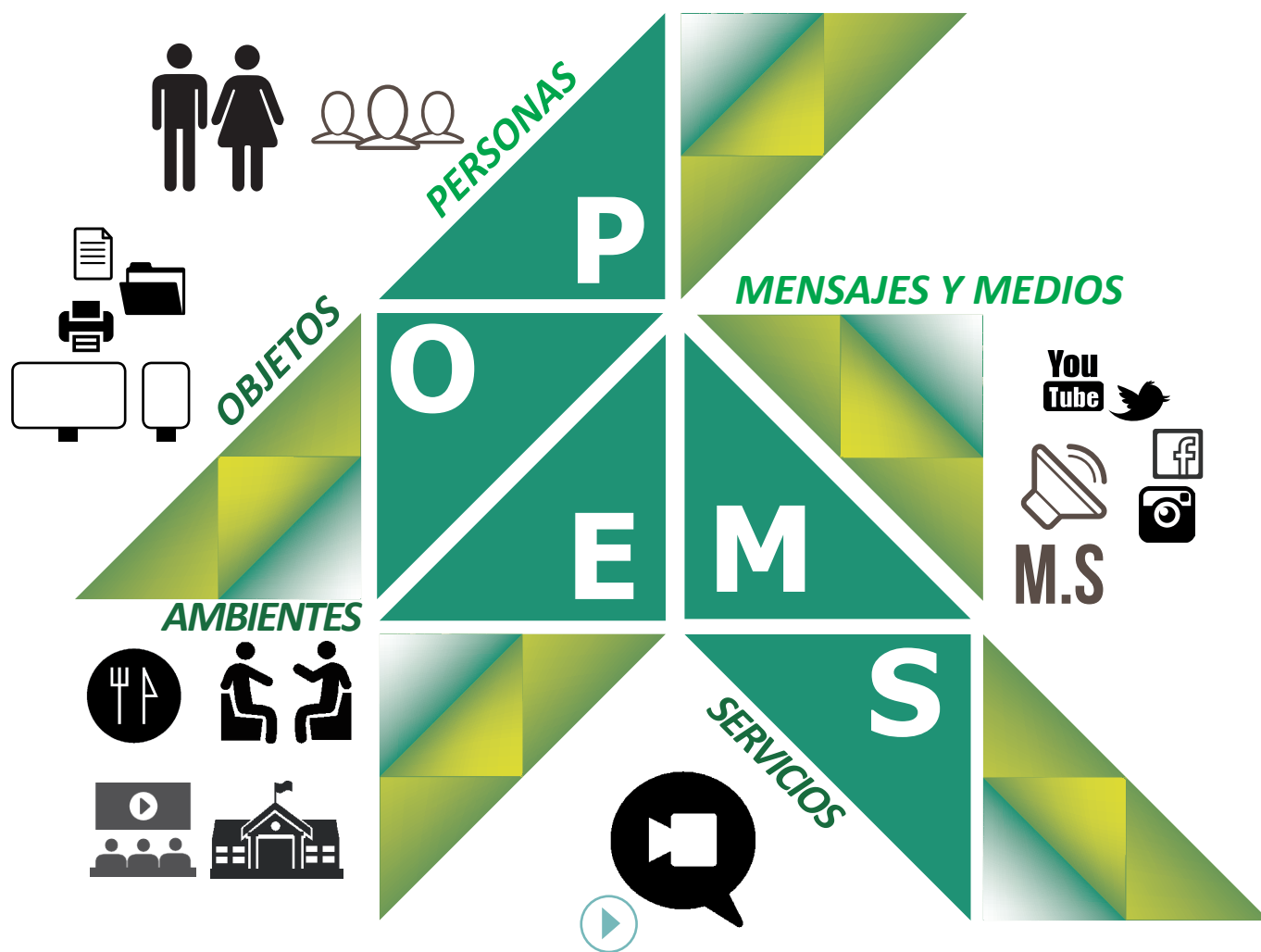
Mensajes de texto, redes sociales, Libros, web, chats, presentaciones, platicas y reuniones. Sobre todo las redes sociales ya que actualmente es el medio indispensable para todos nosotros, para enterarnos de noticias que por otro medio incluso es más lenta.

### SERVICIOS

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Informar al empresario con campañas informativas para mostrar interés acerca del problema, por medio de un Grupo creado en las redes sociales en la cual se dará información sobre el estatus de la donación realizada, se darán datos importantes que la mayoría no sabe o desconoce sobre problema y se aclararan dudas que los consultores realicen.

# POEMS (Donadores)



## SPICE (Compradores)

### SOCIAL

¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones de las personas a su alrededor?

Son individuos comprendidos entre las edades de 18 y 29 años de edad que estudia y trabajan, que vive en la ciudad de Guatemala en una vivienda de 2 niveles propia, su familia está conformado por 4 miembros que son mama, papa, hermano, de un nivel económico medio, poseen dos vehículo de modelo no muy reciente, tener apoyos del papa y colabora en los gastos de la casa.

### FÍSICO

¿Qué es lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional?

Son individuos que le gusta hacer deporte y van al gimnasio, le gusta vestirse a la moda, es extrovertido, se reúne eventualmente con sus compañeros por algún motivo de celebración, eventualmente asista al cine y sale a comer con sus compañeros, se está preparando con estudios para graduarse a nivel universitario y también estudia inglés ya que son requisitos de los mismos.

### IDENTIDAD

¿Cómo esta persona necesita definirse a sí mismo?

Individuos que trabaja medio tiempo y con eso se ayuda a mantener sus estudios y gastos personales ya que consta de un sueldo bajo y su aporte es la ayuda que ejerce en actividades para el bienestar de la humanidad en actividades que se realizan por medio de la universidad o actividades que con compañeros realizan para ayudador a otras personas.

### COMUNICACIÓN

¿Qué información necesita esta persona?

Le interesa lo que pase a nivel política socia acerca de lo que sucede con las autoridades, ve noticias para enterarse del estado y eventos que afectan su vida cotidiana y para estar al tanto de lo que acontece al país.

### EMOCIONAL

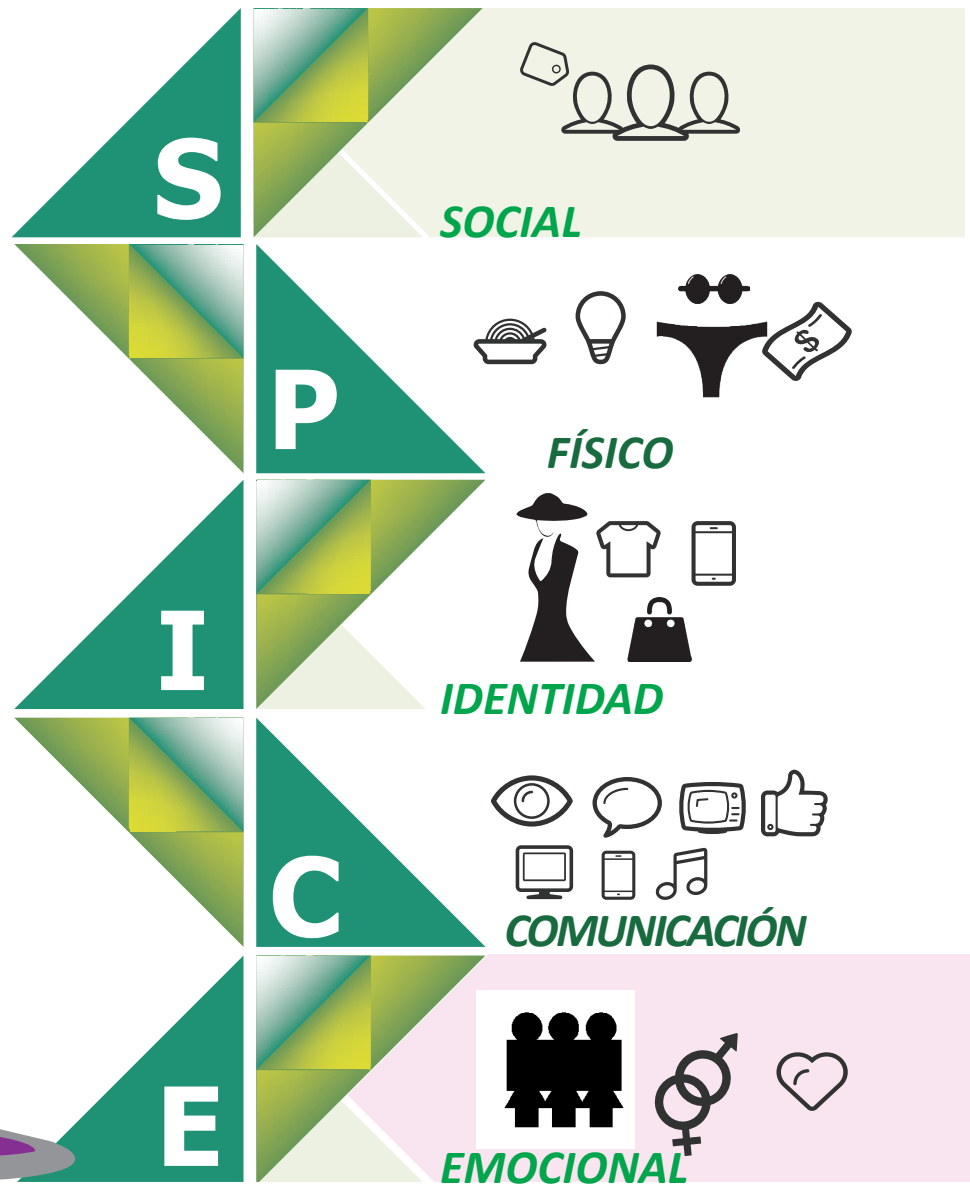
¿Qué es lo que esta persona necesita emocional y psicológica mente?

Les interesa en asistir a eventos sociales y quieren estar seguro de que no tenga algún problema o peligro al asistir y que se sienta seguro de poder participar, y que no haya corrupción que afecte el bienestar de las personas en sus actividades diarias el cual se entera del estado y las tomas de secciones ya que asimila y razona que tanto le conviene a la comunidad como personalmente y ya que con información necesaria ya sabe que acción tomar o que decidir para su bienestar y el de la población.

## SPICE (Compradores)

### Esperanza

Esperanza, es una joven universitaria muy social, que cree que hay persona que pueden hacer la diferencia en el país, esta consiente que la educación va hacer la diferencia para el desarrollo del país, se involucra en actividades de ayuda social que beneficie a el país, es una joven que le mueve el afán de ayudar sin recibir nada a cambio.



**PERSONAS**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Amigos, compañeros de trabajo, universidad y vecinos de residencia, familia.

**OBJETOS**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Material impreso, folletos informativos y de publicidad, banners, muppis, afiches y material Audiovisual y multimedia.

**AMBIENTES**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Se puede llevar a cabo en hospitales, casas/hogares, casas normales, centros de salud y la web.

**MENSAJES Y MEDIOS**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Mensajes de texto, redes sociales, Libros, web, chats, presentaciones, platicas, reuniones.

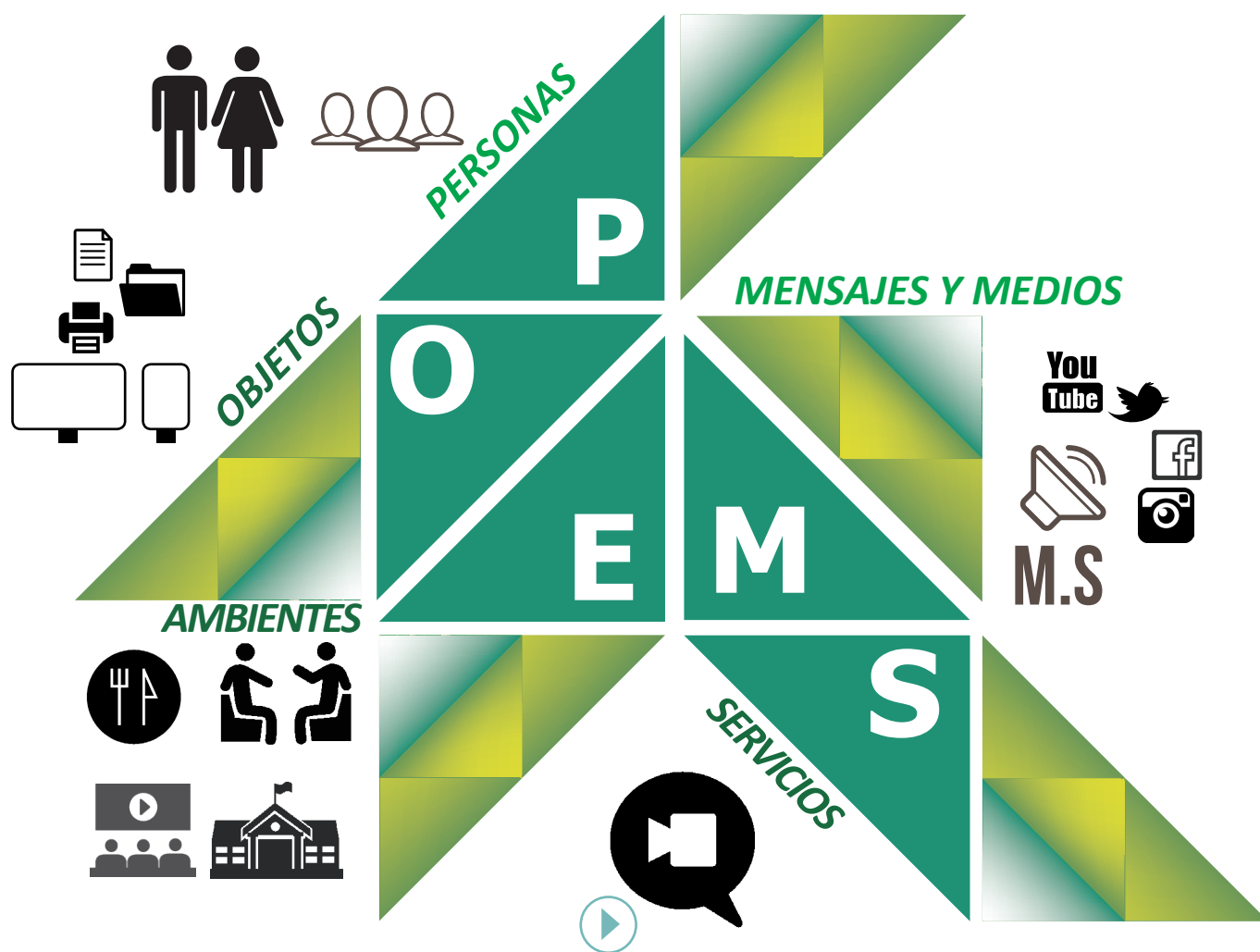
Sobre todo las redes sociales ya que actualmente son una forma casi indispensable para todos nosotros para enterarnos de noticias que por otro medio incluso es más lenta.

**SERVICIOS**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Como es una campaña informativa para que los adolescentes estén enterado acerca del problema, por medio de un Grupo creado en las redes sociales en la cual se dará información sobre el estatus de la compras y ayuda realizada, se darán datos importantes que la mayoría no sabe o desconoce sobre problema y se aclararan dudas que los consultores realicen.

# POEMS (Donadores)



## 3.2. 6W

Esta herramienta es un modelo de análisis del consumidor que se enfoca en seis aspectos claves del proceso de acercamiento de un cliente a un producto y que en este caso se adaptó para encontrar los factores que determinen la estrategia de comunicación con el grupo objetivo.

**¿What?**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Falta de conocimiento de las actividades de la organización y desconocimiento de la misma.

**¿Who?**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

En nuestra sociedad se manifestó por el desalojamiento de 5,000 personas por deslizamiento de tierra quedando estas personas sin nada, surge la organización para poder ayudar al desarrollo de esta comunidad para que sea una comunidad auto-sostenible.

**¿Where?**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

Se manifestó en el departamento de Zacapa, en una pequeña aldea de más de 5,000 personas que fueron desplazadas de su lugar de origen a causa de deslizamientos de tierra. Al trasladarse a esta zona desalojada, se quedaron sin nada más que la ropa que llevaban a sus espaldas.

**¿When?**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

La organización comenzó con su labor de ayuda social en el año 2010 y será realizada en el tiempo necesario para que la comunidad de ayuda pueda auto-sostenerse.

**¿Why?**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

La organización Austin Guatemala Project cuenta con un sitio web pero está dedicado al mercado americano, por consecuencia a nivel nacional no es conocida. Al no tener la información visual de la organización, no puede desarrollar las actividades de desarrollo social ya que es uno de sus objetivos principales.

**¿How?**

¿quién va a estar en contacto con la experiencia?

El proyecto principal es de general un sitio interactivo web y material multimedia promocional e informativo de la organización. Con este proyecto pretende alcanzar a personas o empresas que quieran realizar el cambio, donar y participar en las actividades que tiene como objetivo la organización.

### 3.3. Concepto Creativo

El concepto creativo final es producto de la identificación del insight y el racional, los cuales a su vez para ser determinados, se realizó el ejercicio de las 6'W y éste es producto de los métodos de SPICE y POEMS, como se describe en el siguiente diagrama.

La selección del concepto creativo final, tiene como base la unidad que el cliente quiere con los usuarios. Se les invita a integrarse a los proyectos, aprovechando la capacidad del grupo objetivo de ser activo en diferentes proyectos.

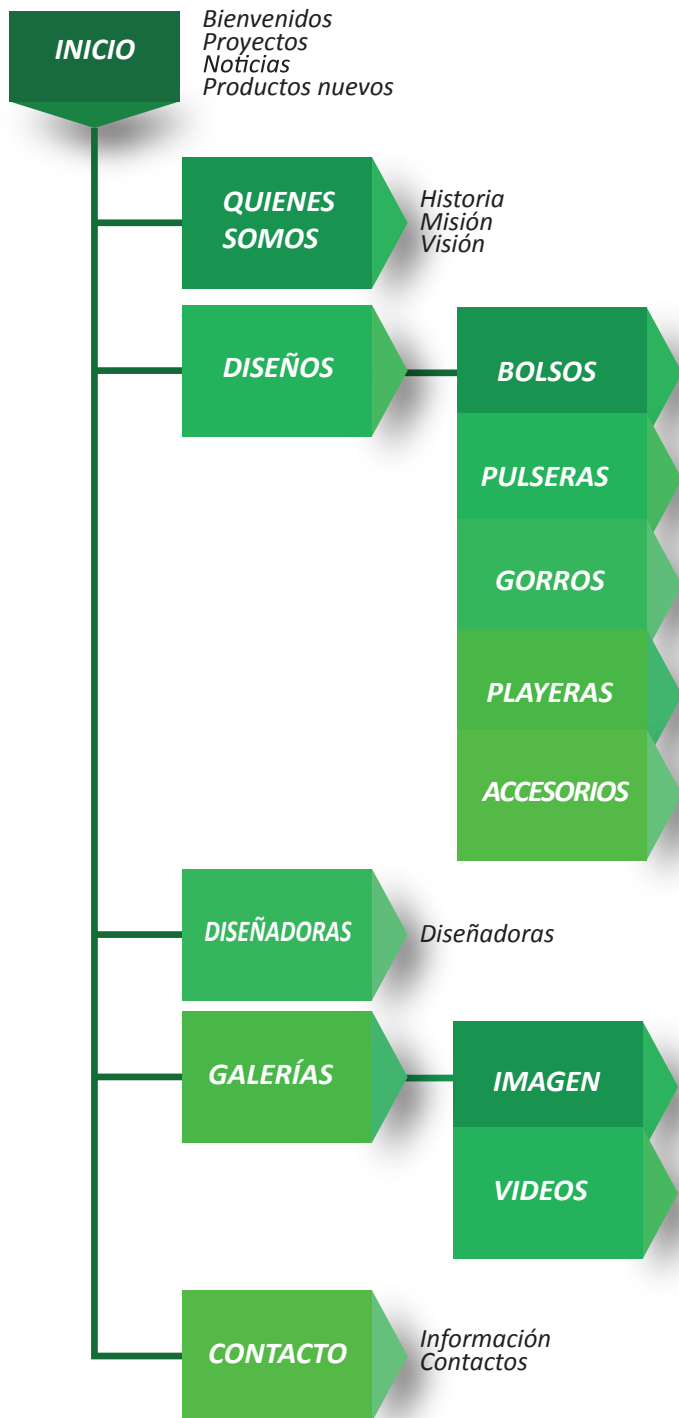


**Creamos Oportunidades**  
Concepto Creativo



## PRIMERA ETAPA DE BOCETAJE

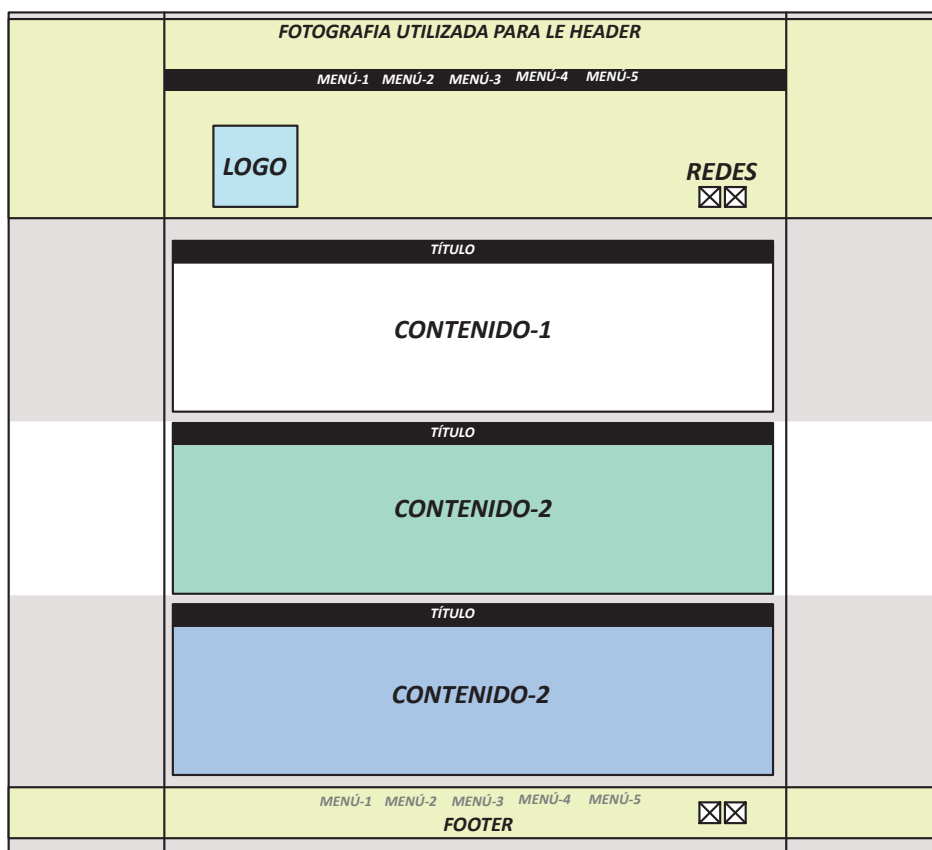
### 3.4. Primera etapa.



## OPCIONES DE DISEÑO

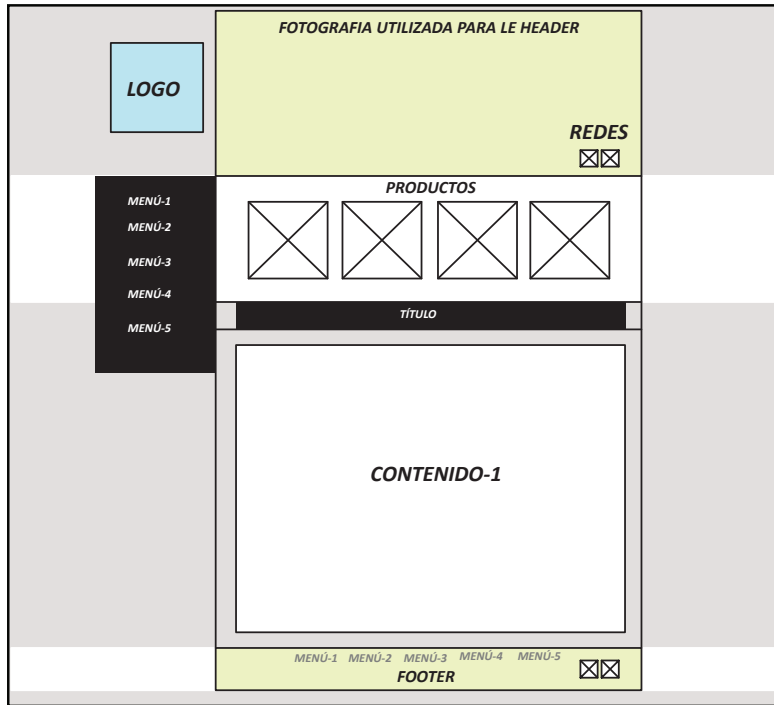
A continuación se presenta la primera etapa de bocetaje, que comprende las primeras muestras de diagramación que se utilizarán en el proyecto del sitio web para la Asociación.

Las imágenes representan las diferentes opciones de diagramación del cual dio como resultado el proceso de bocetaje del sitio web para la organización.



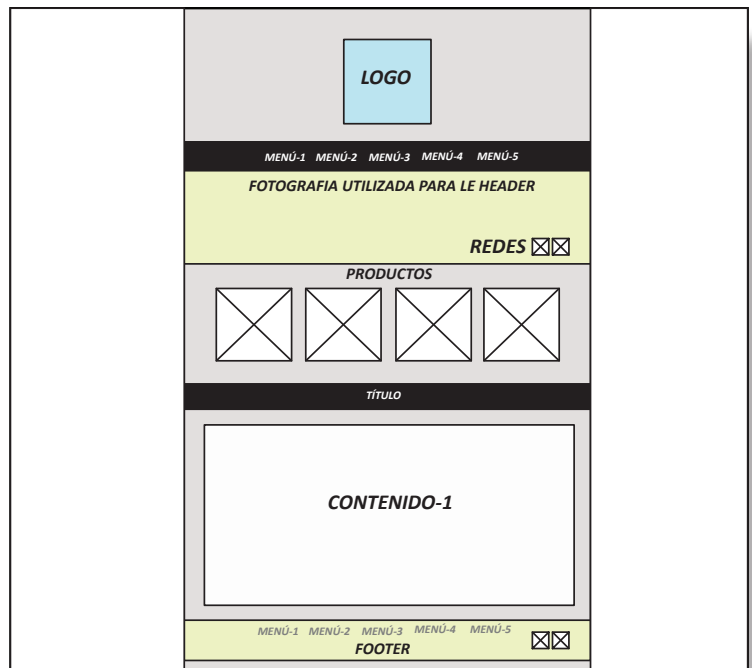
**Opción No. 1**  
**Procesos de bocetaje**

## OPCIONES DE DISEÑO

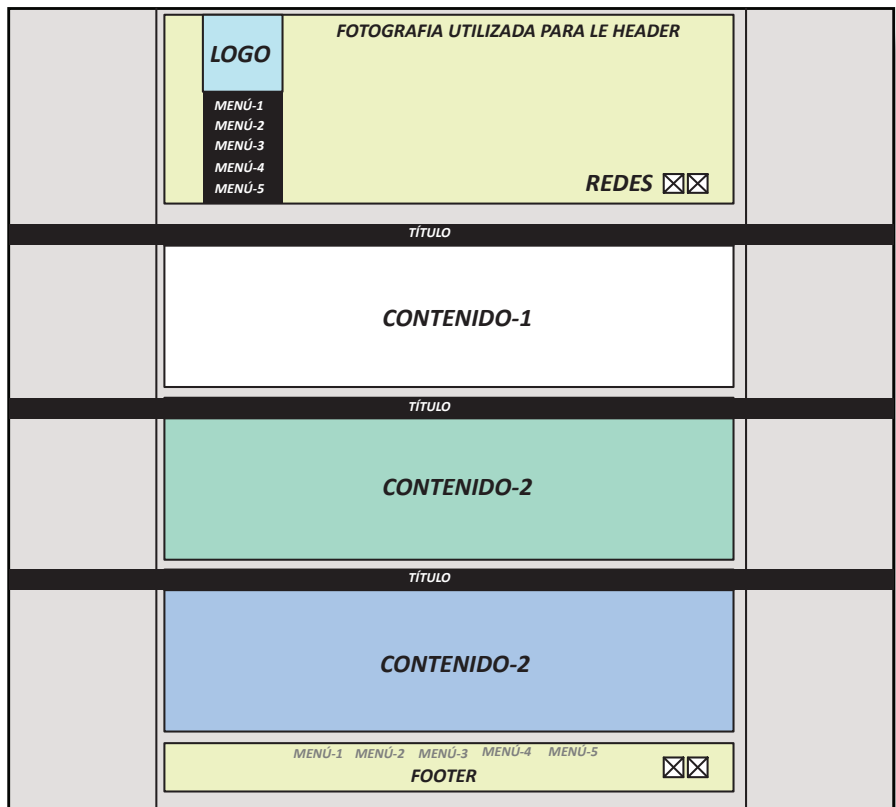


**Opción No. 3**  
**Procesos de bocetaje**

**Opción No. 2**  
**Procesos de bocetaje**



# OPCIONES DE DISEÑO



**Opción No. 4**  
**Procesos de bocetaje**

## PROCESO DE BOCETAJE



Opción No. 1



Opción No. 2

A continuación se muestran dos opciones de diagramación finales de la página del sitio web.

En esta segunda etapa del bocetaje ya se aplican opciones de tipografía, gama de colores, iconografías y retículas, así como la redacción de la información que se utilizara en el sitio web.

En esta etapa ya se decide en base a la asesoría de licenciado se decide por la opción 2 que gráficamente es la más adecuado para el proyecto.

## NIVEL DE VISUALIZACIÓN

### 3.5. Primer Nivel

Se presentó la propuesta final al asesor gráfico el Lic. Axel barrios quien después de un buen análisis superior y aconsejo para hacer unos cambios en la propuesta gráfica, uno de los consejos fue que la página tendría que ser más interactivo y dio una asesoría acompañada de una explicación del caso. Sugerido agregar más imágenes y dio la explicación de que debería ser el 50% de texto y de imágenes o iconos.

### 3.6. Segundo Nivel

En la segunda etapa se presentó al profesional Gráfico Otto Ponce. Licenciado en Diseño gráfico egresado de la escuela de diseño gráfico de la universidad de san Carlos de Guatemala se le presento la propuesta gráfica de la diagramación propuesta y una breve explicación del concepto de diseño, y una breve descripción de la asociación. Quien aportó una breve asesoría el cual se destacó la visibilidad y los contrastes que se hace para poder resaltar la tipografía para que sea legible fácilmente y aportó datos técnicos y

sugerencia para la maquetación del proyecto, también se le solicitó que evaluará la propuesta para la cual se le entregó una matriz de evolución de las técnicas propuestas.

### 3.7. Tercera etapa de bocetaje

En esta etapa, se aplicaron las sugerencias aportadas por los procesos de validación, gracias a los aportes y sugerencias de asesor gráfico de EPS y del profesional de diseño gráfico, se realizaron las mejoras en cuanto a que el sitio web será más interactivo, se resolvió al agregarle imágenes e iconos en el header del sitio web, esto genera darle una perspectiva a cada vista del sitio web ya que cada imagen representa la función de la vista seleccionada, se mejore la legibilidad de los titulares utilizando alto contraste para darle énfasis al título mostrado.

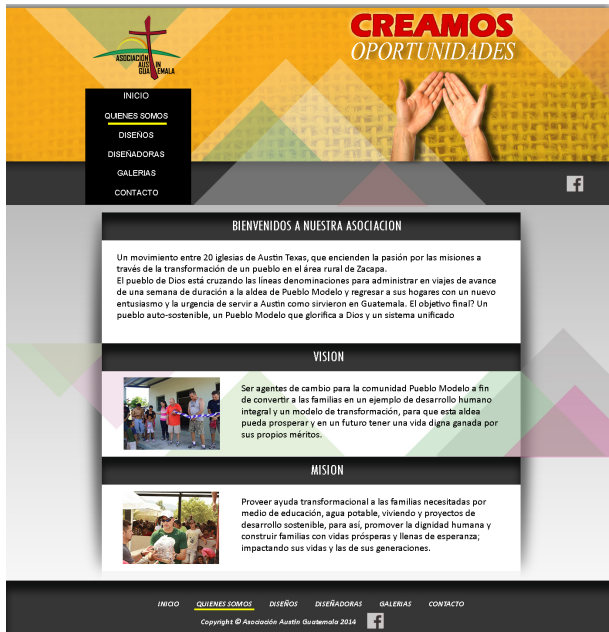
### 3.8. Tercer nivel de visualización

La propuesta fue presentada al cliente, quien además de expresar sus opiniones respecto al diseño y funcionalidad del sitio web, también evaluó el mismo, dando una respuesta satisfactoria y confirmando su apoyo al proyecto.

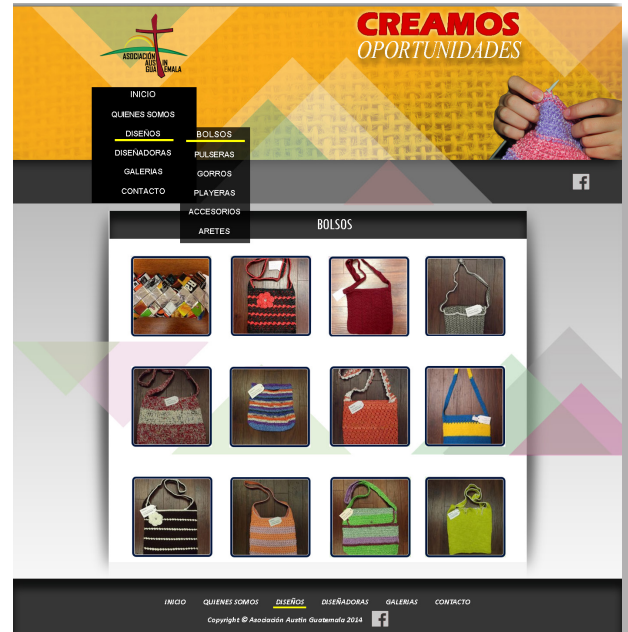
Inicio



## Quienes somos



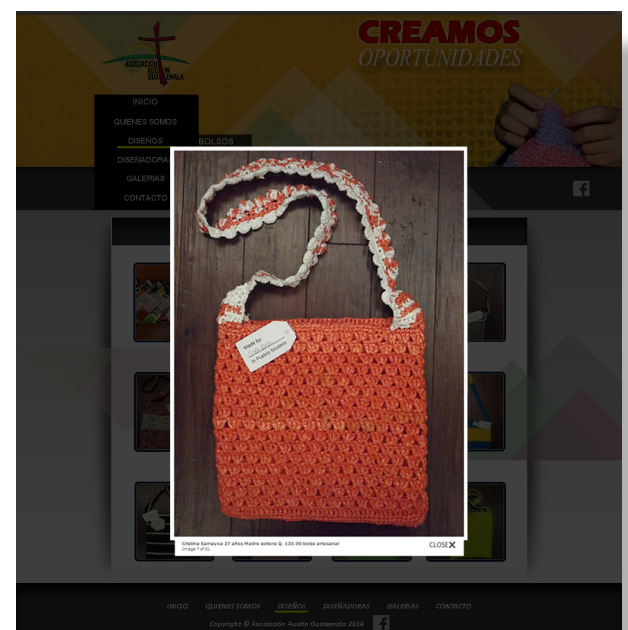
## Diseños



## Diseñadoras



## Diseños (Imagen ampliada)





## PRESUPUESTO DEL PROYECTO

### APORTE DE USAC AL CLIENTE (TRABAJO PROFESIONAL)

**A continuación se desglosan los siguientes costos del sitio Web.**

#### **Servicio de Hosting (Plan Básico) por 1 año, incluye**

- 50 cuentas de correo
- Transferencia ilimitada de datos
- Almacenamiento de datos de 150Gb
- Compra de dominio para el sitio web (qa.org.gt) por 2 años. Q 2,150.00

#### **Gastos adicionales**

- Protección de privacidad del dominio Q 150.00
- Protección del sitio web anti-spam y malware Q 150.00
- BackUp diario del sitio web en la nube Q 150.00
- SEO, visibilidad en los motores de búsqueda Q 150.00
- Impuesto al valor agregado Q 1,500.00

#### **Diseño de sitio web, (Autoadministrable) incluye**

- Retoque digital de fotografías (10 máx.)
- Redacción de información
- Creación de perfiles en redes sociales (2 máx.)
- Edición de imágenes a utilizar en perfiles de redes sociales (3 máx. por perfil)
- Diseño de iconografía
- Programación del sitio web en CMS Q 9,000.00

#### **Manual del usuario**

- Diseño y diagramación Q 2,500.00
- Impresión Q 500.00

#### **Programación de sitio web, incluye**

- Lenguajes CSS, HTML, PHP, JavaScript. Q 9,500.00

**TOTAL Q. 25,750.00**

***A continuación se desglosan los siguientes costos del Vídeo.***

***Vídeo Animación***

Diseño Vídeo Costo	
-Conceptualización	Q 6000.00
-Animación	Q 4000.00

***1 Minuto tiempo de duración***

-Grabación de Audio	Q 2000.00
-Estudio de grabación	Q 2000.00
-Edición de audio	Q 1500.00

***TOTAL Q. 15,500.00***

***A continuación se desglosan los siguientes costos de la Imagen Corporativa.***

***Manual de Lineamientos Gráficos con diseño de:***

- Logotipo en Vectores
- Dimensiones / Márgenes
- Colores Institucionales / complementarios / análogos
- Versiones logotipo sobre blanco
- Versiones logotipo sobre colores institucionales / análogos
- Tipografía.

***Aplicación en materiales impresos***

- Tarjeta de presentación.
- Hoja Membretada.
- Portada CD.
- Fondo presentación.
- Folleto publicitario a cuatro caras.
- Eslogan publicitario.

***TOTAL Q. 10,000.00***

El costo total del proyecto, es un aporte de la Escuela de Diseño Gráfico a través del Ejercicio Profesional Supervisado.

***COSTO TOTAL DEL PROYECTO Q. 51,250.00***



CAPÍTULO

# 04

## **COMPROBACIÓN Y EFICACIA**





# COMPROBACIÓN DE EFICACIA

## 4. Focus Group

Es una técnica cualitativa de estudio de las opiniones o actitudes de un público, utilizada en ciencias sociales y en estudios comerciales.

Consiste en la reunión de un grupo de personas, entre 6 y 12, con un moderador, investigador o analista; encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión.

### 4.1. Proceso

- Se inició el proceso agradeciendo a todos los asistentes por aceptar la invitación para lograr una eficacia al proyecto realizado, se realizado en base al grupo objetivo la invitación de los asistentes para obtener los resultados eficientes.
- La reunión se realizado en un ambiente optimo, buena iluminación y ventilación, en el lugar se adaptó una computadora y asientos para mostrar el desarrollo de dicho proyecto, se planifico para después de la actividad un refrigerio de agradecimiento por la participación de los asistentes invitados.
- Una vez estaba todos los asistentes presentes, se procedió a pasar un listado de asistencia para tener el control de los participantes.
- Se da una breve explicación de la organización y de las actividades que realiza, esto con el fin de entender las solicitudes de la asociación.
- Se presenta el proyecto a los asistentes (sitio web) explicando los elementos y las funcionalidades de sitio.
- Al presentar el proyecto se solicita la ayuda de un colaborador con la tabla de observación e inicia a tomar nota de los gestos verbales y no verbales que puedan presentar los asistentes, al mismo tiempo un segundo colaborador toma fotos para documentar dicha actividad.
- Cuando termino la presentación del proyecto, a continuación se inició la fase de las preguntas estimulo, se tomaron en cuenta todos los comentarios de los participantes y tomando en cuenta hacer las anotaciones de los gestos no verbales del resto de participantes.
- Finalmente se les agradeció a los participantes por su participación y se les invito a participar en un pequeño refrigerio de agradecimiento.

## 4.2. Logros Obtenidos.

- Al 95% de los participantes mostraron aceptación del proyecto y calificaron como atractiva las vistas del proyecto. El 85% consideran que el logro más importante es de dar a conocer a la asociación y los proyectos que realiza, mostraron satisfacción al objetivo del sitio.
  - El 90% de los asistentes manifestaron al ver el desarrollo del sitio, que se pueden interesar en los proyectos que realiza la organización, y en adquirir los productos que realiza en beneficio a las personas de la comunidad.
  - El 45% de los asistentes al ver el logo de la organización hicieron el comentario que debería haber algo que dé la explicación de la misma ya que el nombre de la asociación no tiene relación en las actividades que realiza.
  - Unos de las observaciones positivas es que les gustó el colorido de los productos que la asociación genera dándole una buena vista al sitio.
- En conclusión el sitio web les parece atractivo y muy funcional al usuario.

A los asistentes de focus group les llamo bastante la atención y les gusto fue la galería de productos ya que manifestaron que les llamo la atención lo colorido de los productos.

## Listado de participantes

- Melvin A. Linares - 35 años - Trabajador.
- Luis Felipe Tzunúm Caal - 37 años - Ingeniero.
- José Andy Roger Godínez Andino – 24 años - Estudiante.
- Mónica José Morales Román – 26 años -Trabajadora.
- Eva Zúñiga – 39 años - Diseñadora
- Sandra Castellanos – 20 años - Trabajadora.
- Wendy Jocol – 23 años - Contadora.
- Fernando Antonio Sicajau – 24 años - Estudiante.
- Lidia María Zepeda Ruiz – 28 años - Lic. En Marketing.
- Andrea Castillo – 28 años - Lic. Administradora

## Fotografías Focus Group



Fotografías tomadas por el asistente Lorenzo Quino.





**Proyecto:** “Diseñar una estrategia de comunicación visual a través de medios interactivos como páginas o sitio web que permitan la promoción de los proyectos y productos de ayuda social que realiza la organización Austin Guatemala Project.”



### TABLA DE ANOTACIONES DEL FOCUS GROUP

PREGUNTAS	RESPUESTAS	GESTOS
¿Qué mensaje le trasmite el sitio web?		
¿Qué le llamo más la atención de sitio web?		
¿Qué le parece el sitio web?		
¿Tiene en mente otro sitio que se parezca al proyecto?		
¿Qué cambio realizaría al sitio web y por qué?		
¿Qué vista del sitio le gusto más?		
¿Se pondría en contacto y pedirá a la organización más información respecto a las actividades que realiza?		

CAPÍTULO

# 05

## PROPUESTA GRÁFICA FINAL FUNDAMENTADA





# PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## 5. Fundamentación Técnica

### 5.1. Color

Los colores utilizados en el desarrollo del sitio web, fueron tomados de los colores institucionales de la organización, al principio del proyecto se basó en los colores instituciones, el logo que la organización utilizaba carecía de color y era demasiado agresivo, no cumplía con lo cometido de la organización.

Se le hizo una propuesta de mejoras del logo, los cuales se les presentaron a la organización para su aprobación, después de verlos discutirlos se tomó la decisión de utilizar un nuevo logo para la organización.

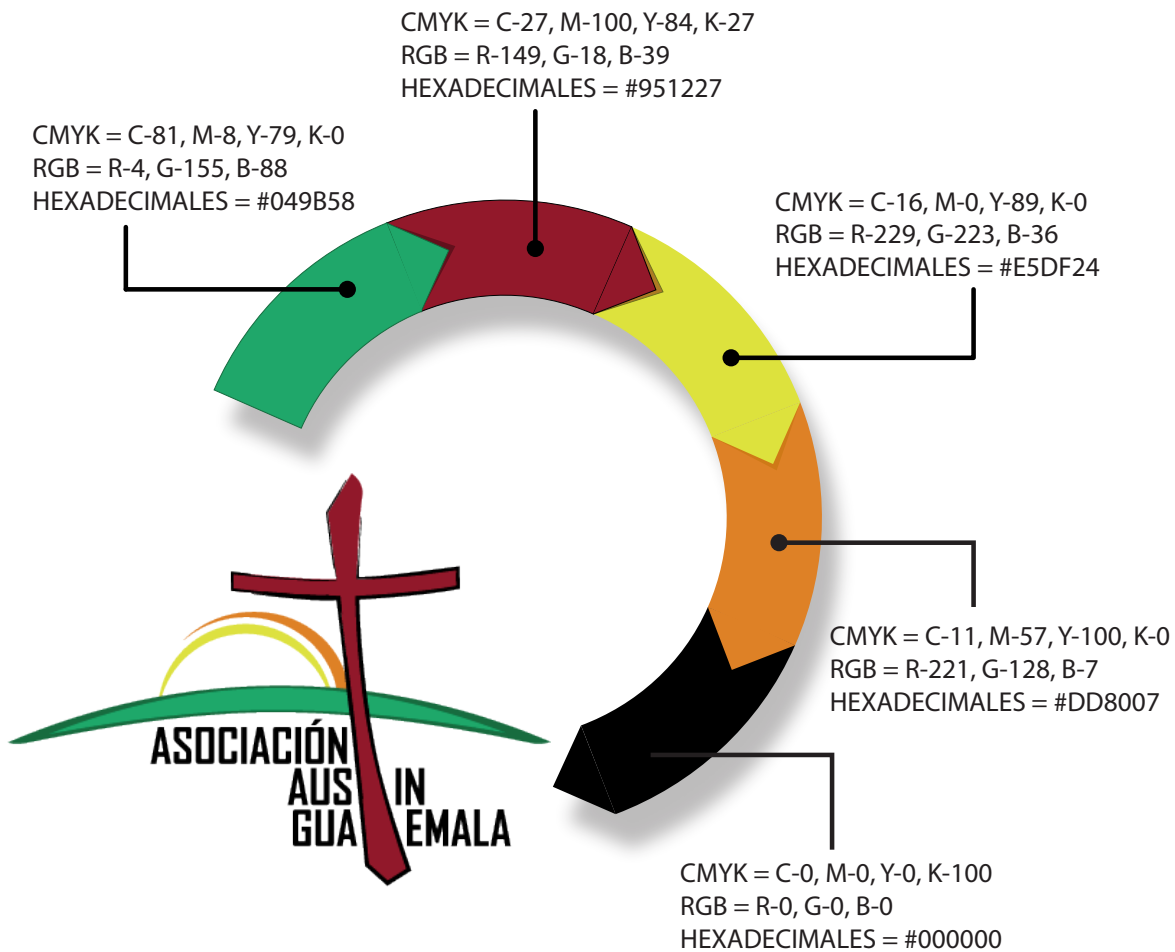
En esta nueva imagen se tomó como referencia el lema utilizado por la organización “Esperanza en el horizonte”, se crea un concepto en base a esta frase, se utiliza la cruz que es un símbolo universal, se utiliza el color rojo representativo de la sangre y cuerpo de cristo ya que es un color impactante y se quiere destacar la cruz como simbolo religioso.



Logo Anterior  
Asociación Austin Guatemala



## PROPUESTA GRÁFICA FINAL



### 5.1.2. Colores CMYK

El modelo CMYK (acrónimo de Cyan, Magenta, Yellow y Key) es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores.

### 5.1.3. Colores RGB

RGB (en inglés Red, Green, Blue, en español rojo, verde y azul) es la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios de la luz, es un modelo de color basado en la síntesis aditiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla por adición de los tres colores de luz primarios.

### 5.1.4. Colores hexadecimales

Son aquellos colores que aparecen en una página web. Se pueden basar sobre los sistemas de color RGB o HSL. En el código CSS (y antiguamente en HTML) son especificados como valores numéricos, aunque hay algunos colores que son nombrados por nombres propios ingleses.

# PROPUESTA GRÁFICA FINAL

## 5.2. Tipografía Institucional

Se ha seleccionado la fuente Agency FB (Bold) por sus óptimas características, como legibilidad y limpieza.

Se utilizará en todas las aplicaciones gráficas de la organización, tales como: papelería, anuncios de prensa, revistas, formas impresas de comunicación, etc.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789 *Agency FB (Bold)*

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789 *Calibri (Regular)*

## 5.3. Tipografía

Cuando exista un texto que no pertenece a una imagen dentro de la web sino está escrito directamente en la página de internet recomendamos utilizar un tipo de letra universal como los siguientes.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ  
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789 *Calibri*

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn  
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0123456789 *Arial*

## 5.4. Propuesta Final

## PROPUESTA INICIO



## PROPUESTA QUIENES SOMOS

### 5.4. Propuesta Final



**ASOCIACIÓN AUSTIN GUATEMALA**

**CREAMOS OPORTUNIDADES**

INICIO  
**QUIENES SOMOS**  
 DISEÑOS  
 DISEÑADORAS  
 GALERIAS  
 CONTACTO

BIENVENIDOS A NUESTRA ASOCIACION

Un movimiento entre 20 iglesias de Austin Texas, que encienden la pasión por las misiones a través de la transformación de un pueblo en el área rural de Zacapa. El pueblo de Dios está cruzando las líneas denominaciones para administrar en viajes de avance de una semana de duración a la aldea de Pueblo Modelo y regresar a sus hogares con un nuevo entusiasmo y la urgencia de servir a Austin como sirvieron en Guatemala. El objetivo final? Un pueblo auto-sostenible, un Pueblo Modelo que glorifica a Dios y un sistema unificado

VISION


 Ser agentes de cambio para la comunidad Pueblo Modelo a fin de convertir a las familias en un ejemplo de desarrollo humano integral y un modelo de transformación, para que esta aldea pueda prosperar y en un futuro tener una vida digna ganada por sus propios méritos.

MISION


 Proveer ayuda transformacional a las familias necesitadas por medio de educación, agua potable, vivienda y proyectos de desarrollo sostenible, para así, promover la dignidad humana y construir familias con vidas prósperas y llenas de esperanza; impactando sus vidas y las de sus generaciones.

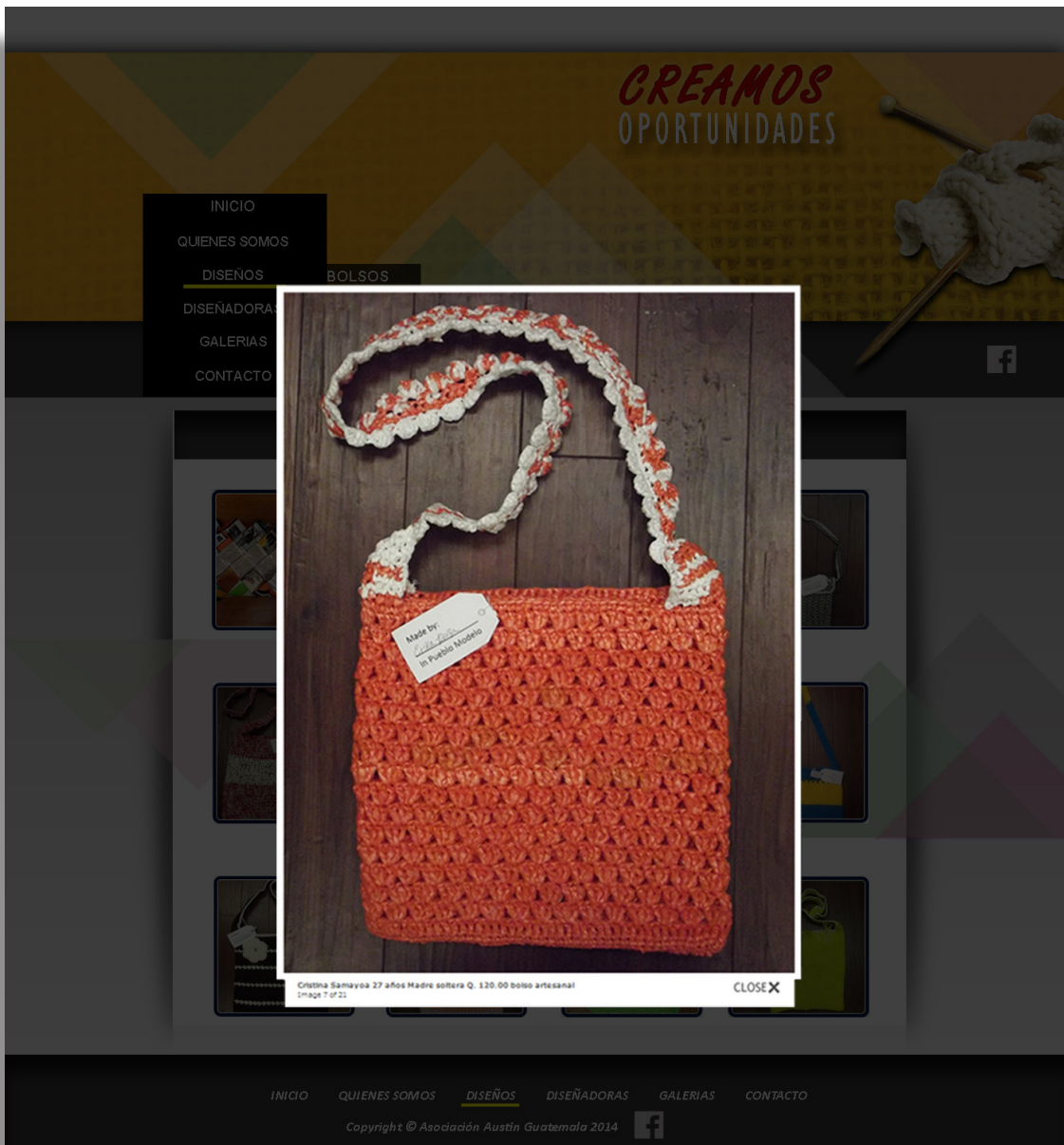
INICIO **QUIENES SOMOS** DISEÑOS DISEÑADORAS GALERIAS CONTACTO

Copyright © Asociación Austin Guatemala 2014



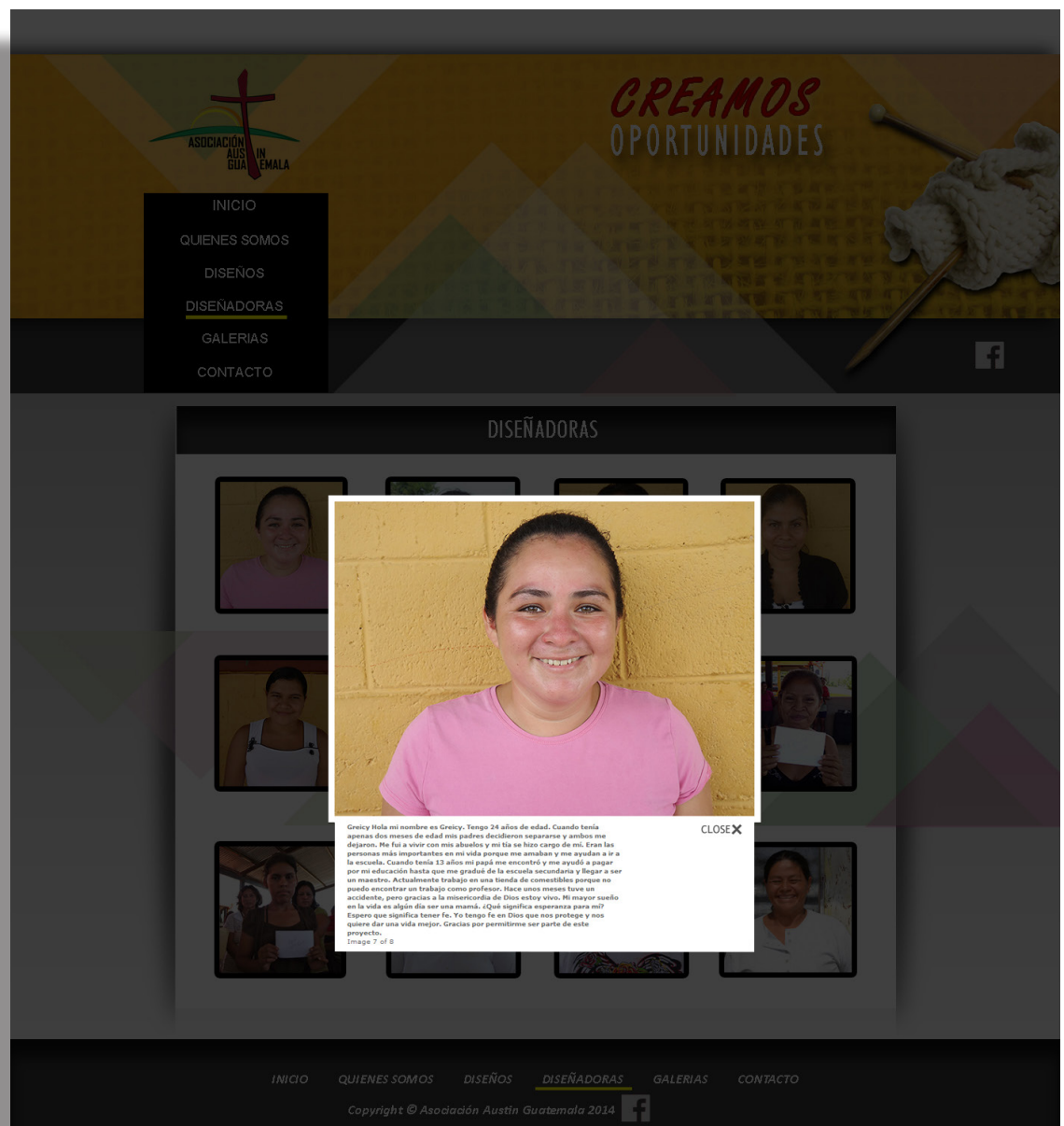
## 5.4. Propuesta Final

## PROPUESTA DISEÑOS



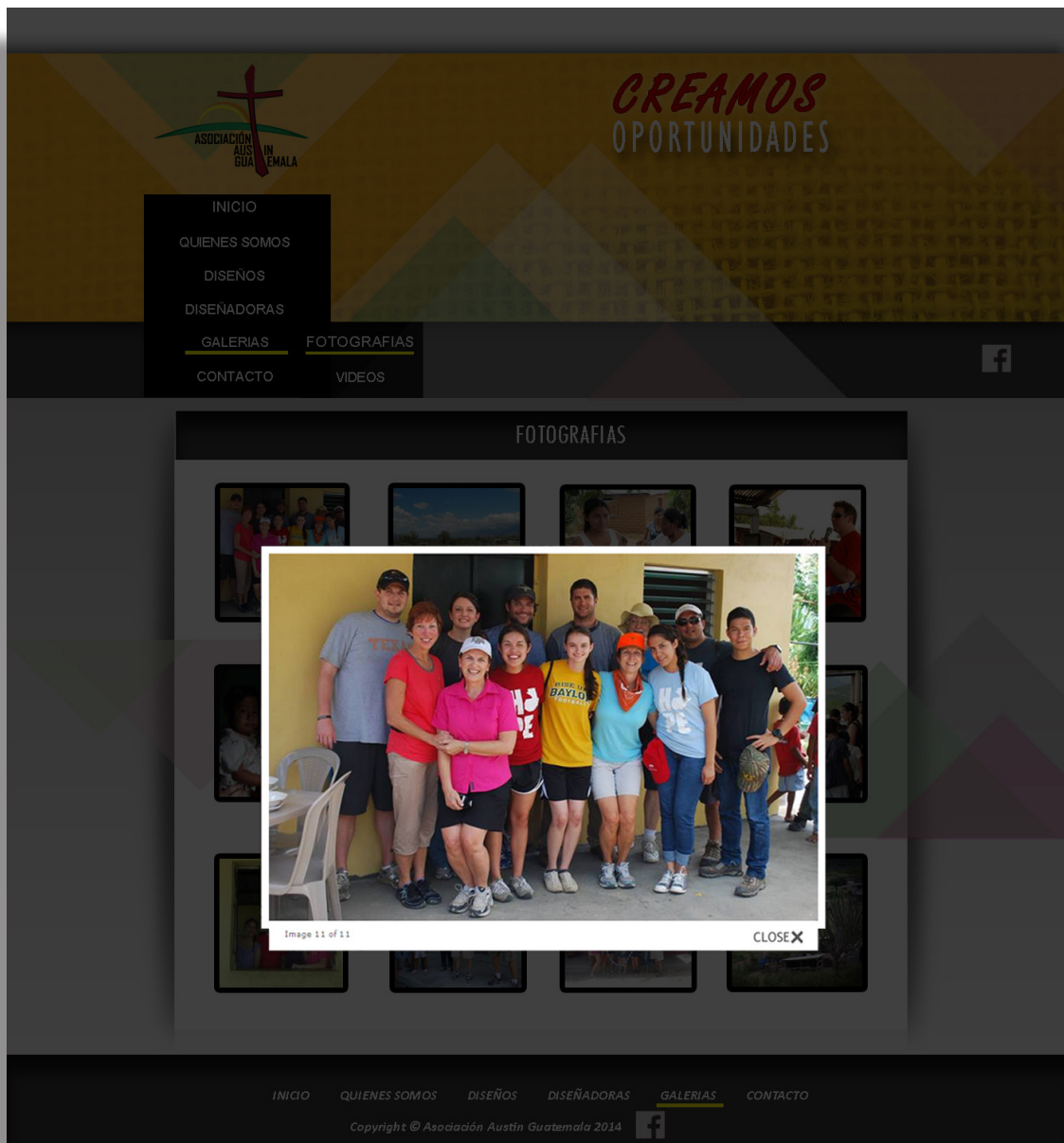
## PROPUESTA DISEÑADORAS

### 5.4. Propuesta Final



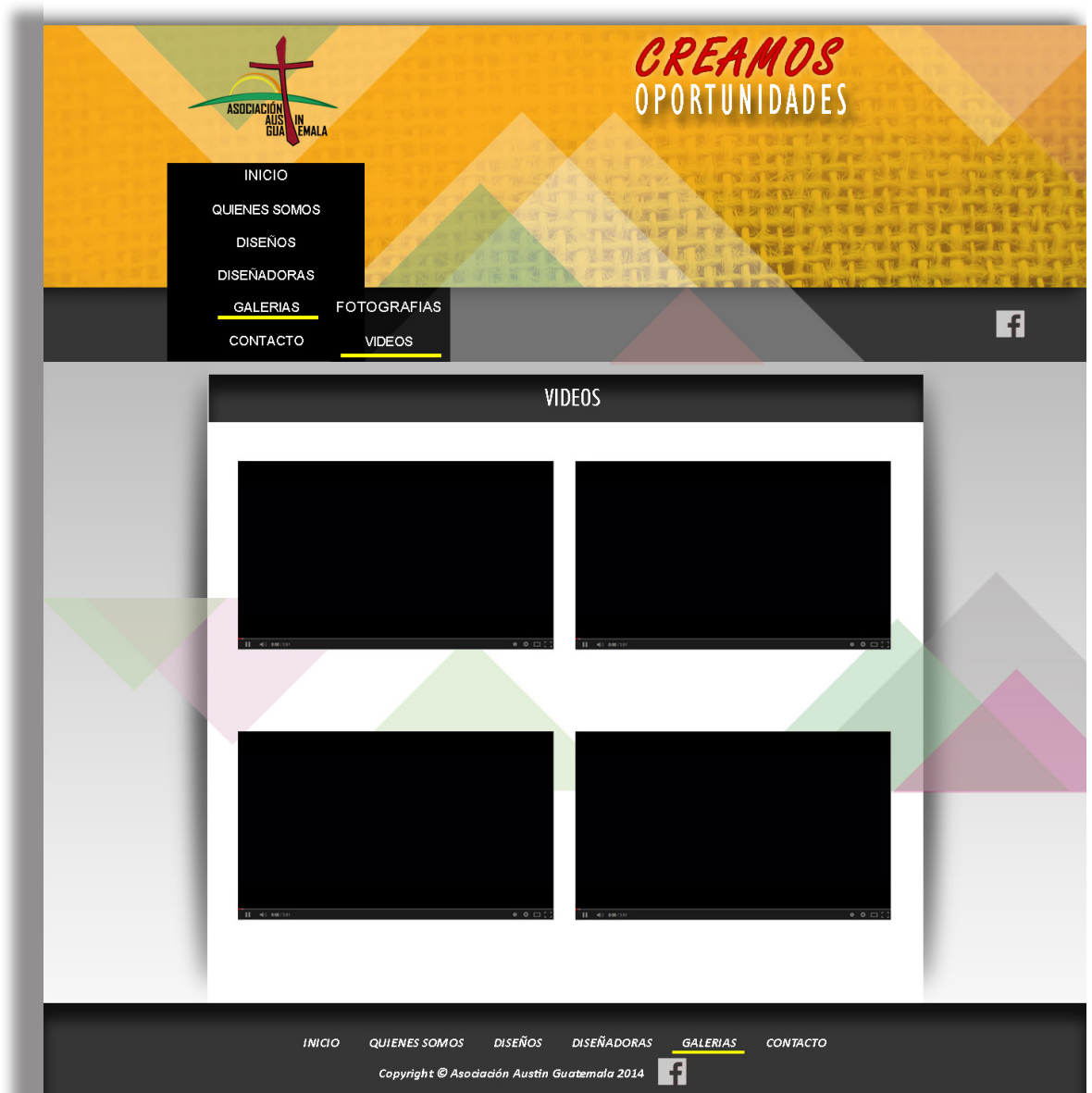
## 5.4. Propuesta Final

## PROPUESTA GALERÍAS



**PROPUESTA  
VÍDEOS**

**5.4. Propuesta Final**



## 5.4. Propuesta Final

## PROPUESTA CONTACTO

The screenshot shows a website with a header banner. On the left, there is a logo for 'ASOCIACIÓN AUSTIN GUATEMALA' featuring a stylized cross. To the right of the logo, the text 'CREAMOS OPORTUNIDADES' is written in a bold, red, sans-serif font. Below the banner is a navigation menu with the following items: INICIO, QUIENES SOMOS, DISEÑOS, DISEÑADORAS, GALERIAS, and CONTACTO (which is underlined). A Facebook icon is visible in the bottom right corner of the banner area.

The main content area is divided into two sections. The first section is titled 'INFORMACION CONTACTO' and contains the following text:
 

- Asociación Austin Guatemala**
- Dirección:** 6ta. Avenida y 4ta. Calle zona 9 edificios plaza dorada 5to. Nivel oficina 507.
- Ciudad:** Ciudad Capital. Guatemala
- Teléfono:** 30270058
- Email:** austinguatemala@gmail.com

The second section is titled 'COMUNÍCATE CON NOSOTROS' and contains a contact form. The form has the following fields:
 

- Nombre: [input field]
- Apellidos: [input field]
- Correo electrónico: [input field]
- Teléfono: [input field]
- Asunto: [input field]
- Mensaje: [text area]

 To the right of the form is a map titled 'Ubicación' showing a geographical area with roads and terrain. Below the form is a black button labeled 'Enviar'.

The footer of the website contains a navigation menu with the same items as the banner: INICIO, QUIENES SOMOS, DISEÑOS, DISEÑADORAS, GALERIAS, and CONTACTO (underlined). Below the menu is the text 'Copyright © Asociación Austin Guatemala 2014' and a Facebook icon.

## 5.4. Propuesta Final

La pagina web **[www.austinguatemala.org](http://www.austinguatemala.org)** busca informar de las actividades de proyecto y productos que gracias a las capacitaciones de la asociación genera desarrollo auto-sostenible el sitio web cuenta con el soporte cms concrete5 que es de fácil uso para poder administrar los contenidos.

# PROPUESTA VÍDEOS INSTITUCIONALES

### 5.4.1. Kinetic asociación Austin Guatemala.

#### Título

“Vídeo Institucional”.

#### Duración

1 minuto.

#### Formato

1280 x 720 HD.

Formato sin compresión: AVI

Formato para redes.

#### Año

2014.

#### Productora

Propia.

#### Audiencia

Jóvenes y adulto de 22 a 35 años.

#### Canales de Difusión

Redes Sociales, Canal de Youtube.

#### Motion Graphics

Logotipo Austin Guatemala como forma de presentación.

#### Audio

Sincronización de audios editados por anfibios estudio.

#### Narrador

Joel Girón

Tulio Girón

#### Ejes Temáticos

Vídeo informativos

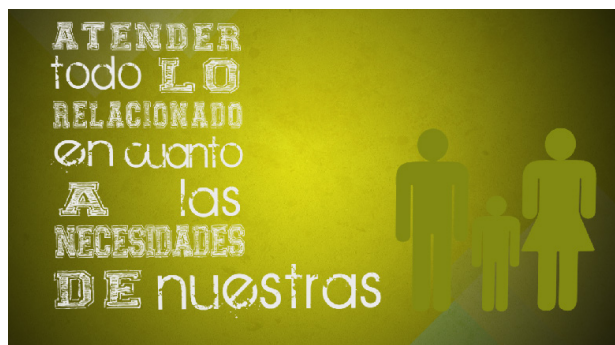
# PROPUESTA VÍDEOS INSTITUCIONALES

*Pantallas de Vídeo institucional  
(Proyecto "B")*



# PROPUESTA VÍDEOS INSTITUCIONALES

*Pantallas de Vídeo institucional  
(Proyecto "B")*





*Pantallas de vídeo institucional  
(Proyecto "B")*



CAPÍTULO

# 006

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA DE LA PROPUESTA



Manual de Usuario

Manual de Lineamientos Gráficos





## **6.1. Propuesta Vídeos**

Se utilizó la técnica Kinetic Typography es nombre técnico para “texto en movimiento”. Es una técnica de animación combinando movimientos y texto. Este texto es presentado con el fin de expresar o invocar una idea o emoción en particular.

El fin de la propuesta es de informar de forma creativa y llamativa los proyectos que la organización realiza, dar información de cómo contactar a la organización.

Este vídeo puede ser presentado como información institucional y poder ser visto por medio de las redes sociales.

La herramienta o software utilizado fue After Effects ya que es una herramienta capaz de desarrollar el movimiento y efectos deseado.

El audio fue grabado en un estudio profesional para garantizar la claridad y fidelidad para lograr que el mensaje logre su objetivo que es de informar sobre la organización Austin Guatemala.


## **6.2. Propuesta Manual de Lineamientos Gráficos**

El manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En él, se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la asociación, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.

Se le entrego a la Asociación Austin Guatemala un manual de normas gráficas, se desarrolló una nueva imagen en base a la conceptualización de su imagen actual, tras un análisis con la asociación se genera una nueva versión de imagen institucional la cual fue desarrollada en base a la imagen corporativa actual, para que la asociación no perdiera sus rasgos hasta el momento.


## Propuesta Manual de Lineamientos Gráficos

### Manual de Lineamientos Gráficos



1

### Elementos del logotipo



Este símbolo se basa en el lema en que se basa la organización, esperanza en el horizonte, se crea en conceptos en base a esta frase, se utiliza la cruz que es un símbolo universal, se utiliza el color rojo representando de la sangre y cuerpo de cristo se utilizó color rojo ya que es un color impactante y que quiere destacar la cruz.

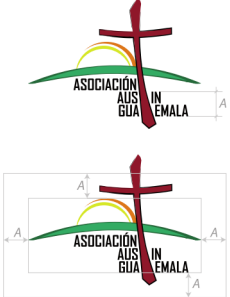
La cruz es símbolo fundamental de la profundidad, del amor, de la fidelidad y de la fe, "la cruz de Jesús es el acontecimiento moral más revolucionario de toda la historia". Adquiriendo un significado de vida y salvación.

El color verde significa vida. Abundante en la naturaleza, crecimiento, renovación, equilibrio, la salud y el medio ambiente. Es el color de la esperanza, de la primavera.

Con un efecto de suavizamiento y ensanchamiento, el verde significa armonía y estabilidad. Su combinación con el azul puede evocar la naturaleza, simbolizar un nuevo resurgimiento o una renovación.

4

### Dimensiones / Márgenes



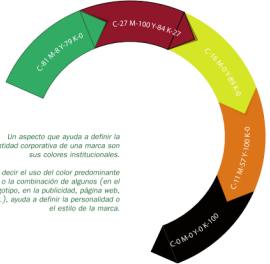
Esta es la medida mínima que se deberá mantener como margen desde cada extremo del logotipo hacia cualquier borde o elemento próximo dentro de un material impreso o diseño.

A esta medida denominada con la letra "A" y la obteniendo midiendo las alturas entre la letras N y A.

En la parte superior del logotipo se tomara como guía para esta medida la geometría avanzando dejando libre para de la cruz.

6

### Colores Institucionales - CMYK

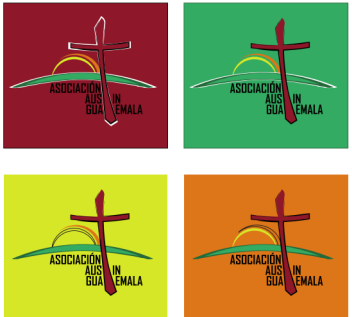


Un aspecto que ayuda a definir la identidad corporativa de una marca son sus colores institucionales.

Es decir el uso del color predominante o la combinación de algunos (en el logotipo, en la publicidad, página web, etc.), ayuda a definir la personalidad o el estilo de la marca.

8

### Versiónes logotipo / sobre colores institucionales



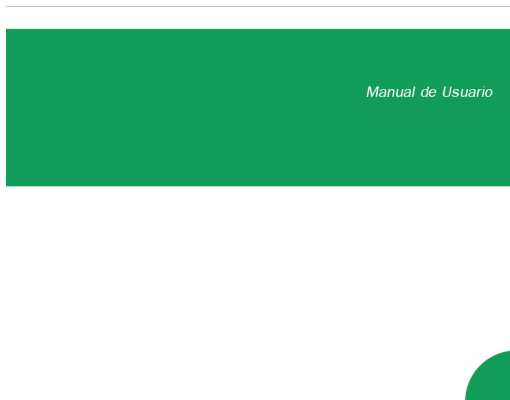
13

## Presentación web y móvil (Diseño responsive)

El sitio web es un diseño responsive, esto quiere decir que sin importar las dimensiones de la pantalla, el sitio se despliega y se ajusta perfectamente a la misma. Esto es, que el sitio web creado, puede visualizarse en cualquier computadora de cualquier tamaño (desktops y lap-tops) así como celulares, tablets y otros gadgets.



## Manual de Usuario



¿Qué es Concrete5?

**Concrete5** es un gestor de contenidos (CMS) desarrollado en el 2003 con el que podremos gestionar el contenido y estructura de nuestros sitios web, tiendas virtuales, fotos, blogs, etc. Trabajando directamente sobre la página como si de una Wiki se tratara, de forma muy sencilla e intuitiva.

Está pensado para usuarios o agencias de desarrollo web que deseen construir webs profesionales que no requieran conocimientos sobre lenguajes de programación en su creación o mantenimiento.

¿Qué es CMS?

**Sistema de gestión de contenidos**, en inglés: **Content Management System** más conocido por sus siglas **CMS**, es un programa informático que permite crear una estructura de soporte (*Framework*) para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás usuarios.

Consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio web. El sistema permite manejar de manera independiente el contenido y el diseño. Así, es posible manejar el contenido y darle en cualquier momento un diseño distinto al sitio web sin tener que darle formato al contenido de nuevo, además de permitir la fácil y controlada publicación en el sitio a varios editores. Un operario clásico es el de editores que cargan el contenido al sistema y otro de nivel superior (*moderador o administrador*) que permite que estos contenidos sean visibles a todo el público (los aprueba).

3

¿Cómo ingresar al administrador de contenidos?

- Para poder ingresar al administrador de sitio web Austin Guatemala tiene que ingresar a la siguiente dirección.
- Al ingresar a esta dirección aparece esta ventana donde se tendrá que ingresar el nombre y clave que será creada para el usuario de la asociación Austin Guatemala.

4

Para poder seleccionar un campo es necesario posicionar el cursor sobre el título "Agregar a título" que aparece en los campos de modificación, al darle click desplegará un menú de edición del campo seleccionado.

Cada campo de modificación está en modo por ratón, esto quiere decir que existen varios estilos (tales como de contenido, fechas de navegación, formularios, archivos, etc).

Al ingresar el menú editar aparecerá una ventana en la cual se puede modificar la información del bloque de contenido, esta ventana es como cualquier editor de texto que permite justificar, centrar, subrayar, permite colocar algún estilo de texto ya establecido o agregar una imagen, al realizar todos los cambios continuación deberá de darle click en guardar.

En esta ventana también puede ver en forma de HTML.

7

Elige su tipo de página:

Selecciona un tipo de página que indique las áreas editables que desea, usted será capaz de modificar esta página. Haga clic en Agregar página. Ahora puede seleccionar información de la página, incluyendo el título y la descripción.

Nombre de página: es la forma en la que la página se lee en Navegaciones.  
 Página Alias: es lo que la URL se verá así.  
 Descripción de la página se utiliza para buscar y resumir.  
 Haga clic en Agregar página y volte usted tiene una nueva página y se abre al modo de edición.  
 Usted puede agregar bloques y obtener esta página deseado justo antes de llegar a salir del modo Edición y confirmar los cambios.

Nota: algunos bloques podrán aparecer sobre la base de los bloques predefinidos definidos en el tipo de página.

9

# CONCLUSIONES DEL PROYECTO

Al llegar a este punto del proyecto, después de la observación, investigación y comprobación, queda demostrado que la tecnología y los medios de comunicación efectivo para la asociación como un importante medio de difusión y promoción para los proyectos y productos que realiza, por el alcance y la cantidad de personas que pueden tener acceso al sitio web por medio de la red.

Por todo lo anterior se concluye que:

- La creación del sitio web cumple con el propósito de dar a conocer los proyectos y productos de ayuda social que realiza la asociación Austin Guatemala, y que la información del sitio es clara y comprensible para el grupo objetivo.

- El vídeo institucional cumple con el objetivo de informar a las personas a de los proyectos que realiza la organización.

- La creación del manual de lineamientos gráficos cumple con el propósito de normar la utilización de la imagen corporativa de la asociación Austin Guatemala y así proveer de materia que a su vez utiliza la imagen de la asociación.





# RECOMENDACIONES DEL PROYECTO

Mantener una actualización periódica de información para que se cumpla con el objetivo de mantener informada a muchas personas.

Tener una actualización tecnológica en el manejo de páginas web y así lograr mantener una interacción entre el usuario y el sitio.

Es necesario mantener la imagen corporativa de la empresa dentro del diseño de dicho sitio.

Para la actualización de la página web de la asociación Austin Guatemala es necesario conocer sobre la información que se publica dentro de la misma.

Lograr que el sitio tenga precedentes dentro del mundo de la web ya que existen diferentes sitios similares.

Es necesario mantener la atención en el sitio con diferentes noticias y algunos reportajes interesantes que el usuario tenga acceso.

Se motiva a la elaboración de sitios web los cuales pretenden proyectar mucha información de este tipo.

Se logró un sitio web interactivo con la combinación de programación y diseño gráfico.

Se recomienda dar inducción a los líderes y capacitadores acerca del uso de este sitio web para su máximo aprovechamiento.

Para el acceso de dicha página se necesita estar conectados a la red de Internet.

Tomar en cuenta que la página web debe ser un sitio eficiente, un lugar que resulte atractivo a los visitantes y genere el volumen de tráfico apropiado.

La selección de las técnicas de diseño debe llevarse a cabo con el debido cuidado.

Antes de realizar el concepto del diseño se debe desarrollar un contenido apropiado.



# LECCIONES APRENDIDAS

Se tenía poca información del proyecto, y sobre el tema de desarrollo de auto-sostenibilidad y de cómo orientar hacia un bien a una comunidad.

El estudiante de diseño gráfico debe de estar en constante aprendizaje, para estar a la mano en la tecnología y poder desempeñar una labor profesional con los más altos estándares de creatividad y conocimientos de los medios actuales.

Se aconseja que antes de iniciar un proyecto se tenga el mayor conocimiento posible de la temática con la que se quiere trabajar, para evitar contratiempos y agilizar los tiempos.

El diseño gráfico es la actividad también que engloba creatividad innata con conocimientos adquiridos, es comunicar, transmitir información, así como graficar mensajes. Pero el diseño gráfico, no siempre tiene que ser estático, puede ser animado y éste se llama multimedia.

El estudiante de diseño gráfico tiene la obligación de no estancarse únicamente en lo estático, debe investigar y practicar más en otras ramas de la profesión que ha elegido.

La base para poder desarrollar un proyecto es el organizarse e involucrarse con el proyecto, basarse en técnicas para lograr los objetivos deseados del proyecto.



# BIBLIOGRAFÍA

Austin Guatemala Project. (2014, Julio). Informe Austin Guatemala Project. Guatemala, Guatemala.

<http://www.desarrollohumano.org.gt/content/estadisticas-para-el-desarrollo-humano>

Instituto Nacional de Estadística. (2013). Caracterización Departamental. Guatemala: Gobierno de Guatemala.

(CEPAL), C. E. (2009). CEPAL Naciones Unidas. Obtenido de <http://www.cepal.org/publicaciones/xml/9/37839/PSE2009-Cap-I-pobreza.pdf>

Belch, G. E. (s.f.). Publicidad y Promoción. McGraw-Hill Interamericana.

Díaz, J. (2010). Entidades sin ánimo de Lucro. Bogotá: Legis. Naciones Unidas. (s.f.). Recuperado el 17 de Agosto de 2014, de <http://www.un.org/spanish/aboutun/ONGs/brochure.htm>

OACDH. (1986). Declaración sobre el Derecho al Desarrollo. Sergio Tezanos Vázquez, A. Q. (Febrero de 2013). Desarrollo humano, pobreza y desigualdades. Manuales sobre cooperación y desarrollo. Santander, España.

Sostenible, C. e. (1994). Desarrollo Sostenible . Managua, Nicaragua.

Bouzá, G. (1997) El guión multimedia [Versión electrónica] Recuperado 18 de octubre de 2013 de <http://books.google.com.gt/books?id=7clkY1ZbgWIC&pg=PA25&dq=dise%C3%B1o+multimedia&hl=es&sa=X&ei=XdALUpDqDYWM2gXL8oCABQ&ved=0CFYQ6AEwCQ#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20multimedia&f=false>

Kotler, P. (1ra. edición). (2005). Las preguntas más frecuentes sobre el marketing. Bogotá (Colombia): Editorial Buena Semilla.



# GLOSARIO

**Cargar.** En lenguaje de programación, se refiere a la transferencia de datos de un servidor a una computadora personal, hasta que logra desplegar en pantalla toda la información.

**Desarrollo.** Crecimiento intelectual del individuo adquirido por el ejercicio mental del aprendizaje de la enseñanza empírica

**Focus Group.** Es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por los investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema.

**Hosting.** Es el servicio que provee el espacio en Internet para los sitios web. Éstos servicios funcionan ofreciéndote computadoras de grandes prestaciones (servidores web), utilizando conexiones de alta velocidad además de muchas otras prestaciones. Cuando alguien escribe tu dirección web (como por ejemplo www.midominio.com), ellos se conectarán al servidor web donde esté alojado tu página y descargarán los archivos de tu sitio.

**HTML.** Hiper Text markup Lenguaje (Lenguaje de Marcas de Hipertexto), documentos que contienen texto, gráficos, sonidos, vídeos, que son reconocidos por un navegador o browser.

**Iconografía.** Es la descripción del tema o asunto representado en las imágenes artísticas, así como de su simbología y los atributos que identifican a los personajes representados. El término está construido por las raíces griegas (eikón, imagen) y también (graphein, escribir). Aunque el



DRAE recoge la existencia de la palabra latina iconographia proveniente de la griega εικονογραφία, los mismos no podían tener el sentido con el que se usa.

**Insight.** Son los aspectos ocultos de la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores que generan oportunidades de nuevos productos, estrategias y comunicación accionable para las empresas (una revelación o tal vez descubrimiento). Los insights surgen luego de una indagación a profundidad de los aspectos ocultos, o inconfesables del consumidor.

**Multimedia.** Consiste en el uso de diversos tipos de medios para transmitir, administrar o presentar información. Estos medios pueden ser texto, gráficas, audio y vídeo, animaciones, entre otros. Cuando se usa el término en el ámbito de la computación, nos referimos al uso de software y hardware para almacenar y presentar los contenidos, generalmente usando la combinación de texto, fotografías e ilustraciones,

vídeos y audio, los cuales pueden ser en versiones 2D como en 3D

**Responsive.** El diseño web responsive o diseño web adaptativo es una técnica de diseño web que prioriza la correcta visualización de una misma página en distintos dispositivos: Desde ordenadores de escritorio a tablets o móviles.

# ANEXOS

## GUÍA DE VALIDACIÓN

				
<b>GUÍA DE EVALUACIÓN</b>				
<b>Criterios a evaluar</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Regular</b>	
<b>Legibilidad</b>				
<b>Criterios</b>				
<b>Uso de color</b>				
<b>Técnicas</b>				
<b>Manejo de imágenes</b>				
<b>Iconografía</b>				
<b>Mensaje</b>				
<b>Funcionabilidad</b>				
<b>Identidad visual</b>				
<b>Uso de herramientas multimedia</b>				
<b>Observaciones</b>				
<input type="text"/>				
<b>Revisado</b>		<b>fecha</b>		
<input type="text"/>		<input type="text"/>		

## GUÍA DE VALIDACIÓN



**Proyecto:** "Diseñar una estrategia de comunicación visual a través de medios interactivos como páginas o sitio web que permitan la promoción de los proyectos y productos de ayuda social que realiza la organización Austin Guatemala Project."



### TABLA DE ANOTACIONES DEL FOCUS GROUP

PREGUNTAS	RESPUESTAS	GESTOS
¿Qué mensaje le trasmite el sitio web?		
¿Qué le llamo más la atención de sitio web?		
¿Qué le parece el sitio web?		
¿Tiene en mente otro sitio que se parezca al proyecto?		
¿Qué cambio realizaría al sitio web y por qué?		
¿Qué vista del sitio le gusto más?		
¿Se pondría en contacto y pedirá a la organización más información respecto a las actividades que realiza?		

## LISTADO DE ASISTENCIA FOCUS GROUP



### FOCUS GROUP

No.	Nombre	Firma
1.	MELVIN A LÓPEZ	
2.	luis Felipe Izumir Card	
3.	José Andy Roger Godínez Ardino	
4.	Monica José Morales Román	
5.	Eva Zúñiga	
6.	Sandra Castellanos	
7.	Wendy Jacob	
8.	Fernando Antonio Sicaqau	
9.	Lidia Ma. Zepeda Ruiz	
10.	Andrea Castillo	
11.		
12.		
13.		
14.		
15.		
16.		

## CARTA DE ACEPTACIÓN DE ASOCIACIÓN AUSTIN GUATEMALA

THE  
AUSTIN  
GUATEMALA  
PROJECT

Guatemala, 4 de septiembre de 2014

Estimados Catedráticos Universidad San Carlos de Guatemala  
Escuela de Diseño Facultad de Arquitectura

Reciban un cordial saludo en nombre de la Asociación Austin-Guatemala. Somos un movimiento en medio de la ciudad de Austin Texas y en Guatemala que se dedica a transformar la aldea de Pueblo Modelo ubicada en Zacapa a través de la unión de redes de diferentes iglesias y negocios en Austin y Guatemala.

Actualmente hemos desarrollado programas de construcción de viviendas, patrocinios para niños, programas de alimentación, programas de invernaderos, ampliación de la escuela y nuestro proyecto más actual es el Programa de Crochet y Tejido de Mujeres.

Por este medio queremos informar que aceptamos la solicitud del estudiante RODOLFO ALEJANDRO MAZARIEGOS VIDES, con Carné número 200410630 y DPI número 1630 62536 0101 para que pueda realizar su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) en nuestra asociación.

Desde ya expresamos nuestra gratitud para con ustedes. Que el Señor les bendiga.

Atentamente,

Tania Súcile  
Directora y Representante Legal

THE  
AUSTIN  
GUATEMALA  
PROJECT

Austin - Guatemala Project

## CARTA DE ACEPTACIÓN DE PROYECTOS PARA LA ASOCIACIÓN AUSTIN GUATEMALA

**THE  
AUSTIN  
GUATEMALA  
PROJECT**

Guatemala, 25 de septiembre de 2014


Estimados Catedráticos Universidad San Carlos de Guatemala  
Escuela de Diseño Facultad de Arquitectura


Reciban un cordial saludo en nombre de la Asociación Austin-Guatemala.

Por este medio quiero informar que el estudiante RODOLFO ALEJANDRO MAZARIEGOS VIDES, con Carné número 200410630 y DPI número 1630 62536 0101 ha estado realizando su Ejercicio Profesional Supervisado (EPS) en nuestra asociación. Así mismo también confirmo que cada semana nos reunimos para ver el avance que ha tenido con el gran apoyo que nos está brindando que consta de desarrollar una página web en donde se podrán exhibir los artículos de las mujeres del Programa de Crochet de la Aldea Pueblo Modelo y también un video informativo de nuestra asociación.

Expreso mi gratitud para con tan prestigiosa Universidad y para con el estudiante Rodolfo Mazariegos.


Atentamente,

  
Tania Sújite  
Directora y Representante Legal



Austin - Guatemala Project

## APROBACIÓN DE PROYECTO DE LA ASOCIACIÓN AUSTIN GUATEMALA



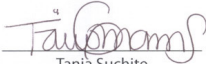
“Hay una esperanza en el horizonte”

Guatemala, 7 de noviembre del 2014

Licenciado  
francisco Chang  
director, Escuela de Diseño gráfico  
facultad de arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado licenciado Chang:

Por este medio me dirijo a usted para hacer de su conocimiento que el alumno Rodolfo Alejandro Mazariegos Vides con carné 200410630 cumplió satisfactoriamente con todas las solicitudes de diseño gráfico que se le plantearon dentro del tiempo que duro su Ejercicio Profesional Supervisado. De la misma forma se hace constar que el estudiante hizo una presentación final de su proyecto y entrego a la institución artes finales de todos los materiales producidos durante el tiempo que duro la práctica, la cual se da por finalizada dentro de la institución.

  
Tania Suchite  
Directora y representante legal

Email: [tatsuchite@gmail.com](mailto:tatsuchite@gmail.com) Web: [austinguatemala.com](http://austinguatemala.com) Tel: 30270058 Dirección: 6ta. Ave. 4ta. calle zona 9 edificio Plaza Dorada 5to. Nivel oficina 507.

## CARTA DE SESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

Carta de cesión de derechos de imagen.

En la ciudad de Guatemala, 7 de noviembre del 2014.

De una parte D. Rodolfo Alejandro Mazariegos vides con DPI 160 62536 0101 y domicilio en 8 avenida 8-35 condominio pirámide casa No. 4 Ciudad San Cristóbal zona 8 de Mixco en adelante realizador.

Y de otra D. Tania Suchite con DPI 2533 41396 0101 y domicilio Manzana "A" lote 10 Residenciales Metropolitana zona 0 de Chinautla, en adelante el figurante actor.

Por este contrato y expresamente,

El figurante-actor autoriza al realizador, así como a todas aquellas terceras personas físicas o jurídicas a las que el realizador pueda ceder los derechos de explotación sobre las imágenes, o parte de las mismas, a que indistintamente puedan utilizar todas las imágenes, o parte de las mismas en las que intervengo como figurante-actor.

Mi autorización no tiene ámbito geográfico determinado por lo que el realizador y otras personas físicas o jurídicas a las que el realizador pueda ceder los derechos de explotación sobre las imágenes, o parte de las mismas, en las que intervengo como figurante actor, podrán utilizar esas imágenes, o parte de las mismas en todos los países del mundo sin limitaciones geográficas de ninguna clase.

Mi autorización se refiere a la totalidad de usos que puedan tener las imágenes, o parte de las mismas, en las que aparezco como figurante-actor, utilizando los medios técnicos conocidos en la actualidad y los que pudieran desarrollarse en el futuro, y para cualquier aplicación.

Mi autorización no fija ningún límite de tiempo para su concesión ni para la explotación de las imágenes, o parte de las mismas, en las que aparezco como figurante-actor, por lo que mi autorización se considera concedida por un plazo de tiempo limitado.

Aceptando estar conforme con el citado y teniendo capacidad legal para adoptarlo:



Firma del figurante-actor

Tania Suchite  
Directora y representante legal



Firma del Autorizado

Rodolfo Alejandro Mazariegos Vides



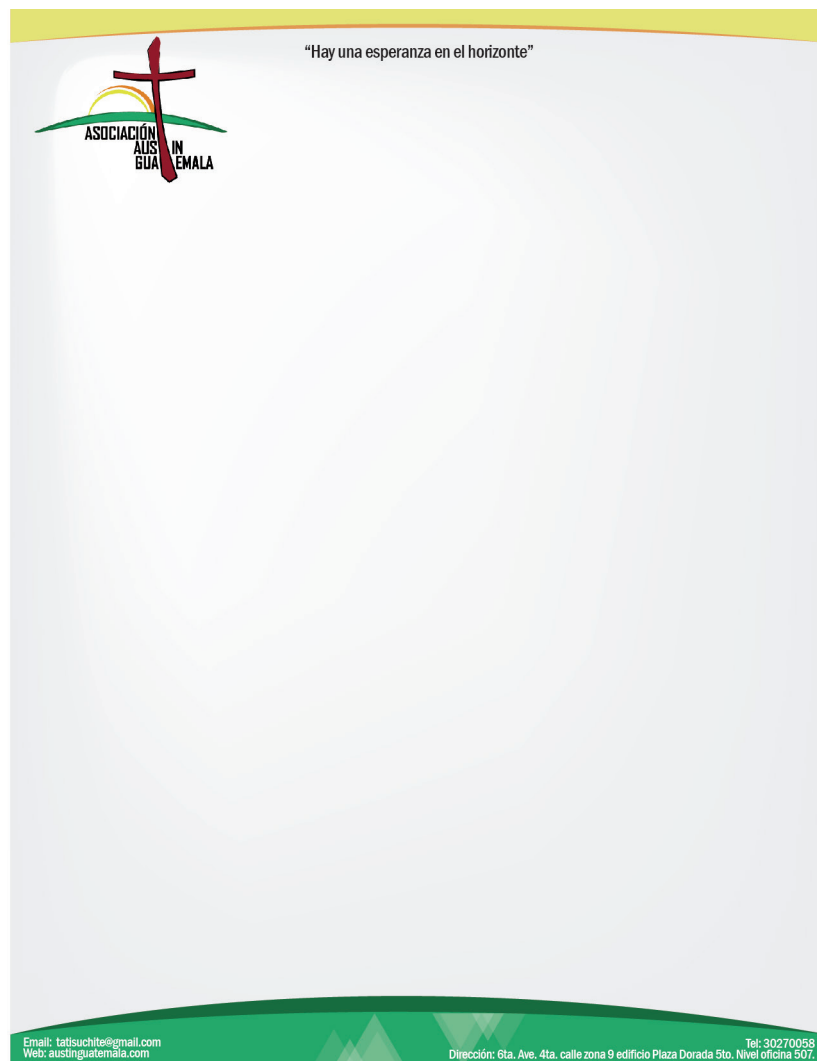
**PAPELERÍA  
INSTITUCIONAL  
PORTADA CD  
(Proyecto "C")**



**PAPELERÍA  
INSTITUCIONAL  
FONDO PRESENTACIÓN  
(Proyecto "C")**



**PAPELERÍA  
INSTITUCIONAL  
HOJA MEMBRETADA  
(Proyecto "C")**



**PAPELERÍA  
INSTITUCIONAL  
TARJETA DE  
PRESENTACIÓN  
(Proyecto “C”)**





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



FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

MSc. Arquitecto  
Byron Alfredo Rabe Rendón  
Decano Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación **“DISEÑO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL A TRAVÉS DE MEDIOS INTERACTIVOS COMO PÁGINAS O SITIO WEB QUE PERMITAN LA PROMOCIÓN DE LOS PROYECTOS Y PRODUCTOS DE AYUDA SOCIAL QUE REALIZA LA ORGANIZACIÓN AUSTIN GUATEMALA PROJECT”**, del estudiante **RODOLFO ALEJANDRO MAZARIEGOS VIDES** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario **200410630**, al conferírsele el título de Diseñador Gráfico en el Grado académico de Licenciado énfasis en Multimedia.

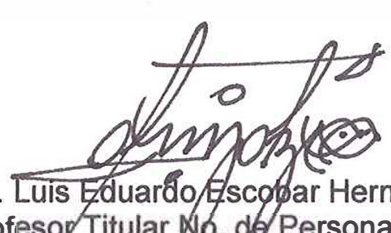
Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los veintiséis días de septiembre de dos mil dieciséis.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

*Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández*  
COL. No. 4509  
COLEGIO DE HUMANIDADES

  
Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández  
Profesor Titular No. de Personal 16861  
Colegiado Activo 4,509

***“Diseño de estrategia de comunicación visual a través de medios interactivos como páginas o sitio web que permitan la promoción de los proyectos y productos de ayuda social que realiza la organización Austin Guatemala Project.”***

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Rodolfo Alejandro Mazariegos Vides

Asesorado por:



Lic. Claudia Anabella Leal Rivera



Lic. Carlos Franco R.



Lic. Axel Barrios

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



Arq. Edgar Armando López Pazos  
Decano



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



FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA