



**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**“DISEÑO DE UN FOLLETO INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A  
FUTUROS PATROCINADORES, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA  
FERIA DE LOS SUEÑOS. FONDO UNIDO DE GUATEMALA.**

**GUATEMALA, GUATEMALA 2014.”**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo,  
Guatemala, C.A.

**Elaborado por:**

Astrid Lorena Luna Soto

Carné: 09000910

**Para optar al título de:**

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero 2015

**FACULTAD DE CIENCIAS  
DE LA COMUNICACIÓN**

**TEMA:**

**“DISEÑO DE UN FOLLETO INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A  
FUTUROS PATROCINADORES, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA  
FERIA DE LOS SUEÑOS. FONDO UNIDO DE GUATEMALA.**

**GUATEMALA, GUATEMALA 2014.”**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo,  
Guatemala, C.A.

**Elaborado por:**

Astrid Lorena Luna Soto

Carné: 09000910

**Para optar al título de:**

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, enero de 2014

Guatemala 05 de junio de 2013

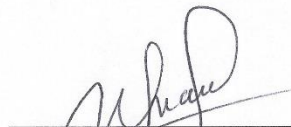
Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE UN FOLLETO INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A FUTUROS PATROCINADORES, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA FERIA DE LOS SUEÑOS. FONDO UNIDO DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo solicito que la Licda. Wendy Franco, sea quien me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
Astrid Lorena Luna Soto  
09000910

  
Licda. Wendy Franco  
Asesor



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 09 de julio de 2013

**Señorita  
Astrid Lorena Luna Soto  
Presente**

Estimada Señorita Luna:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE UN FOLLETO INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A FUTUROS PATROCINADORES, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA FERIA DE LOS SUEÑOS. FONDO UNIDO DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Así mismo, se aprueba al Licda. Wendy Franco, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación**



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 11 de enero de 2014**

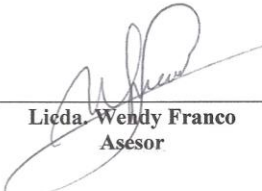
**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN FOLLETO INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A FUTUROS PATROCINADORES, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA FERIA DE LOS SUEÑOS. FONDO UNIDO DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Astrid Lorena Luna Soto, con número de carné: *09000910*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,



**Licda. Wendy Franco**  
**Asesor**



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 02 de diciembre de 2014**

**Señorita  
Astrid Lorena Luna Soto  
Presente**

Estimada Señorita Luna:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 24 de marzo de 2015.

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE UN FOLLETO INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A FUTUROS PATROCINADORES, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA FERIA DE LOS SUEÑOS. FONDO UNIDO DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014***, de la estudiante Astrid Lorena Luna Soto, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 26 de marzo de 2015

**Señorita  
Astrid Lorena Luna Soto  
Presente**

Estimada Señorita Luna:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN FOLLETO INFORMATIVO IMPRESO PARA DAR A CONOCER A FUTUROS PATROCINADORES, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA FERIA DE LOS SUEÑOS. FONDO UNIDO DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA 2014.** Presentado por la estudiante: Astrid Lorena Luna Soto, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación**



## **Autoridades**

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la facultad de Ciencias de la Comunicación.

Lic. Rualdo Anzueto

## **Dedicatoria**

Quiero darte gracias a ti, padre Dios, por ayudarme cada día, por darme la oportunidad de cumplir una de mis metas y por tu apoyo incondicional por siempre estar en mi lucha y por darme tantas bendiciones durante mi vida y nunca dejarme. Gracias papá.

A mis padres, quiero darle gracias a Dios por darme dos personas increíbles que me inspiran a crecer, a soñar, a dedicarme a lo que amo, gracias por su apoyo, sus palabras, consejos, motivaciones, por tener fe en mí y en mis sueños. Gracias por mostrarme que cuando uno cae, siempre hay que levantarse y seguir luchando, por ser mis mejores amigos. Los amo y mil gracias por ser mis héroes.

A mi hermana y mis tres angelitos: Gracias por ser una de las razones que me hacen luchar y superarme en esta vida. Gracias por su apoyo, su paciencia, su amor y siempre estar conmigo en todo momento, por hacerme reír y enseñarme las cosas bellas de esta vida

A mi tía Zonnia, le doy gracias a Dios, por haberme dado la dicha de tenerla en mi vida, gracias por su amor y apoyo incondicional, por alentarme a seguir mis estudios, gracias por siempre enseñarme a tener fe en mí misma. A mis primos, Alejandro y Hugo, por estar siempre apoyándome con su amor incondicional. A mis bisabuelos Lázaro Kahn, Rosa de Kahn y abuelitos Dina Kahn, Héctor Soto y Mercedes Rodas de Soto, gracias por ser ejemplos a seguir, por compartir conmigo sus vidas las que han sido mi inspiración para crecer cada día. Gracias por su amor, enseñanzas, su legado.

A mi Lego le doy gracias a Dios, por haberme dado a mi mejor amigo, gracias por siempre estar a mi lado, desvelándote durante estos cinco años, y ser mi compañía incondicional siempre. Lo logramos mi canche!

A mis catedráticos de la Universidad Galileo, gracias por darme las herramientas necesarias para ser una persona emprendedora, con la capacidad de superarme en cada momento de mi vida. Son de mucha inspiración y un ejemplo a seguir.

## **Resumen**

Fondo Unido de Guatemala no cuenta con un material informativo que dé a conocer “LA FERIA DE LOS SUEÑOS” para los futuros patrocinadores. Por lo que para efecto de este proyecto, se planteó el siguiente objetivo general:

Diseñar un folleto informativo que dé a conocer las actividades que se realizan en “La Feria de los Sueños”, para la organización Fondo Unido de Guatemala.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo conformado por hombres y mujeres entre los 28 a 55 años de edad, con un nivel socio-económico, quienes poseen nivel de educación superior con especialización en distintas áreas de Administración de Empresas y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue el diseño de un folleto informativo sobre la actividad “La Feria de los Sueños” de Fondo Unido de Guatemala. Este brindó y aumentó la información a los futuros patrocinadores de esta actividad. Por lo que se recomendó aprovechar la información contenida en el material informativo, para dar a conocer a sobre las actividades, cómo se realiza, los pasos a seguir, qué hacer el día del evento, cómo escoger la temática, en la que facilite a las empresas involucrarse más en la actividad “La Feria de los Sueños”.

Para efectos legales únicamente la autora es responsable del contenido de este proyecto.

## ÍNDICE

Carta de solicitud de tema (estudiante a FACOM).....	I
Carta de aprobación de tema y asesor (a) (FACOM a estudiante).....	II
Carta de asesor (a) entera satisfacción del proyecto.....	III
Carta de información de examen privado.....	IV
Carta de corrector de estilo.....	V
Carta de publicación del proyecto (FACOM a estudiante).....	VI
Autoridades de la Universidad.....	VII
Dedicatoria.....	VIII
Resumen o sinopsis.....	IX
Hoja de autoría .....	X

### Capítulo I:

1 Introducción.....	1
---------------------	---

### Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	5
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño.....	5
2.3 Justificación.....	6
2.3.1 Magnitud.....	6
2.3.2 Vulnerabilidad.....	7
2.3.3 Trascendencia.....	7
2.3.4 Factibilidad.....	7
2.3.4.1 Recursos Humanos.....	7
2.3.4.2 Recursos Organizacionales.....	8
2.3.4.3 Recursos Económicos.....	8
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.....	8

### **Capítulo III: Objetivos de diseño**

3.1 Objetivo general.....	10
3.2 Objetivos específicos.....	11

### **Capítulo IV Marco de referencia**

4.1 Información general del cliente.....	13
--	----

### **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

5.1 Perfil geográfico.....	22
5.2 Perfil demográfico.....	25
5.3 Perfil psicográfico.....	25
5.4 Perfil conductual.....	26

### **Capítulo VI: Marco teórico**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	28
6.1.1 Fondo.....	28
6.1.2 Unido.....	28
6.1.3 Organización.....	28
6.1.4 Empresa.....	29
6.1.5 Desarrollo social.....	29
6.1.6 Inversión social.....	30
6.1.7 Programas sociales.....	30
6.1.8 Responsabilidad social.....	32
6.1.9 Voluntariado.....	31
6.1.10 Comunidad.....	31
6.1.11 Valores.....	31
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño	
6.2.1 Comunicación.....	32

6.2.2 Comunicación escrita.....	33
6.2.3 Comunicación visual.....	33
6.2.3.1 Comunicación visual corporativa.....	34
6.2.4 Comunicación organizacional.....	35
6.2.5 Funciones de la comunicación.....	35
6.2.6 Comunicación gráfica.....	36
6.2.2 Conceptos Fundamentales relacionados con el diseño	
6.2.2.1 Diseño.....	37
6.2.2.2 Diseño de identidad corporativa.....	37
6.2.2.2.1 Logotipo.....	38
6.2.2.3 Diseño editorial.....	38
6.2.2.4 Material impreso.....	39
6.2.2.4.1 Folleto.....	39
6.2.2.5 Materiales informativos.....	40
6.2.2.6 Diagramación.....	41
6.2.2.6.1 Espacio.....	41
6.2.2.6.2 jerarquía visual.....	42
6.2.2.7 Maquetación.....	42
6.2.2.8 Retícula.....	43
6.2.2.9 Tipografía.....	43
6.2.2.10 Color.....	43
6.2.2.10.1 Círculo cromático .....	43
6.2.2.10.2 Colores corporativos.....	44
6.2.2.11 Composición.....	45
6.2.2.12 Imagen.....	45
6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias	
6.3.1.1 Semiología.....	46

6.3.1.1.1 Símbolo.....	46
6.3.1.1.2 Íconos.....	47
6.3.1.2 Semiología del Discurso.....	47
6.3.1.3 Semiología de la Imagen.....	48
6.3.1.4 Psicología.....	48
6.3.1.4.1 Psicología del color.....	49
6.3.1.5 Androgogía.....	50
6.3.1.6 Sociología.....	50
6.3.1.7 Cibernética.....	51
6.3.1.8 Fotografía.....	51
6.3.1.9 Tecnología.....	52
6.3.1.10 Teoría de la comunicación.....	52
6.3.2 Tendencias.....	53
6.3.2.1 Minimalista.....	54

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico.....	56
7.1.1 Aplicación del proceso de comunicación.....	56
7.1.1.1 Comunicación.....	56
7.1.1.2 Comunicación visual corporativa.....	57
7.1.2 Aplicación del diseño.....	57
7.1.2.1 Diseño.....	57
7.1.2.2 Diseño Editorial.....	58
7.1.2.3 Maquetación.....	58
7.1.2.4 Diagramación.....	58
7.1.2.5 Aplicación de retícula.....	59
7.1.2.6 Aplicación de color.....	59
7.1.2.7 Tipografía.....	59
7.1.2.8 Aplicación de Fotografía.....	60
7.1.3 Aplicación de las ciencias auxiliares, artes y tendencias.....	60



7.1.3.1 Semiología.....	60
7.1.3.2 Psicología.....	60
7.1.3.3 Psicología del color.....	61
7.1.3.4 Andragogía.....	61
7.1.3.5 Sociología.....	61
7.1.3.6 Minimalista.....	62
7.2 Conceptualización.....	62
7.2.1 Método.....	62
7.2.2 Definición de concepto.....	66
7.3 Bocetaje.....	66
7.3.1 Opción 1.....	67
7.3.2 Opción 2.....	71
7.3.2 Opción 3.....	74
7.3.3 Opción 4.....	77
7.3.4 Proceso de digitalización.....	80
7.4 Propuesta Preliminar.....	83

## **Capítulo VIII: Validación Técnica**

8.1 Población y muestreo.....	109
8.2 Método e instrumento.....	109
8.2.1 Encuesta.....	110
8.2.2 Dicotómicas.....	110
8.2.3 Escala de Likert.....	111
8.2.4 Herramienta de evaluación.....	112
8.3 Interpretación de los resultados.....	116
8.3.1 Parte objetiva.....	116
8.3.2 Parte Semiológica.....	123
8.3.3 Parte Operativa.....	128
8.4 Cambios en base de los resultados.....	133
8.4.1 Sugerencias de cambio.....	134

## **Capítulo IX: Propuesta Final**

9.1 Fundamentación.....	141
9.2 Propuesta gráfica final.....	146

## **Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución**

10.1 Plan de costos de elaboración.....	197
10.2 Plan de costos de producción.....	199
10.3 Plan de costos de reproducción.....	199
10.4 Plan de costos de distribución.....	200
10.5 Cuadro resumen.....	200

## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

11.1 Conclusiones.....	202
11.2 Recomendaciones.....	203

## **Capítulo XII: Conocimiento general.....205**

## **Capítulo XIII Referencias**

13.1 Referencias	
13.1.1 Libros.....	207
13.1.2 Biblioweb.....	209

## **Capítulo XIV: Anexos**

Anexo A: Definición del Tema.....	211
Anexo B: Tabla de Requisitos.....	212
Anexo C: Tabla de Objetivos.....	212
Anexo D: Brief.....	213
Anexo E: Tabla “Clasificación y Características de los Niveles Socio Ecómicos”.....	216
Anexo F: Encuesta de Perfiles.....	217
Anexo G: Mapa Conceptual Marco Teórico 6.1.....	219

Anexo H: Mapa Conceptual Marco Teórico 6.2 Comunicación.....	220
Anexo I: Mapa Conceptual Marco Teórico 6.2 Diseño.....	221
Anexo J: Mapa Conceptual Marco Teórico 6.3 Ciencias Auxiliares, artes, Teorías y tendencias.....	222
Anexo K: Tabla de Requisitos.....	223
Anexo L: Hoja de Contacto Sesión fotográfica.....	224
Anexo M: Fotografías de Validación.....	226
Anexo N: Encuestados En-línea.....	231
Anexo O: Cotizaciones.....	232

# **Capítulo I: Introducción**

---

# Capítulo I

## 1.1 Introducción

Fondo Unido de Guatemala (FUG) es una Organización Privada de Desarrollo (OPD) sin fines de lucro con proyección social, con el propósito de promover el desarrollo de las personas y comunidades más necesitadas de Guatemala.

Es una organización altamente dinámica, orientada a resultados y con la responsabilidad de impactar a las comunidades y a las personas para que desarrollen auto sostenibilidad. Son apoyados en la colaboración económica y humana de las empresas privadas y sus empleados para alcanzar sus objetivos.

Fondo Unido de Guatemala está afiliada a United Way Worldwide, organización internacional sin fines de lucro con sede en Virginia, Estados Unidos.

Durante el ejercicio práctica supervisada que se realizó en Fondo Unido de Guatemala, se detectó que no cuentan con un material informativo adecuado para dar a conocer a futuros patrocinadores sobre la actividad la “Feria de los Sueños”, el Día Mundial de Acción, la que se realiza una vez al año en el mes de noviembre para que más de 2500 niños y niñas, puedan jugar y aprender sobre valores como: trabajo en equipo, integridad, valentía, compañerismo, honestidad y otros que les permitirá ser mejores personas, ciudadanos y crear la semilla de competencias para la vida.

En esta actividad se cuenta con la interacción con más de 4,000 personas, 34 empresas socias que participaron a través de su stand, logrando transferir sus conocimientos y permitir cumplir los sueños de los niños y niñas de las organizaciones beneficiadas.

Es por ello que con el propósito de contribuir con los niños y niñas que pertenecen a las diferentes organizaciones beneficiadas por Fondo Unido de Guatemala, se propone la elaboración de un material informativo impreso y digital, para los futuros patrocinadores que desean participar en la “Feria de los Sueños”.

El objetivo general que se plantea es el siguiente:

DISEÑO DE MATERIALES INFORMATIVOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER  
A FUTUROS PATROCINADORES, LAS ACTIVIDADES QUE SE REALIZAN EN LA  
FERIA DE LOS SUEÑOS. FONDO UNIDO DE GUATEMALA.

GUATEMALA, GUATEMALA 2014

Para realizarlo, se investigará toda la información relacionada con diseño editorial, proceso de creación y la importancia de la aplicación de las herramientas de comunicación y diseño, que permitan transmitir el mensaje correcto.

Las ciencias que sustentarán el proyecto serán: Semiología, Sociología, Estadística y Psicología.

El enfoque de este proyecto de investigación será cuantitativo, para determinar los resultados obtenidos en base de encuestas realizadas al grupo objetivo, cliente, catedráticos especializados en diferentes áreas de comunicación y diseño y expertos.

La herramienta se aplicará a 4 catedráticos de la Universidad Galileo, especialistas en diferentes áreas, 25 personas del grupo objetivo, 1 representante del cliente y 2 expertos en el área de diseño, entre ellos, hombres y mujeres en un rango de 23 a 40 años de edad.

Por medio de los resultados de la herramienta utilizada, se logrará analizar si las personas encuestadas consideran que es importante la elaboración del material informativo, que ayude la participación de futuros patrocinadores en la actividad la “Feria de Los Sueños”, que realiza Fondo Unido de Guatemala.

## **Capítulo II: Problemática**

---



## Capítulo II: Problemática

### 2.1 Contexto

Cuando se realizó el Ejercicio Práctica Supervisada (EPS) en Fondo Unido de Guatemala, se pudo observar que no cuentan con un material informativo, que proporcione información acerca de la actividad “La Feria de los Sueños”, ya que solo cuentan con una presentación digital realizada en Microsoft Word.

Al carecer de un material informativo que muestre los procesos de trabajo en la realización de esta actividad “La Feria de Los Sueños”, para mostrar a futuros patrocinadores de esta actividad en una forma estáticamente adecuada utilizando los colores corporativos, imágenes de Fondo Unido de Guatemala.

Debido a esto, se proyecta como un requerimiento el diseño de un folleto informativo que proporcione de manera gráfica los procedimientos de esta actividad, para establecer mejor comunicación y conocer de forma visual cómo se realizan las actividades en “La Feria de los Sueños”. *(Ver Anexo A, Definición del Tema)*

### 2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

Fondo Unido de Guatemala no cuenta con un folleto informativo que dé a conocer “LA FERIA DE LOS SUEÑOS” para los futuros patrocinadores, para que con su participación ayuden a niños y niñas de escasos recursos a poder soñar.

Este folleto informativo debe tener un diseño corporativo, ya que actualmente no cuenta con uno. Debe contar con fotografías de adecuada resolución para darle a los

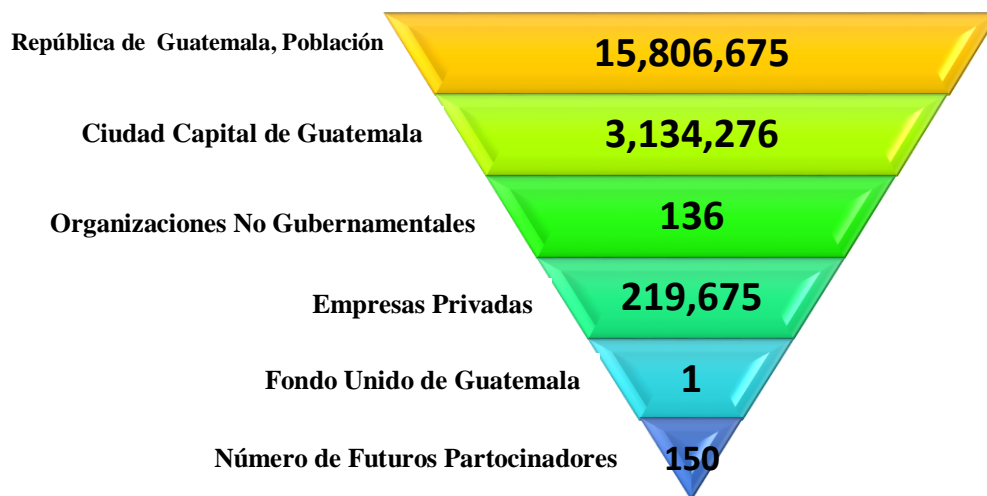
futuros patrocinadores, para impactar de forma significativa y positiva para ayudar a las comunidades más vulnerable del país.

*(Ver Anexo B, Taller de desarrollo requerimiento de par proyecto de comunicación y diseño).*

## 2.3 Justificación:

Al diseñar el material informativo, los nuevos patrocinadores se informarán sobre esta actividad y las empresas que participaron en el año 2014 y las diferentes formas de ser un voluntario.

### 2.3.1 Magnitud



Según el Instituto Nacional de Estadística en su proyección de población 2014, en la República de Guatemala existen 15,806,675 personas, residentes de sus 23 departamentos, de los que 2,541,581 pertenecen al municipio de Guatemala. La ciudad de Guatemala cuenta con 136 organizaciones no gubernamentales que ofrecen los mismos servicios que Fondo Unido de Guatemala, que actualmente cuenta con 74 empresas participantes en las diferentes actividades que realiza Fondo Unido de Guatemala.

**Vulnerabilidad:**

No poder presentar de la forma adecuada lo que se realiza en “La Feria de los Sueños”, dificulta el entendimiento de futuros patrocinadores en esta actividad. No se conoce de la Feria de los Sueños por no contar con un folleto informativo adecuado para hacer llegar a los nuevos patrocinadores la información estructurada para crear el deseo de ayudar en esta actividad, para apoyar a los niños que participan en esta actividad.

**2.3.3. Trascendencia**

El diseñar un folleto informativo ayudará a que futuros patrocinadores participen en “La Feria de los Sueños”, para tener un mayor apoyo de las empresas asociadas y su personal sean voluntarios en Fondo Unido de Guatemala, para realizar las diferentes actividades en las cuales ayuda a la niñez, jóvenes, familias que habitan en Guatemala.

**2.3.4. Factibilidad**

El proyecto “Folleto informativo para La Feria de los Sueños” sí es factible, ya que cuenta con los recursos necesarios para su elaboración.

**2.3.4.1 Recursos Humanos:**

El establecimiento cuenta con recursos humanos adecuados, ya que tiene experiencia, conocimientos y capacidad de los profesionales en la enseñanza. En este caso el apoyo es brindado por trabajadores como: Licenciado Alberto Álvarez y Alejandra Ramírez.

#### **2.3.4.2 Recursos Organizacionales:**

La junta directiva de Fondo Unido de Guatemala autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria y que el proyecto se lleve a cabo.

#### **2.3.4.3 Recursos Económicos:**

Fondo Unido de Guatemala cuenta con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

#### **2.3.4.4 Recursos Tecnológicos:**

Para la realización técnica del proyecto se cuenta con una computadora Dell con software: Office 2013 y el paquete Adobe Master Collection, edición CS6, así como una cámara Canon EOS Rebel XS.

## **Capítulo III: Objetivos de Diseño**

---

## **Capítulo III - Objetivos del diseño**

### **3.1 El objetivo general:**

Diseñar un folleto informativo para dar a conocer las actividades a futuros patrocinadores las actividades que se realizan en “La Feria de los Sueños” para la organización Fondo Unido de Guatemala.

### **3.2 Los objetivos específicos**

- 3.2.1** Investigar acerca de diagramación y diseño de materiales impresos para aplicarlo en la realización de un folleto informativo.
- 3.2.2** Recopilar información relevante acerca de las actividades de “La Feria de los Sueño”, para incluirlo en el folleto informativo.
- 3.2.3** Fotografíar a niños que son beneficiados por la organización de Fondo Unido de Guatemala, para utilizar en el contenido del folleto y así lograr un impacto visual a los futuros patrocinadores de esta actividad.
- 3.2.4** Diagramar el contenido que conformará la publicación, a través de la selección y distribución del material informativo y gráfico, para que posea fácil visualización para el lector.

*(Ver Anexo C, Tabla de Objetivos)*

## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

---

## **CAPÍTULO IV: Marco de Referencia**

### **4.1 Información general del cliente:**

**Nombre del Cliente (empresa):** Fondo Unido de Guatemala

**Dirección:** 5ta. Avenida 5-55 zona 14 EuroPlaza Torre 2, 4to nivel, Oficina 402.

**Email:** funido@unitedway.org.gt / aejecutiva@unitedway.org.gt

**Contacto:** (502) 2385-5989      Fax: (502) 2385-5950

#### **Antecedentes:**

Guatemala es un país con una población de más de 13 millones de habitantes, caracterizada por gran diversidad étnica, multilingüe y pluricultural, con grandes diferencias y desigualdades sociales y económicas, que cada día aumentan, visibles en las áreas precarias y marginales, especialmente las zonas rurales.

Fondo Unido fue fundado en Guatemala en octubre de 2001, mismo año en el que se afilió formalmente a United Way International, gracias a la voluntad de un grupo de empresarios, quienes vieron la necesidad de contar con una organización que canalizara los esfuerzos de Responsabilidad Social Empresarial hacia las comunidades, de forma efectiva.

Buscaban crear una organización que les permitiera decidir juntos las cuestiones claves a abordar, a que poblaciones afectadas dirigirse y cómo responder a estos desafíos. Entre las acciones impulsadas figuran, por ejemplo, influir en las actitudes



del público, los sistemas y políticas de fortalecimiento de la red de servicios, fomentar la capacidad de organizaciones sin fines de lucro y de la comunidad, para que cada socio pueda asumir la responsabilidad de una parte de la obra y así movilizar amplia gama de bienes de la comunidad, ya sea en dinero, bienes y servicios. Además, establecer relaciones beneficiosas, gestionar la experiencia y el tiempo de los voluntarios para mejorar las condiciones de la comunidad a largo plazo en formas mensurables; es decir, obtener resultados específicos para poblaciones específicas.

Fondo Unido de Guatemala recibe financiamiento de una variedad de fuentes, como las deducciones de nómina por medio de campañas, las cuotas de los miembros de las empresas afiliadas, los programas patrocinados por empresas privadas y supervisados por Fondo Unido, eventos especiales y actividades. Además, donaciones individuales, contribuciones internacionales y donaciones en especie. Esa es la visión para un futuro mejor para todos los guatemaltecos, eso es lo que fortalece a Fondo Unido

**Oportunidad identificada:** Crear un folleto informativo para “La Feria de los Sueños”

## **DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)**

### **Misión:**

Ayudar a construir la capacidad comunitaria necesaria para mejorar la calidad de vida de la población más vulnerable de Guatemala, a través de la participación voluntaria de empresas, organizaciones y personas individuales.

## **Visión:**

Somos la organización estratégica de responsabilidad social más reconocida que influye en los esfuerzos de los sectores clave del desarrollo social de país; por nuestra credibilidad, excelencia, innovación y efectividad para construir de manera sostenible las capacidades comunitarias.

## **Delimitación Geográfica:**

**Grupo Objetivo:** Empresas Privadas

## **Principal beneficio al grupo objetivo:**

Conscientes que la población más vulnerable son los niños, el trabajo de Fondo Unido de Guatemala está enfocado en su desarrollo. Es por ello que nuestro público objetivo son niños de 0 a 17 años.

Fondo Unido de Guatemala fomenta y canaliza los aportes de empleados y empresas, los canaliza en instituciones que ejecutan los proyectos, éstos se coordinan y supervisan y conforme su ejecución se informa a los aportantes. Este es el círculo virtuoso del desarrollo por el que apuestan nuestros socios.



### **Competencia:**

La competencia son todas las organizaciones no gubernamentales que ayudan a niños, jóvenes, familias con los mismos valores y principios que tiene Fondo Unido de Guatemala

### **Posicionamiento:**

Fondo Unido de Guatemala tiene buen posicionamiento, ya que ofrece a varias empresas privadas, el poder realizar proyectos en las diferentes comunidades en Guatemala.

### **Factores de diferenciación:**

Fondo Unido de Guatemala ofrece programas que canaliza en instituciones que ejecutan los proyectos, éstos se coordinan y supervisan y conforme su ejecución se informa a los aportantes

### **Objetivo de mercadeo:**

Llamar la atención al utilizar diferentes fotografías que se ha tomado durante los diferentes programas para lograr que se entienda la forma en la que se debe sentir la niñez.



**Objetivo de comunicación:**

Motivar a las empresas privadas y a su personal en ser voluntarios para hacer un cambio en Guatemala.

**Mensajes claves a comunicar:**

Vivir Unidos, Ayudar, Honestidad, Integridad, Transparencia.

**Estrategia de comunicación:**

Motivar a las personas para ser voluntarios y ayudar en los diferentes proyectos que realiza Fondo Unido de Guatemala.

**Reto del diseño y trascendencia:**

Crear una forma adecuada para presentar a futuras empresas su participación en la “Feria de los Sueños”

**Materiales a realizar:**

Diseñar un material informativo para “La Feria de los Sueños”, para poder incrementar a las diferentes empresas privadas y que participen en esta actividad.

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores:



Azul: R: 0 G: 85 B: 166

C: 100% M: 74% Y: 0% K 0%



Amarillo: R: 251 G: 177 B: 61

C: 0% M: 34% Y: 86% K 0%



Naranja: R: 240 G: 78 B: 49

C: 0% M: 85% Y: 89% K 0%

Tipografía:

### TRADE

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

W X Y Z

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

z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ; ' # \$ % & / ( ) = ? !

Se utiliza la tipografía TRADE, ya que está en el manual de identidad de United Way para crear una armonía entre diferentes que existen en el mundo.

**Forma:**

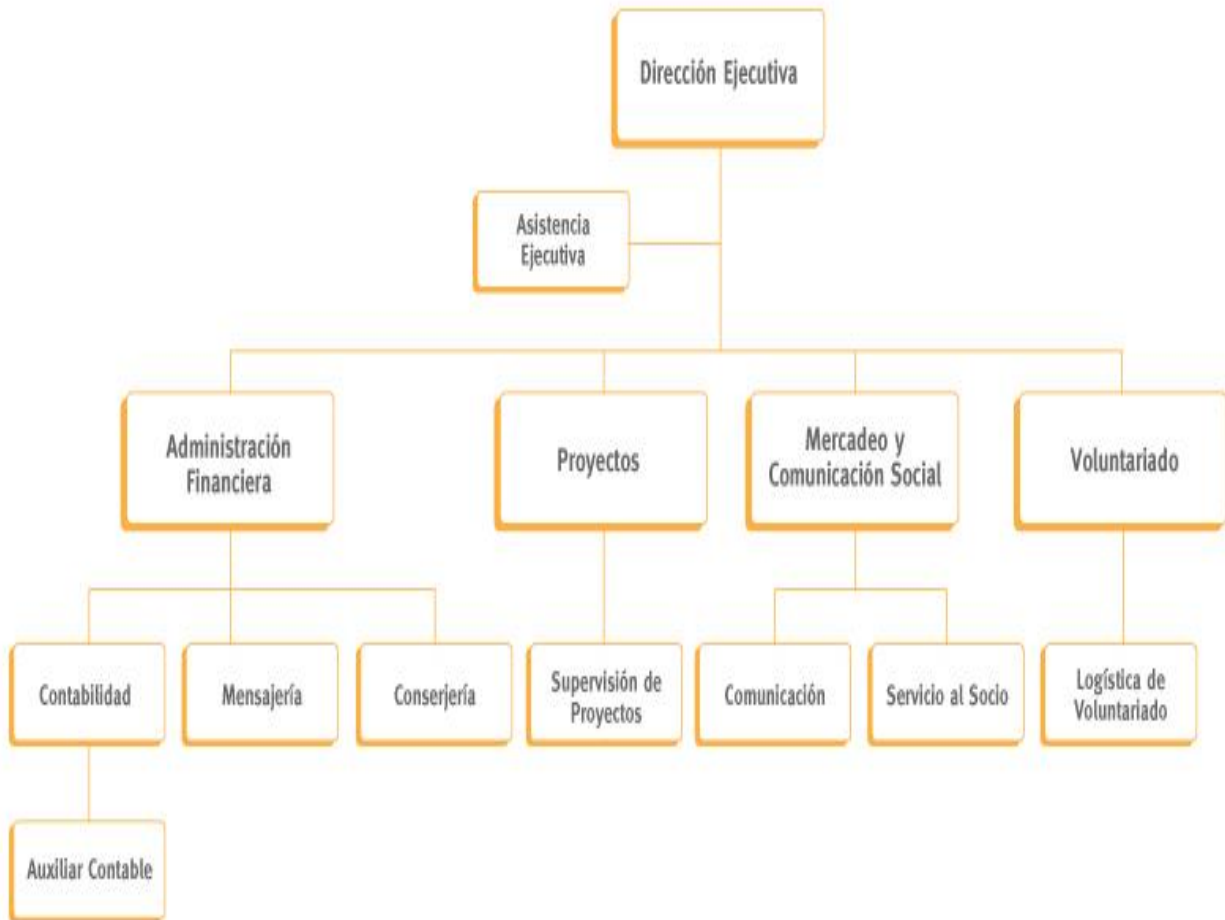
La forma que utiliza Fondo Unido de Guatemala es simple, cuadrado, lineal.

**LOGOTIPO:**



*(Ver Anexo D, Brief)*

**Organigrama**



# FODA

Fondo Unido de Guatemala es una organización privada de desarrollo en la que tiene la oportunidad de crecer y ayudar a los niños y jóvenes de Guatemala. Se realizó un Análisis FODA para conocer más a la organización y utilizar cada aspecto, tanto de fortalezas y oportunidades para destacarlas, y también conocer las amenazas y debilidades para crear estrategias para evitar algún problema en el futuro, y así seguir ayudando.



## **Capítulo VI: Marco Teórico**

---



## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

Este proyecto está enfocado para llegar al grupo objetivo, que son empresarios o dueños de empresas líderes que se encuentran ubicadas en un nivel socioeconómico A, que se describe en educación profesionales en, Licenciatura, Maestría, o Doctorado.

### **5.1 Perfil geográfico:**

El proyecto del boletín informativo sobre “La Feria de los Sueños”, que dará a conocer una de las múltiples actividades que realiza Fondo unido de Guatemala, se llevará a cabo en la Ciudad de Guatemala.

Según <http://www.mondolatino.eu/paises/guatemala/geografia.php> comparte que Guatemala está ubicado en Centro América, frontera con El Océano Pacífico Norte, entre El Salvador y México y Frontera con el Golfo de Honduras (Mar Caribe) Entre Honduras y El Salvador.

Sus coordenadas geográficas son 15 30 N, 90 15 W. Los límites territoriales con 1,687 km.

La Ciudad de Guatemala, cuyo nombre oficial es Nueva Guatemala de la Asunción, es la capital de la República de Guatemala. La ciudad se encuentra localizada en el área sur-centro del país y cuenta una gran cantidad de áreas verdes. De acuerdo con el último censo realizado en la ciudad, Guatemala cuenta con 14 millones 713 mil 763 habitantes, de los que 7 millones, 173 mil 966 son hombres y 7 millones 539 mil 798 son mujeres. Según el Instituto Nacional de Estadística de Guatemala., lo que la convierte en la aglomeración urbana más poblada y extensa de América Central.

Ciudad de Guatemala es la capital económica, gubernamental y cultural de la República. La ciudad también funciona como el principal puerto de entrada en el país, con el Aeropuerto Internacional La Aurora y la mayoría de las principales autopistas en el país de origen o que conducen a la ciudad. Además de una amplia variedad de restaurantes, hoteles y tiendas, la ciudad tiene gran variedad de galerías de arte, teatros, instalaciones deportivas y museos (entre ellos algunos importantes colecciones de pre-colombinas de arte) y continuamente ofrece una cantidad cada vez mayor de actividades culturales.

La Ciudad de Guatemala está ubicada en el valle de la Ermita, con alturas que varían entre los 1500-1600 (msnm), posee temperaturas muy suaves entre los 12 y 28 °C.

- Altitud: 1.500 metros.
- Latitud: 14° 37' 15" N
- Longitud: 90° 31' 36" O
- Extensión: 996km

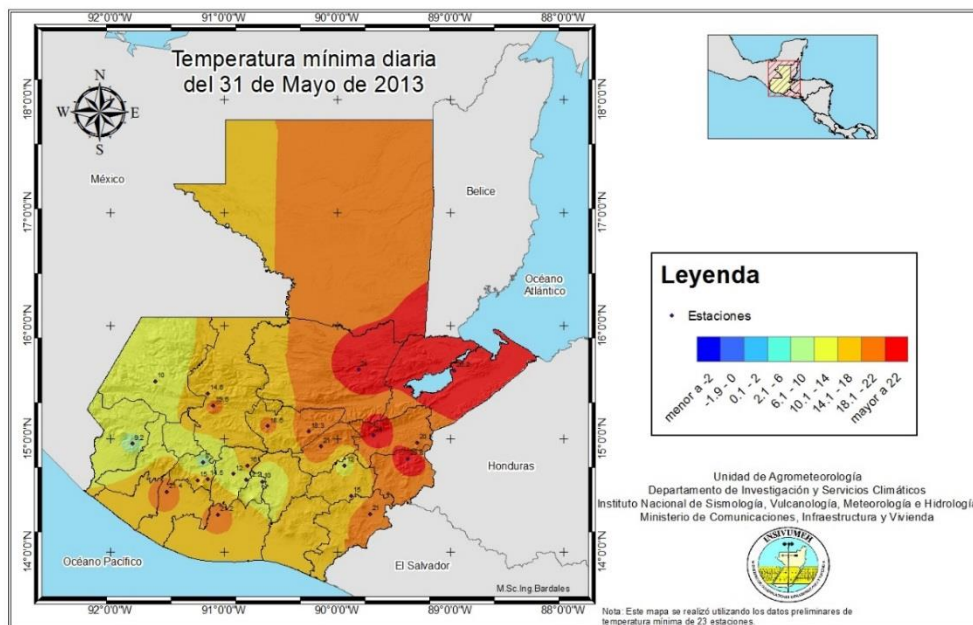


Recuperado de: <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/gt.html>

A pesar de su ubicación en los trópicos, debido a su gran elevación sobre el nivel del mar, la Ciudad de Guatemala goza de un clima subtropical de tierras altas. El clima en Ciudad de Guatemala es generalmente muy suave, casi primaveral, a lo largo del año. La temporada de lluvias se extiende de mayo a noviembre mientras que la estación seca abarca el resto del año. En Ciudad de Guatemala también tiende a soplar mucho el viento, lo que puede reducir la temperatura aún más evidente.

La ciudad de Guatemala es la capital más fría y más alta de toda Centroamérica, para los meses fríos entre noviembre y febrero las temperaturas mínimas pueden llegar hasta los 3 °C y las máximas no sobrepasar los 20 °C.

Su temperatura media anual es de 19 °C. En el invierno, de diciembre a abril, tienen temperaturas que oscilan entre 21 y 5 °C. Los veranos van de junio a septiembre con temperaturas que oscilan entre 25 y 16 °C, siendo 0 °C la temperatura más baja históricamente. La humedad relativa media mañana: 84%, por la noche la humedad relativa: 64%. El Promedio de Punto de rocío es de 12 °C.



Recuperado de: <http://www.insivumeh.gob.gt/meteorologia.html>

## 5.2 Perfil demográfico:

**Edad:** 28 a 45 años.

**Género:** masculino y femenino

**Nacionalidad:** guatemalteca

**Ocupación:** Personas adultas que tienen un nivel superior en sus estudios, interesados en el bienestar de sus empresas. Son personas que tienen lo más actual en tecnología, son propietarios de sus hogares, les gusta viajar al exterior como al interior de la república.

El grupo objetivo para este proyecto está situado en un nivel socioeconómico entre el A, de acuerdo a los datos obtenidos de la tabla “CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS” Multivex Sigma Dos Guatemala S. A. Datos 2009.

*(Ver anexo E, Tabla “CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS”)*

## 5.3 Perfil psicográfico:

### **Actividades:**

Las actividades que realiza el grupo objetivo de este proyecto varían entre leer periódicos nacionales como internacionales, libros de negocios, motivacionales, entre otros hacer deporte, ver todo tipo de películas cinematográficas, salir a comer, compartir con la familia y amigos. El tiempo aproximado en la que realizan estas actividades es de treinta minutos a una hora y media.

Los lugares que más frecuentan son los centros comerciales, ir a cine, restaurantes, gimnasios, hogares de sus familiares y amigos, ya que les gusta compartir su tiempo.

### **Intereses:**

Los intereses de este grupo objetivo son su familia y amigos, religión, estudios, trabajo, tecnología. Son personas que les agrada su trabajo, se sienten identificadas con la institución que trabajan.

### **Opiniones**

Son personas que disfrutan, la compañía de otros, su salud es importante, se dedican a diferentes actividades para relajarse y utilizar las nuevas tendencias de tecnología. No les asusta tener un alto mando en la empresa, y manejan las dificultades diarias con determinación siendo facilitadores de resoluciones en su empresa.

### **5.4 Perfil conductual:**

Al grupo objetivo de este proyecto le gusta ayudar en ocasiones a las personas con necesidad económica, ya que no cuentan con mucho tiempo libre. Les gustaría donar su tiempo en actividades como voluntarios para compartir sus conocimientos en actividades educativas para el bienestar de los niños y jóvenes de escasos recursos.

La personalidad de las personas de este grupo objetivo varían en los diferentes ocho tipos que existen ya que son personas emotivas con sus sentimientos y opiniones, son personas activas en las diferentes situaciones que se les presenta, y siempre piensan en su bienestar.

*(Ver Anexo F: Encuesta de Perfiles)*

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

---

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

### **6.1 Conceptos Fundamentales relacionados con el producto o servicio**

#### **6.1.1 Fondo**

El sitio web <http://www.actibva.com/magazine/productos-financieros/que-es-un-fondo-de-inversion> indica que un fondo de inversión es un patrimonio que pertenece a varios propietarios y que se encuentra administrado por una sociedad gestora independiente al propio fondo de inversión.

Un fondo es poner en común el dinero de un grupo de personas y una entidad gestora, se ocupa de invertirlo (cobrando comisiones) en una diferentes actividades en la cual existen beneficios para todas las partes.

#### **6.1.2 Unido**

Según la página <http://www.gerencie.com/concepto-unificado-de-iva.html> define qué unido es la acción y efecto juntar, combinar, atar o acercar dos o más cosas para hacer un todo, ya sea físico o simbólico.

Unido es una forma en la cual se junta todo lo deseado, o no deseado para poder crear un todo no importando si es algo que existe físicamente o no.

#### **6.1.3 Organización**

J.M. Rosenberg. (1993) La organización administrativa es la estructura administrativa global consiente en departamentos o secciones de distinta categoría a través de los cuales se llevan a cabo las operaciones de control y personal.

Una organización es un conjunto de elementos, que está compuesto por personas que están relacionadas entre sí utilizando los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma ordenada por un grupo de normas establecidas, las cuales están para que se logren fines, los cuales pueden ser de lucro o no lucros.

#### **6.1.4 Empresa:**

J.M. Rosenberg. (1993) Institución caracterizada por la organización de factores económicos de la producción. A diferencia del concepto de sociedad, la empresa no tiene personalidad jurídica.

Una empresa es una unidad de organización dedicada a las actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos.

#### **6.1.5 Desarrollo social**

En la página <http://www.zonaeconomica.com/concepto-desarrol> define el desarrollo social como el proceso mediante el cual se procura alcanzar una sociedad más igualitaria que garantice una reducción significativa de la brecha que existe en los niveles de bienestar

El desarrollo social es un proceso que mejora las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios.



### 6.1.6 Inversión social

Según la página <http://www.andi.com.co/cajadeherramientasriwu7e/dequesetrata.aspx> el término de la inversión social es una manera en la cual organizaciones pueden contribuir al desarrollo de las comunidades en las que operan. Por lo general, las inversiones sociales son actividades que no están vinculadas ni buscan directamente mejorar las operaciones principales de una organización, sino que mantienen y fortalecen sus relaciones con la comunidad.

La inversión social es un método en la cual organizaciones pueden contribuir con las comunidades, ayudándolas con diferentes programas en las cuales ayudan a mejorar la calidad de vida.

### 6.1.7 Programas sociales

En la página <http://www.bvcooperacion.pe/biblioteca/bitst/2/BVC00242.pdf> define un programa social como una **iniciativa** destinada a **mejorar las condiciones de vida** de una población. Se entiende que un programa de este tipo está orientado a la totalidad de la **sociedad** o, al menos, a un sector importante que tiene ciertas necesidades aún no satisfechas.

Los programas sociales son una herramienta en las cuales permite lograr una mejor calidad de vida y una distribución de las oportunidades. Su objetivo principal es generar iniciativas específicas que den apoyo a los grupos vulnerables para promover el desarrollo, crecimiento e integración a la sociedad.

### **6.1.9 Voluntariado**

Según la página <http://www.plataformavoluntariado.org/contents/72-que-es-el-voluntariado> indica que el voluntariado se fundamenta en el libre albedrío de la persona que presta servicios de voluntariado, y no en el deseo de obtener un beneficio material o pecuniario, ni en presiones sociales, económicas o políticas externas. Tiene por objeto ayudar a las personas vulnerables y a sus comunidades.

Toda actividad que se realiza de manera voluntaria pero que se caracteriza en ayudar a otros en diferentes formas utilizando los conocimientos o las ganas al servicio de quien más lo necesita en la comunidad sin recibir nada a cambio.

### **6.1.10 Comunidad**

Según [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/ciencias/2000024/lecciones/cap04/04\\_0801.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/ciencias/2000024/lecciones/cap04/04_0801.htm) comparte que una comunidad es un grupo o conjunto que puede estar conformado por personas o animales y que ciertamente comparten una serie de cuestiones como ser el idioma, las costumbres, valores, tareas, roles, estatus y zona geográfica, entre otras.

Una comunidad es un grupo de seres humanos que comparten aproximadamente los mismos elementos, como por ejemplo el idioma, costumbres, ubicación geográfica, visión del mundo o valores.

### **6.1.11 Valores**

En la página [http://www.tms.com.au/valores\\_las.html](http://www.tms.com.au/valores_las.html) se menciona que los valores son principios que permiten y ayudan a un ser humano a labrar o trazar un camino a lo largo de la vida ya sea por el bien o el mal, estos son parte primordial en el desarrollo de toda persona, ya que están presentes en todas las acciones que se pueden realizar, es decir, cada decisión, preferencia, gusto, aprecio, tiene su raíces en los valores.

Los valores son los principios que permiten que una persona oriente su comportamiento en diferentes situaciones. Son creencias establecidas que ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro.

*(Ver Anexo G: Mapa Conceptual Marco Teórico 6.1 Conceptos Fundamentales relacionados con el producto o servicio)*

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y diseño**

### **6.2.1 Comunicación**

Según Claude E. Shannon y Warren Weaver (1948) la comunicación es un modelo matemático.

Shannon estableció a través de esta teoría una ecuación matemática para poder medir el valor informativo de los mensajes, tomando en consideración la “información como un valor cuantificable en los procesos de comunicación.

Objetivo del modelo matemático

- Mejorar la velocidad en la creación y transmisión de los mensajes.
- Mejorar la capacidad de los canales de comunicación.
- Codificar eficazmente los mensajes, evitando la ambigüedad y ruidos entre el emisor y receptor.

La comunicación es una forma de persuasión o transmisión de mensajes tanto verbal o no verbal entre personas. Es importante en la vida de cualquier ser humano, de la misma forma es fundamental en la vida de cualquier empresa.

### **6.2.2 Comunicación escrita**

Según [www.escolares.net](http://www.escolares.net) informa que la comunicación escrita se percibe a través de la visión, las palabras se leen y por ende se utiliza el sentido de la vista. Esto causa una mayor concentración del lector, pues para entender la idea planteada debe analizar el contenido y evaluar las formas de la escritura o el sentido que tiene de esta.

La comunicación escrita es la cual se realiza por el medio escrito. El emisor es la persona que produce textos para poder enviar su mensaje. Este envía su mensaje a través de un libro periódico, circular o cuaderno y logrando llega a muchos receptores que lo decodifican al leerlo y así hace que su mensaje sea transmitido por varias personas.

### **6.2.3 Comunicación Visual**

Hambree R. (2008) indica que el diseño Gráfico es sinónimo de Comunicación Visual, ya que crea mensajes estéticamente atractivos, que conecten con el público, de forma emocional e intelectual y le transmitan algún tipo de

información, sustituyendo el mensaje hablado o escrito. La comunicación visual logra traspasar barreras de idioma, grupo étnico, económico e incluso de edad, ya que es más fácil reconocer y entender una imagen, que transmita por medio de colores y figuras un mensaje, que escrito en un idioma diferente, solamente cierto grupo de personas podría comprender.

La comunicación visual es un medio de transmisión de mensajes estructurados. En este tipo de comunicación es influida por el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el medio o canal y el referente. Logrando así poder enviar visualmente la comunicación para que las personas puedan decodificarlo.

#### **6.2.3.1 Comunicación visual corporativa**

El sitio web <http://www.ucm.es/info/mdes/ComVisual.pdf> se entiende por comunicación visual corporativa el conjunto de manifestaciones expresivas que hacen visible la identidad de una empresa y de sus productos, o que permiten establecer diferencias visuales que se asocian a una organización cuando se hace reconocer frente a las demás.

La comunicación corporativa visual es el conjunto de manifestaciones expresivas que hacen visible la identidad de una empresa y de sus productos, o que permiten establecer diferencias visuales que se asocian a una organización cuando se hace reconocer frente a las demás logrando así ser efectiva.

## **6.2.4 Comunicación organizacional**

La página Bidireccional <http://bidereccional.net> comparte como comunicación corporativa a la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus públicos.

La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo en la cual permite el movimiento de la información para relacionar las necesidades e intereses de la organización con su personal y con la sociedad logrando así tener un balance en ambas.

## **6.2.5 Funciones de la comunicación**

En la página <http://e-commerce.buscamix.com/web/content/view/46/128> se define como:

**Informativa:** Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el canal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la información de hábitos, habilidades y convecciones.

La función Informativa es la función que orienta hacia el contexto. Logrando así identificarla como en una forma lingüística.

**Emotiva:** La función Emotiva está centrada en el destinado; refleja, sobre todo, la actitud subjetiva del hablante ante lo que dice, y utiliza las interjecciones con más frecuencia.

La función emotiva informa del estado de ánimo del emisor o en general. Además de transmitir una información, el hablante expresa a la vez su actitud ante lo que dice y el receptor percibe lo que esta persona está sintiendo en ese momento.

### **6.2.6 Comunicación gráfica**

En el sitio web [http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicaciondjhk7contenido\\_iposcom.htm#Comunicación Gráfica](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicaciondjhk7contenido_iposcom.htm#Comunicación%20Gráfica) define la comunicación gráfica como es todo medio por el cual se transmite un mensaje de manera visual, cualquier mensaje por cualquier medio.

La comunicación gráfica es el medio por el cual se emite un mensaje a un receptor con la intención consciente de afectar a su conducta. Este mensaje se emite de manera gráfica para que se reciba visualmente, puede ser por medio de la fotografía, ilustración, editorial o incluso la combinación de estas, lo importante es que el mensaje llegue correctamente y que para el usuario sea leíble, legible, comprensible y con un grado de impacto.

*(Ver Anexo H, Mapa Conceptual Marco Teórico 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación)*

## **6.2.2 Conceptos Fundamentales relacionados con el diseño**

### **6.2.2.1 Diseño**

Joan Costa (1992) define el diseño como todo el conjunto de actos de reflexión y formalización material que intervienen en el proceso creativo de una obra original (gráfica, arquitectónica, objetual, ambiental), la cual es fruto de una combinatoria particular. Mental y técnica- de planificación, ideación, proyección y desarrollo creativo en forma de un modelo o prototipo destinado a su reproducción, producción y difusión por medios industriales.

Es una técnica creativa que involucra no solamente con la producción de imágenes sino que con el análisis, la organización y los métodos de presentación de soluciones visuales a los problemas de comunicación logrando así ser efectivo en comunicación.

### **6.2.2.2 Diseño de Identidad Corporativa**

En el sitio web <http://www.fotonostra.com/grafico/corporativo.html> comparte que la identidad corporativa de una empresa o marca se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma. La imagen que refleje la empresa a través de la personalidad, la hará identificarse de las demás y colocarse en mayor o menor escala.

La identidad corporativa recalca los diferentes elementos de una empresa, una marca o una compañía utiliza para distinguirse del resto. Todos estos



elementos en conjunto son los que dan la noción de una identidad corporativa. Esto es importante para que la empresa se distinga a las de más.

#### **6.2.2.2.1 Logotipo**

Según <http://www.fotonostra.com/glosario/logotipo.htm> indica que un logotipo es (estrictamente se traduce como "tipo de letra") a un identificador de marca. El logotipo puede estar formado por uno o varios tipos de letra. El logotipo hace referencia al nombre de la marca.

Un logotipo, es un emblema conformado a partir de letras, abreviaturas, imágenes, etc. En la cual el producto o marca determinada para que esta sea fácilmente identificada entre las personas, logrando así diferenciarse de las de más.

#### **6.2.2.3 Diseño editorial**

Zapaterra (2008) agrega que esta rama del diseño se encarga de organizar los elementos (textos, imágenes, ilustraciones, etc.) en forma jerárquica en un espacio bidimensional, mediante el uso de la diagramación y las retículas. Además es un proceso del diseño orientado a informar, instruir, comunicar, educar y desarrollar una combinación de todas estas acciones, lo cual lo diferencia de las otras áreas del diseño gráfico.

En el diseño editorial es esencial para tomar en cuenta la unidad gráfica para mantener el estilo según el grupo objetivo al cual va dirigido. La línea de diseño debe de ser evidente en la retícula, la tipografía, los colores y las

imágenes para asegurar que el diseño cumpla con su objetivo y vaya acorde al concepto de diseño.

#### **6.2.2.4 Material impreso**

García, M. (2011) Menciona que el material impreso es todo aquello que se expresa gráficamente y que ha sido sometido a un proceso de impresión, ya sea fotos, folletos, publicidad, materiales de revistas, periódicos, libros, etc. Los materiales impresos logran tener un efecto en cuanto a las personas pues tienen la opción de volver a ver la publicación varias veces para analizarla.

Según Garcia, M. (2011), los materiales impresos se dividen en:

##### **6.2.2.4.1 Folleto:**

Este es un material impreso utilizando de forma publicitaria o informativa, en el que se da a conocer los pormenores de algún tema específico, ventajas y características de los servicios y productos que se promocionan, de una forma creativa e ilustrada. El folleto tiene un mundo de trabajo amplio, desde el uso publicitario, medico, educativo o informativo ya que el contenido de páginas varía según la necesidad de lo que se transmite.

El material impreso es todo aquello que se expresa gráficamente y que en la cual ha sido llevado por un proceso de impresión, puede contener fotos, folletos, publicidad, materiales de revistas, periódicos, libros, etc. logrando así que siempre esté al alcance de los receptores para que estos puedan referirse a la misma en cualquier momento.

### 6.2.2.5 Materiales Informativos

Aguirre, N. (2007) comparte que el material gráfico informativo, son materiales que tienen como finalidad de transmitir información, se elaboren combinando letras, signos, símbolos e imágenes de manera creativa. Entre estos se puede mencionar: afiches, volantes, tri-foliares, folletos, catálogos, revistas, volantes entre otros.

Aguirre N. (2007) indica que se debe tomar ciertos lineamientos para la elaboración de material informativo, como:

- Crear un mensaje fácil de comprender

Las terminologías complicadas hacen de un material informativo, poco comprensible para todas las personas. Debe estudiarse a fondo el grupo objetivo al que se dirige, para transmitir un mensaje apto a sus necesidades.

- Simplificar los mensajes por párrafos

La separación de párrafos facilita la lectura, ya que evita el cansancio ocular y evita que el lector pierda el interés.

- Crear interés por medio de contrastes visuales

La colocación de imágenes, variación en tamaños y colores, provee al material de un dinamismo que invita al lector a continuar informándose.

### **6.2.2.6 Diagramación**

Como lo explica Martínez, J. (2004) en su libro “Comunicación para el Diseño Gráfico, diseñar y diagramar, no significa adornar un texto. Cuando se habla de diagramación se hace referencia a la parte visual de un impreso, es decir al proceso de reunir de una forma organizada y armónica los textos e imágenes que se pretende entregar al lector.

La diagramación es una técnica de espacios en la cual puede ser utilizada en diferentes formas creativas en trabajos tales como, revistas, folletos, libros y otros. La diagramación puede hacer un impacto visual para llamar la atención ya que se puede estructurar los diferentes medios escritos para que esta sea efectiva.

#### **6.2.2.6.1 Espacio**

Quando se diagrama se debe analizar donde se colocará cada uno de los elementos y la distancia que tendrá uno del otro, el tipo de imágenes a colocar y la dimensión de éstas. El espacio se define como la distancia o área, entre o alrededor de las cosas y pueden considerarse como el cuarto elemento fundamental del diseño y diagramación, ya que al no ser utilizado adecuadamente, puede dar la sensación de desorden, saturación o vacío. (Martínez J. 2004).

Conocer y determinar el espacio de que cada objeto debe ayuda que el documento tenga un impacto visual, especialmente cuando se está diagramando puede verse con un equilibrio o incluso puede causar un

descontrol y verse todo desordenado. Esto es importante para poder crear jerarquías dentro del documento y así poder resaltar que es importante en cada uno.

#### **6.2.2.6.2 Jerarquía visual**

Martínez J. (2004) indica que al diagramar debe tenerse claro el orden en el que se pretende que el observador perciba cada uno de los elementos que conforman la composición a exponer, para guiarlo a través de la información más importante hacia la menos importante. Esto contribuye a que la comunicación sea efectiva y que sea comprendida en su totalidad.

La jerarquía visual tiene como relación al peso visual. Es poder recurrir identificar que cada elemento que se use no importando si es una imagen, texto, etc. Esta quite la atención del espectador y así poder crear un impacto visual mayor.

#### **6.2.2.7 Maquetación**

En la página <http://www.fotonostra/grafico/maquetacion.html> maquetar un diseño consiste en dar un formato a los documentos a todo el conjunto de elementos que lo componen, las imágenes, los textos entre otros.

La maquetación consiste de hacer una planificación del documento que se va a elaborar. Logrando así poder identificar los elementos desde el más importante hasta el menor.

#### **6.2.2.8 Retícula**

Según Timothy Samara (2004), la retícula aporta un orden sistemático a la maquetación, diferenciando los diversos tipos de información y facilita la navegación del lector, a través del contenido. La retícula sitúa los elementos en un área espacial dotada de regularidad.

#### **6.2.2.9 Tipografía**

Ellison (2008), en su libro “Tipografía Digital, Cómo Utilizar La Tipografía de Forma Creativa en el Diseño Gráfico”, menciona que el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. También se ocupa del espacio y clasificación de distintas fuentes tipográficas.

Es la que se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

#### **6.2.2.10 Color**

Carlos Franco (2003), en su libro “Color Digital, Gráficas de color aplicables digitalmente, página 3, define: el color es una sensación visual que debe contar con tres elementos: una fuente de luz, un objeto y un observador.

##### **6.2.2.10.1 Círculo cromático**

Según el sitio web <http://www.proyectacolor.cl/teoria-de-los-colores/circulo-cromatico/> define: la forma en que los teóricos y artistas plantearon el estudio racional de las armonías de color son los

llamados círculos cromáticos, que tienen por objeto interrelacionar los colores del espectro y sus derivaciones, definiendo así sus múltiples transiciones. El círculo cromático – también llamado círculo de matices, rueda cromática o rueda de color – es el resultante de distribuir alrededor de un círculo, los diferentes colores que conforman el segmento de la luz visible del espectro solar, descubierto por Newton, y manteniendo el orden correlativo: rojo, naranja, amarillo, verde, azul ultramar y violeta.

#### **6.2.2.10.3 Colores corporativos**

Según el sitio <http://www.crecenegocios.com/los-colores-de-una-empresa/> define los colores corporativos como la identidad corporativa de una empresa. Es decir, el uso de un color predominante o la combinación de algunos (en el logotipo, en el local, en los envases, publicidad, página web, etc.), ayuda a definir la personalidad o el estilo de una empresa.

El color corporativo de una empresa es tan importante como su nombre. Según el tipo de color que tenga representará una cosa u otra y dará una imagen específica al exterior.

El color es una experiencia visual que a través de los ojos se logra percibir ciertas sensaciones y así poder influir al ser humano, cuando domina en el ambiente. Es importante poder implementar el color en diferentes medios impresos para dar la sensación de importancia,

calidez, esfuerzo, dedicación para dar a conocer el mensaje que se quiere dar a conocer.

#### **6.2.2.11 Composición**

En la página de Fotonostra <http://www.fotonostra.com/Composición> Distribución, balance y relación general de espacios, luces, colores y líneas que conforman una imagen.

La producción de mensajes en lenguaje gráfico, el valor que cada composición tenga un significativo y un punto de vista visual en la cual ayuda a construir una sólida base de comunicación del mensaje logrando así poder dar un énfasis en la composición del documento.

#### **6.2.2.12 Imagen**

El sitio web [www.fotonostra.com/imagen](http://www.fotonostra.com/imagen) define que se **denomina imagen a la representación figurativa de una cosa**. Es la representación de una realidad captada a través de los sentidos. Las imágenes son captadas por nuestra vista, y permanecen allí, o pueden luego plasmarse sobre un lienzo, o un papel, por ejemplo. Pueden también ser captadas por una lente óptica o reflejadas en un espejo.

Una imagen es una copia de la realidad, se utiliza para captar un momento, una persona, para recordar. Una imagen puede ser una fotografía, lienzo, etc., se utiliza en diferentes medios para poder expresar, motivar, o hacer sentir un sentimiento a través de una imagen.

*(Ver Anexo I, Mapa Conceptual Marco Teórico 6.2 Conceptos Fundamentales relacionados con el diseño)*



## **6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **6.3.1.1 Semiología**

Es la disciplina que estudia la interpretación y sentido de aquello que pretende ser comunicado. Esto significa que estudia fenómenos significantes, objetos de sentidos, sistemas de significación, lenguajes, discursos y los procesos a ellos asociados. El enfoque semiótico responde a las interrogantes de ¿Por qué y cómo en una determinada sociedad un “algo” o, un conjunto de palabras, un gesto, un objeto un comportamiento, significa un mensaje? (Hembree R. 2008).

Los signos y los símbolos, son entidades semióticas y son una de las herramientas para la comunicación más efectiva, ya que traspasan las barreras del idioma y ayudan a los diseñadores a transmitir mensajes únicos a través de experiencias y significados compartidos con el destinatario, ya que el signo es la unidad mínima de representación de un diseño, que cuenta con una intención propia. (Hembree R. 2008)

La semiología es una ciencia que se encarga del estudio de los signos. Esta ciencia se encarga de todos los estudios relacionados como es que se utiliza los signos tanto lingüísticos, la semántica y la escritura.

#### **6.3.1.1.1 Símbolo**

La semiología fue definida como la ciencia que estudia la vida de los signos en el interior de la vida social, siendo su rama más importante la lingüística. Cuando hablamos de signos y su uso en la comunicación,

hacemos referencia a la semiología y la semiótica según lo indica Cifuentes J. (2008) en su libro El Signo Lingüístico.

#### **6.3.1.1.2 Íconos:**

Estos son representaciones de objetos en forma de ilustración o fotografías simplificadas que permiten comunicar un mensaje con rapidez.

#### **6.3.1.2 Semiología del Discurso**

Los lingüistas (G. Mounin, E. Busyssens, L. J. Prieto) definen la semiología del discurso como el estudio de los procedimientos de comunicación, es decir, de los medios utilizados para influenciar a los demás y reconocidos como tales por aquéllos a los que se quiere influenciar. Estos medios conocidos y comunes a emisor y receptor son para Buysens (1943) señales convencionales y se oponen a los indicios, objetos de significación, pero no de comunicación que, aunque pueden ser interpretados, no constituyen hecho semiótico.

La semiología fue definida y estudiada por Saussure en Ginebra, en 1908, como "la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social", haciéndola depender de la psicología general y siendo su rama más importante la lingüística.

La semiología del discurso es utilizada para poder tener una influencia en las personas por el medio de la lingüística, utilizando un mensaje para poder hacer

que las personas actúen o piensen de cierta forma logrando así alcanzar el objetivo deseado.

### **6.3.1.3 Semiología de la Imagen**

Según <http://www.fotonostra.com/semiologia> define la semiología de la imagen como el estudio de signos icónico y los procesos de sentido-significación a partir de la imagen. El estudio de la imagen y las comunicaciones visuales en realidad desborda lo estrictamente pictórico o visual, tal como pueden ser los análisis de colores, formas, iconos y composición, para dar paso a los elementos históricos y socio-antropológicos que forman parte de la semiótica de la imagen.

La semiología de la imagen es el estudio de signos en la cual las comunicaciones son visuales, son diferentes en su estilo de forma, tamaños y colores, para que por medio de un icono se puede transmitir un mensaje.

### **6.3.1.4 Psicología**

Según Costa J. y Morales A. (2005) en su libro *Publicidad y Diseño- Nuevo Reto de la Comunicación* indican que la psicología es uno de los elementos más importantes aplicados al diseño y publicidad, ya que estudian al grupo objetivo para dirigir sus mensajes e intentar crear una necesidad que en la mayoría de ocasiones no existe. La publicidad utiliza la sorpresa, la persuasión, la seducción, el escándalo; sus métodos se esfuerzan a menudo en atenuar el espíritu crítico del público, apelando a la estructura emocional, utilizando métodos que hagan al receptor asociar el mensaje y el producto,

creando sentimientos aspiraciones de belleza, poder, riqueza, estatus, entre otros. Los sistemas publicitarios trabajan la psicología del individuo, transmitiendo mensajes como de que el hecho de consumir o adquirir el producto nuevo, de último modelo, es sinónimo de progreso.

La Psicología es la ciencia que estudia la conducta y los procesos mentales. Trata de describir y explicar todos los aspectos del pensamiento, de los sentimientos, de las percepciones y de las acciones humanas.

#### **6.3.1.4.1 Psicología del Color**

Ricupero S. (2007) en el libro “La Psicología del Color” se refiere a la psicología del color como un campo de estudios dirigidos a analizar el efecto del color en la percepción y conducta humana, ya que tiene vinculación con la estimulación de emociones.

Los colores ejercen sobre su observador diferentes acciones como: Impresión, al momento de ser observado y llamar la atención; capacidad de expresión, ya que cada color expresa diferente significado y provoca reacciones o una emoción. Cada color posee un carácter y significado propio, adquiriendo el valor de un símbolo, capaz de comunicar una idea.

Los colores y los sentimientos se combinan para que estas sean utilizadas en influir a las personas por medio de lo que se quiera transmitir.

### **6.3.1.5 Andragogía**

Alcalá, A. (1997) define la andrología como la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Es la ciencia y el arte que, siendo parte de la Antropología y estando inmersa en la educación permanente, se desarrolla a través de una praxis fundamentada en los principios de Participación y Horizontalidad; cuyo proceso, al ser orientado con características sinérgicas por el Facilitador del aprendizaje, permite incrementar el pensamiento, la autogestión, la calidad de vida y la creatividad del participante adulto, con el propósito de proporcionarle una oportunidad para que logre su auto realización.

La androgogía es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto. Es un método utilizado para poder llegar a enseñar nueva información ya que es importante que este cambie su forma de enseñanza para poder entender, aplicar y explicar lo que se estudia en una forma efectiva.

### **6.3.1.6 Sociología**

Según Camacho D. (1995) los estudios acerca de la sociedad surgieron mucho antes del término o delimitación de las aristas de esta ciencia: La diversidad de los usos y costumbres entre las diferentes sociedades intrigó a los pensadores de muchas partes del mundo.

La sociología estudia al hombre en su medio social, es decir, en una sociedad, cultura, país, ciudad, clase social, etc.

Es la ciencia que estudia una sociedad, en ella se considera en sus modelos que la sociedad está constituida por un gran conjunto de estructuras y relaciones, la que pueden ser de orden social, político, económico y cultural.

#### **6.3.1.7 Cibernética**

Según el sitio web [www.aprendizaje.com](http://www.aprendizaje.com) comparte que la cibernética es la ciencia que se ocupa de los sistemas de control y de comunicación en las personas y en las máquinas, estudiando y aprovechando todos sus aspectos y mecanismos comunes

La cibernética es una ciencia vinculada con la teoría de sistemas, se ocupa del estudio de: el mando, el control, las regulaciones. El propósito de la cibernética es desarrollar un lenguaje y técnicas que permitan atacar los problemas de control y comunicación en general en cualquier procedimiento.

#### **6.3.1.8 Fotografía**

Stone y Gladis (2003) en su libro *Avanza: Fotografía Digital*, mencionan que la fotografía es la técnica de grabar imágenes sobre una superficie de material sensible a la luz, basándose en el principio de la cámara oscura, en la cual se consigue proyectar una imagen captada por un lente o un conjunto de lentes, de tal forma que el tamaño de la imagen queda reducido y aumenta su nitidez.

La fotografía es la ciencia y el arte de lograr captar momentos especiales para una persona. Es el proceso de captar imágenes y establecerlas en un lugar y momento determinado por el fotógrafo.

### **6.3.1.9 Tecnología**

Según la página <http://www1.uprh.edu> se menciona que el término tecnología viene del griego tecnología, de teche, arte, y logos, tratado. De acuerdo a las variadas definiciones que encontramos en los libros de texto, el término tecnología se refiere a:

- Aprovechamiento sistemático de conocimientos y prácticas.
- Una manera determinada de conducir la acción, una forma de planificar y controlar el proceso operativo.
- El conjunto de todos los conocimientos, adecuadamente organizados y necesarios para la producción y comercialización de un bien o de un servicio.
- Técnicas para organizar lógicamente cosas, actividades o funciones de manera que puedan ser sistemáticamente observadas, comprendidas u transmitidas.

La tecnología es la aplicación de conocimientos estructurados o científicos a tareas prácticas. Se considera un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos que sirven para el diseño de construcción de objetos.

### **6.3.1.10 Teoría de la comunicación**

Basado en el libro Teorías de la Comunicación, de Oteo E. (1997), declara que la comunicación es el proceso mediante el que se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones

mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo, la información es por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

La teoría de la comunicación es el método en la cual está establecida y comprobada el proceso que se utiliza para que exista la comunicación. Es importante que esta tenga todos los elementos necesarios para que esta sea efectiva, logrando así poder enviar un mensaje y tener una retroalimentación para comprobar que el mensaje fue enviado de la manera correcta y esperada

### **6.3.2 Tendencias**

En la página web <http://es.scribd.com/doc/5447795/TENDENCIAS> indica: que la tendencia es absolutamente esencial para el enfoque técnico del análisis de mercados. Todas las herramientas usadas por el analista técnico tienen un solo propósito: detectar y medir las tendencias del precio para establecer y manejar operaciones de compra-venta dentro de un cierto mercado

Las tendencias es un patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un periodo de tiempo. La tendencia es la dirección o rumbo del mercado, es importante entender que los mercados no se mueven en línea recta en ninguna dirección. Las tendencias son maneras en las cuales



las personas son influenciadas por un periodo de tiempo para vestir, actuar, o sentir de cierta forma.

### **6.3.2.1 Minimalista**

En la página <http://www.wnadesign.com/teoria-del-diseño-minimalista/> se define que el diseño minimalista es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados a la vista. Su propósito es hacer que sobresalga el contenido. Desde el punto de vista visual, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza. Por lo tanto, los diseños minimalistas ofrecen contenidos visuales concretos abordados de la simplicidad, no simpleza, de los recursos gráficos que se deben emplear para lograr desarrollos consecuentes, sin distracciones. Diseño minimalista es mostrar solo lo importante o lo realmente funcional.

*(Ver Anexo J, Mapa Conceptual Marco Teórico 6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias)*

## **Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar**

---

## **Capítulo VII**

### **Proceso de diseño y propuesta preliminar**

#### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

La información obtenida en el marco teórico son conceptos que fundamentan la elaboración del material informativo.

Los materiales informativos impresos son una herramienta fundamental para Fondo Unido de Guatemala, ya que permite conocer las actividades que se realizan en “La Feria de los Sueños”, para los futuros patrocinadores en una manera rápida, flexible y económica.

La aplicación de los procesos de comunicación, diseño y ciencias auxiliares son una de las principales bases que justifican su realización.

##### **7.1.1 Aplicación del proceso de comunicación**

###### **7.1.1.1 Comunicación**

Es un proceso en el que se puede transmitir información. Es importante en la elaboración del proyecto para dar a conocer las distintas actividades que se realizan en “La Feria de los Sueños” de Fondo Unido de Guatemala.

Con la comunicación se definirá el canal por el que llegará la información a los futuros inversionistas para alcanzar mayor participación de las empresas en la actividad.

### **7.1.1.2 Comunicación visual corporativa**

Por medio de la comunicación visual corporativa se mantendrá la unificación gráfica, tanto en la redacción como en el diseño del material informativo para “La Feria de los Sueños”, de Fondo Unido.

## **7.1.2 Aplicación del diseño**

### **7.1.2.1 Diseño**

El diseño es importante para la elaboración de este proyecto, ya que se inicia desde el proceso creativo, en el que se trata de realizar el mensaje a transmitir, por medio de una composición visual que permita hacer de este material informativo, un instrumento de consulta, atractivo y fácil comprensión, para las futuras empresas que desean ser parte de la actividad “La Feria de los Sueños”.

Se utilizara elementos de diseño, como:

- **Gráficos:** El material corporativo que incluye el logotipo que identifica a Fondo Unido de Guatemala.
- **Fotografías:** que muestren las actividades realizadas en “Feria de los Sueños” del 2012, que ilustren la felicidad que sienten los niños en esta actividad.
- **Elementos Geométricos:** Utilizando cuadrado se estará insertando fotografías o información sobre temas importantes.

### **7.1.2.2 Diseño Editorial**

El diseño editorial será aplicado en la elaboración del material informativo impreso para las futuras empresas que desean participar en la actividad “La Feria de los Sueños”, de Fondo Unido, ya que es el área de diseño especializada en la maquetación y composición, de forma que el material sea diagramado en forma organizada, minimalista, con espacios para la colocación de textos e imágenes, siempre buscando un equilibrio estético y que la combinación de estas ayuden a facilitar la comprensión de la información sobre esta actividad.

### **7.1.2.3 Maquetación**

La maquetación será aplicada para darle un formato claro a la información a comunicar a los futuros inversionistas, para la adecuada colocación de los elementos como textos, imágenes, colores, entre otros.

### **7.1.2.4 Diagramación**

La aplicación correcta del uso de la diagramación es de suma importancia en este proyecto, ya que ayuda la comprensión de imágenes y textos, logrando que el material impreso sea llamativo, siempre tomando en consideración los siguientes aspectos como:

- Espacio: Mantener el espacio entre cosas para que no dé la sensación de desorden o saturación.
- Tamaño: Dar importancia a los elementos que se utilizarán.

- Color: Se utilizarán los colores corporativos que es el rojo, azul y amarillo.
- Contraste: Se utilizará para atraer la atención del receptor y así crear un impacto visual.

#### **7.1.2.5 Aplicación de retícula**

La diagramación que se propone para la elaboración del material informativo para “La Feria de Los Sueños” de Fondo Unido es una retícula modular, ya que al combinar cuadros de texto y la colocación de fotografías dará la sensación de ser dinámico y divertido.

#### **7.1.2.6 Aplicación de color**

El material informativo que se propone es para impresión a full color, ya que se utilizarán fotografías para dar a comprender los contenidos. El color que predomina en el material informativo serán los colores que identifican a Fondo Unido de Guatemala, que son el rojo, azul y amarillo.

#### **7.1.2.7 Tipografía**

Según Fotonostora, es el arte y la técnica de crear y componer tipos para comunicar un mensaje. La elaboración del proyecto utilizará la tipografía corporativa que es “**Trade**” y así unificar el concepto de diseño con la imagen corporativa de Fondo Unido de Guatemala.

### **7.1.2.8 Aplicación de fotografía**

La aplicación adecuada de este elemento es de suma importancia ya que para llevar acabo el material informativo impreso para las futuros patrocinadores de “La Feria de Los Sueños” de Fondo Unido de Guatemala. Se propone que utilizando la fotografía, se verán las diferentes actividades que se realizan en esta actividad, rostros de niños felices, para que sea una forma dinámica para dar la sensación de calidez y promueva el deseo de ayudar.

## **7.1.3 Aplicación de las ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **7.1.3.1 Semiología**

El estudio de los signos es de suma importancia ya que para saber qué textos e imágenes en el material informativo. El grupo objetivo captará lo que se desea transmitir por medio de la semiología.

### **7.1.3.2 Psicología**

Por medio del material informativo, se pretenderá transmitir un mensaje positivo al ayudar en la actividad “La Feria de los Sueños”. Se aplicará la psicología por medio de la conjugación de esta ciencia, con el diseño, diagramación para transmitir al receptor el mensaje sensación de querer ayudar.

### **7.1.3.3 Psicología del Color**

Los colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala son: rojo, azul, y amarillo lo cual da a transmitir una sensación de alegría, precaución, alerta, ayuda, estabilidad, profundidad, confianza. Adicionalmente, las fotografías serán a full color y fondos blancos dando una sensación de confianza y alegría.

### **7.1.3.4 Andragogía**

La aplicación de la andragogía en la elaboración del folleto informativo es para ilustrar las actividades que se realizan en “La Feria de Los Sueños”.

El folleto está dirigido a los futuros inversionistas de esta actividad, por lo que se requiere de la andragogía en el proceso de aprendizaje, para poder motivar el valor de ayudar a la niñez en un adulto. Se permitirá establecer de la manera correcta poder crear un material orientado hacia las nuevas empresas.

### **7.1.3.5 Sociología**

Con esta ciencia se pueden conocer las formas internas de una organización, las relaciones que los empleados mantienen entre sí y como es el sistema social.

Esto, con el fin de ver qué valores deben ser incorporados al folleto informativo para mantener los ideales dentro de Fondo Unido de Guatemala para que estos sean vistos por los futuros patrocinadores de esta actividad.



### **7.1.3.6 Minimalista**

Los diseños minimalistas ofrecen un contenido visual concreto, no simpleza, de los recursos gráficos que se deben emplear para lograr desarrollos consecuentes, sin distracciones para hacer un impacto visual.

Se utilizará para minimizar la medida de los contenidos que se utilizarán en el material informativo sobre las actividades de “La Feria de los Sueños”.

## **7.2 Conceptualización**

### **7.2.1 Método**

Galería de Famosos (Hall of Fame) fue creada por Michael Michalko extraída de su libro Thinkertoys. Consiste en extraer ideas partiendo de un objetivo creativo o foco a partir de citas de personas famosas y grandes mentes de la historia (tanto de verdad como de ficción).

#### **¿Para qué?**

Ayuda a descubrir nuevas perspectivas y a generar ideas partiendo de un objetivo creativo o foco.

#### **¿Cómo?**

Las citas y frases de estas personas contienen ideas e ideas en potencia cuya esencia se podrá extraer para sacar las semillas que germinarán en las nuevas ideas.

## **Frases:**

- Que toda la vida es sueño, y los sueños, sueños son.
- A veces en la vida hay que saber luchar no sólo sin miedo, sino también sin esperanza.
- El bien de la humanidad debe consistir en que cada uno goce al máximo de la felicidad que pueda, sin disminuir la felicidad de los demás.
- La infancia tiene sus propias maneras de ver, pensar y sentir; nada hay más insensato que pretender sustituirlas por las nuestras.
- Los niños son el recurso más importante del mundo y la mejor esperanza para el futuro.
- Si ayudo a una sola persona a tener esperanza, no habré vivido en vano.
- Nunca será tarde para buscar un mundo mejor y más nuevo, si en el empeño ponemos coraje y esperanza.
- Vivir no es sólo existir, sino existir y crear, saber gozar y sufrir y no dormir sin soñar. Descansar, es empezar a morir.
- Solamente una vida dedicada a los demás merece ser vivida.
- Cada uno de los movimientos de todos los individuos se realizan por tres únicas razones: por honor, por dinero o por amor.
- Una de las ventajas de las buenas acciones es la de elevar el alma y disponerla a hacer otras mejores.
- Nuestra naturaleza está en la acción.

- Debemos obrar como hombres de pensamiento; debemos pensar como hombres de acción.
- El éxito consiste en obtener lo que se desea. La felicidad, en disfrutar lo que se obtiene.
- El secreto del éxito en la vida de un hombre está en prepararse para aprovechar la ocasión cuando se presente.

**Autores:**

- Pedro Calderón de la Barca
- Alessandro Pertini
- Aldous Huxley
- Jean Jacques Rousseau
- John Kennedy
- Martin Luther King
- Alfred Tennyson
- Albert Einstein
- Napoleón
- Séneca
- Henri Bergson
- Emerson
- Benjamin Disraeli

## **Objetivo Creativo**

Definir el concepto en el que se elaborará el material informativo para los futuros patrocinadores de la actividad “La Feria de los Sueños” de Fondo Unido de Guatemala.

## **Frase:**

- Los niños son el recurso más importante del mundo y la mejor esperanza para el futuro.- John Kennedy
- Que toda la vida es sueño, y los sueños, sueños son. - Pedro Calderón de la Barca

## **Posibilidades**

- La esperanza siempre existe en los niños
- Un sueño es el futuro
- Los sueños son la esperanza del futuro.
- Toda esperanza cae en los niños
- El mundo está compuesto de sueños.
- Los niños son el futuro.
- La vida es mejor con sueños.
- La esperanza nunca se pierde.
- El mundo es más bonito con la esperanza de un sueño.
- La vida es un sueño.

- Los sueños son alegría para los niños.
- Nunca hay que perder la esperanza y soñar
- Soñar es la esperanza del mundo.

### **7.2.2 Definición de concepto**

La frase conceptual “Los sueños son la esperanza del futuro”, fue seleccionada para que identifique el diseño y la elaboración del material informativo para Fondo Unido de Guatemala.

En esta actividad que se realiza en el mes de noviembre, se promueve que los niños sueñen y por medio de cartas en las que ellos elaboran, pueden escribir o dibujar qué es lo que les gustaría ser cuando sean grandes. La frase conceptual hace énfasis en que existe una esperanza para ellos, que puedan lograr sus sueños y así motivarlos en la que se deben esforzar para lograrlo.

### **7.3 Bocetaje**

Los bocetos han sido elaborados a mano, utilizando lápiz, crayones, marcadores, rapidográfos, en hojas papel bond. El mensaje que se busca transmitir por medio de la diagramación del material informativo está basado en la línea de imagen que maneja Fondo Unido de Guatemala, que es minimalista para que la información y las imágenes tengan un alto impacto visual y sean fáciles de leer con la estructura en la que manejan su línea de comunicación y diseño al utilizar sus colores y tipografía corporativos.

<b>Elemento Gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
<b>Color</b>	Crear un enlace con los colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala	Ilustrador: en fondo blanco. Colores Corporativos (CMYK): Rojo: 0, 79, 100, 0 Azul: 100, 68, 0, 12 Amarillo: 0, 35, 85, 0 Blanco: 0, 0, 0, 0	Estabilidad Confianza Unificación
<b>Tamaño</b>	Colocar el formato horizontal para hacer un manual fuera de lo común y así resaltar la actividad.	Ilustrador: diagramar el formato con las medidas (11 x 8.5 pulgadas).	Comodo Atractivo
<b>Fotografía</b>	Ilustrar actividades y niños que son beneficiados por la actividad “La Feria de los Sueños”	Photoshop Fotografías al aire libre utilizando una cámara Canon Rebel XS, con varios tipos de lente angular.	Alegría Diversión Motivación Amor Deseo Felicidad
<b>Tipografía</b>	Desarrollar un hilo conceptual con la imagen corporativa que maneja Fondo Unido de Guatemala.	Ilustrador: utilizar la tipografía corporativa que maneja Fondo Unido de Guatemala (TRADE)	Estabilidad Unificación Confianza
<b>Logotipo</b>	Imagen institucional	Illustrator: a full color, o blanco	Identificación Unión

(Ver Anexo K, Tabla de Requisitos)

### 7.3.1 Opción 1

En esta propuesta se propone el manejo de los colores corporativos sobre un fondo blanco para resaltar la línea de imagen que maneja Fondo Unido de Guatemala. Se utilizan fotografías del evento “Feria de los Sueños” Día Mundial de Acción para mostrar la alegría que los niños y los voluntarios sienten durante la actividad. El tamaño del formato es 11” x 8.5” para que parezca un libro de cuentos y a la vez sea fácil de entender la información.

#### Portada (Opción 1)



- Se utilizaron los colores corporativos que identifican a Fondo Unido de Guatemala
- Se colocará el Logo de La Feria de los Sueños sobre nubes
- Se colocará swirls para promover el movimiento de los diferentes sueños
- Manejar líneas rectas para dar la estructura

### Diagramación de las páginas de información izquierda (Opción 1)



Se diagramaron los títulos con jerarquía para crear interés.

Se manejaron swirls para manejar la línea de diseño

Se utilizaron módulos para facilitar la información de la Feria de los Sueños

Foto de un niño que querrá transmitir un sentimiento de alegría en las diferentes actividades del evento.

### Diagramación de la página de información derecha (Opción 1)



Se diagramaron los títulos con jerarquía para crear interés Utilizando la tipografía institucional.

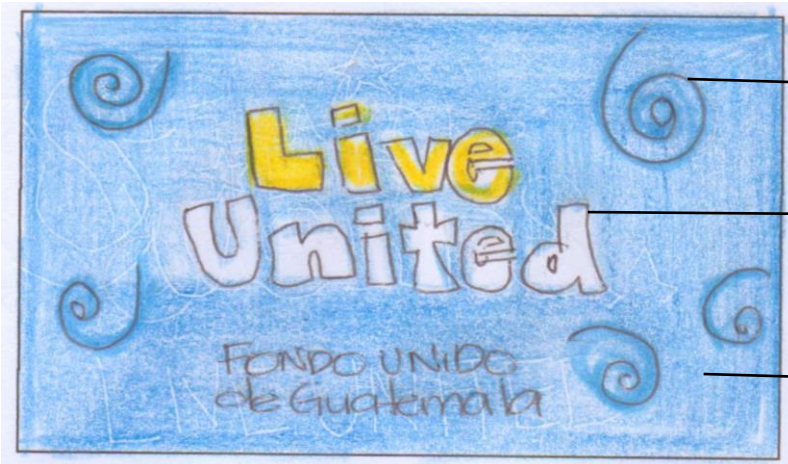
Se manejaron swirls para manejar la línea de diseño y mostrar movimiento

Se manejaron tablas para facilitar la información

Foto de una niña que desear transmitir un sentimiento de alegría en las diferentes actividades del evento.



## Contraportada (Opción 1)



Se manejaron swirls para manejar la línea de diseño y mostrar movimiento

Se colocará el Logo de Fondo Unido de Guatemala.

Se utilizó Trade Gothic para facilitar la lectura.

Se utilizaron los colores corporativos que identifican a Fondo Unido de Guatemala

### 7.3.2 Opción 2

En esta propuesta se propone que se maneje los colores corporativos entre sí utilizando cuadrados para resaltar la unión que maneja Fondo Unido de Guatemala. Se utiliza un fondo blanco para resaltar la información sobre la actividad y mantenga un concepto de minimalista. Las fotografías que se utilizarán serán de niños en la actividad que muestren felicidad, y estén realizando diferentes actividades con los voluntarios de las diferentes empresas que participaron en el evento. El tamaño del formato es 11" x 8.5" para que parezca un libro de cuentos y a la vez sea fácil de entender la información.

#### Portada (Opción 2)



Foto de niños que refleja unión y una actividad que se realizó en la Feria de los Sueños de Fondo Unido

Se utilizó el logo de Live United para mostrar unión en el folleto informativo de Fondo Unido de Guatemala

Se utilizó Trade Gothic para facilitar la lectura.

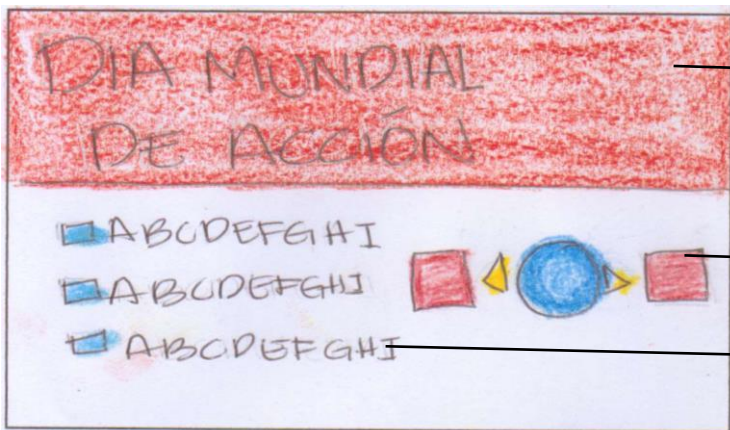
Se colocará el Logo de La Feria de los Sueños sobre nubes

### Diagramación de las páginas de información izquierda (Opción 2)



Foto de niños con el tamaño del formato para mostrar alegría que tienen los voluntarios con los niños en la actividad que refleje unión, diversidad.

### Diagramación de las páginas de información derecha (Opción 2)



Se diagramo al utilizar líneas para crear jerarquías y así mostrar los diferentes temas.

Se utilizaron módulos para facilitar la información de la Feria de los Sueños

Se utilizaron viñetas para que la información sea más fácil de leer.

## Contraportada (Opción 2)



Se diagramo al utilizar líneas con los colores de Fondo Unido de Guatemala para mostrar unión en el folleto informativo.

Se colocará el Logo de Fondo Unido de Guatemala.

Se utilizó Trade Gothic para facilitar la lectura.

Se colocaron íconos de redes sociales para facilitar el acceso de información que maneja Fondo Unido de Guatemala

### 7.3.3 Opción 3

En esta propuesta se propone que se manejen las imágenes con los colores corporativos para mostrar que existe unificación entre ambas con un diseño minimalista. Se utilizan fotografías del evento “Feria de los Sueños” Día Mundial de Acción para mostrar la alegría que los niños y los voluntarios. El tamaño del formato es 11” x 8.5” para que sea fácil de entender la información.

#### Portada (Opción 3)



Se utilizaron estrellas de diferentes tonalidades para mostrar la sensación de inspiración de diferentes sueños

Fotografía de niña que refleja alegría.

Se colocará el Logo de Fondo Unido de Guatemala.

Se utilizó Trade Gothic para facilitar la lectura.

### Diagramación de las páginas de información izquierda (Opción 3)



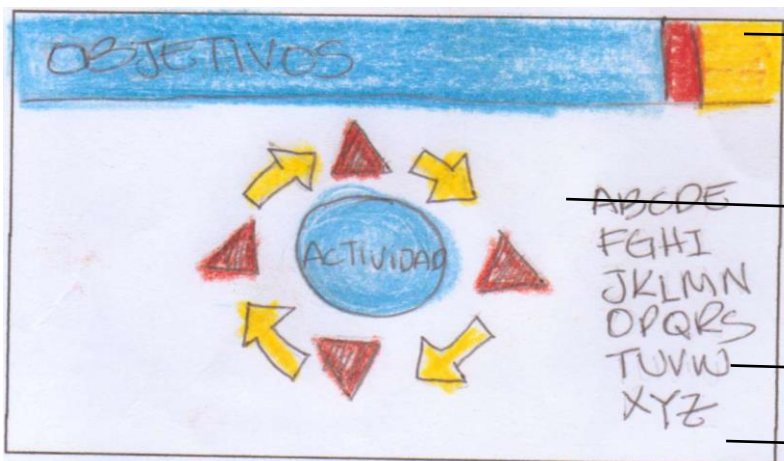
Se utilizaron listones para identificar temas importantes para crear jerarquías en los diferentes temas del folleto informativo.

Foto de niños que refleje unión y diversidad en los niños que participan en la Feria de los Sueños

Se colocará el Logo de Fondo Unido de Guatemala.

Se utilizó Trade Gothic para facilitar la lectura.

### Diagramación de las páginas de información derecha (Opción 3)



Se utilizaron listones para identificar temas importantes para crear jerarquías en los diferentes temas del folleto informativo.

Se utilizaron módulos para facilitar la información de la Feria de los Sueños

Se colocará el Logo de Fondo Unido de Guatemala.

Se utilizó Trade Gothic para facilitar la lectura.

### Contraportada (Opción 3)



Se colocará el Logo de Fondo Unido de Guatemala.

Se utilizó Trade Gothic para facilitar la lectura.

Se utilizaron los colores corporativos que identifican a Fondo Unido de Guatemala

Se diagramó la información para que fuera fácil tener contacto con Fondo Unido de Guatemala.

### 7.3.4 Opción 4

En esta propuesta se propone que se maneje la opción de utilizar una imagen de estrellas para mostrar alegría, esperanza, felicidad, ilusión, en la que las imágenes del manual ayudarán a mostrar cómo con los colores corporativos una unificación entre ambas con un diseño minimalista. Se utilizan fotografías del evento “Feria de los Sueños” Día Mundial de Acción 2013, para mostrar la alegría que los niños y los voluntarios. El tamaño del formato es 8.5” x 8.5” para que sea fácil de entender la información.

#### Portada (Opción 4)



Se colocará el Logo de Fondo Unido de Guatemala.

Se utilizó Trade Gothic para facilitar la lectura.

Se utilizaron estrellas para mostrar los diferentes sueños que los niños tienen como

Se utilizaron los colores corporativos que identifican a Fondo Unido de Guatemala



#### Diagramación de las páginas de información izquierda (Opción 4)



Foto de niños con tamaño del formato para mostrar alegría que tienen los voluntarios con los niños en la actividad que refleje unión, diversidad y alegría.

Se utilizaron líneas con los colores corporativos para mostrar unión en el folleto.

Se resaltó mensajes positivos con valores que se trabaja en Fondo Unido de Guatemala

#### Diagramación de las páginas de información derecha (Opción 4)



Se utilizaron líneas con una parte de una estrella para mostrar seguimiento a los subtemas.

Se diagramó los subtemas al medio para crear listas y facilitar la lectura de la información..

Se utilizaron viñetas para que la información sea más fácil de leer.

Se utilizaron una imagen que muestre a los voluntarios con los niños en la actividad que refleje unión, diversidad y alegría.

#### Contraportada (Opción 4)



Se diagramo una frase institucional de Fondo Unido de Guatemala.

Se utilizó estrellas para mostrar diferentes sueños. .

Se utilizaron los colores corporativos que identifican a Fondo Unido de Guatemala

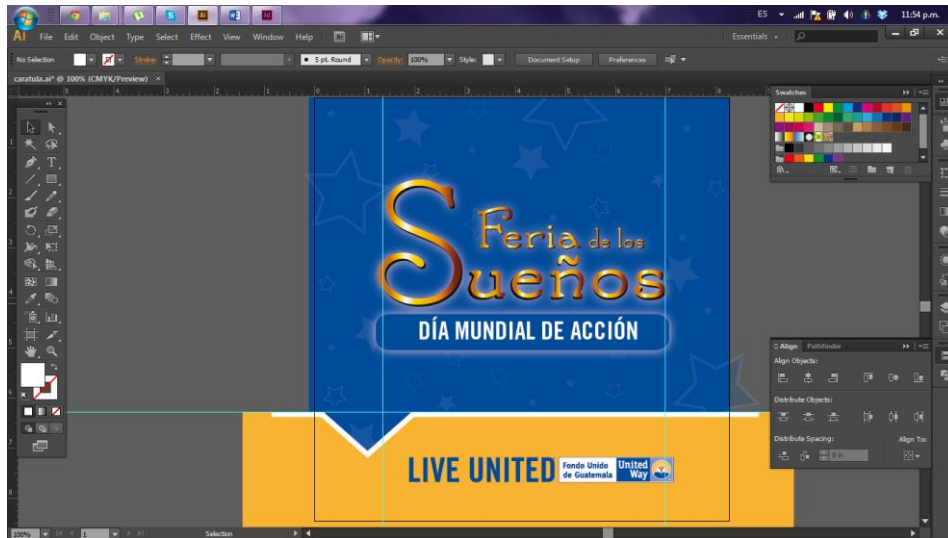
Se colocaron iconos de redes sociales para facilitar el acceso de información que maneja Fondo Unido de Guatemala

Sesión fotográfica en la actividad La Feria de los Sueños 2012 que se incluyeran en el folleto informativo.

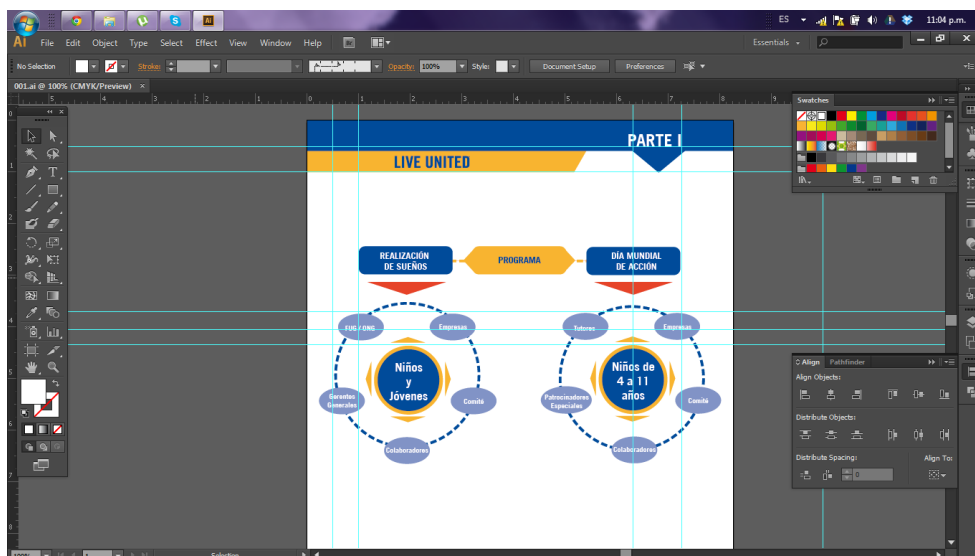
*(Ver Anexo L: Fotografías Feria de los Sueños 2012)*

### 7.3.4 Proceso de digitalización

#### Digitalización de Portada



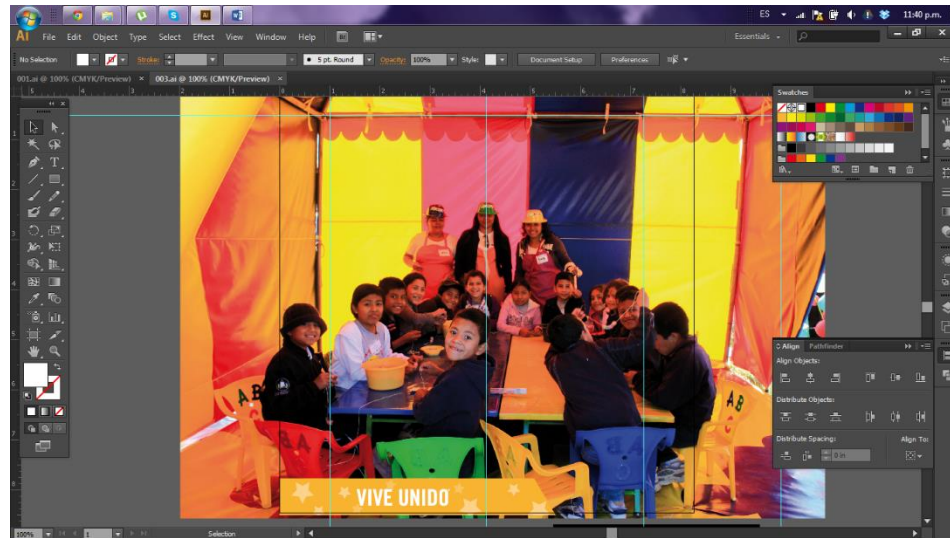
#### Digitalización de Página Informativa



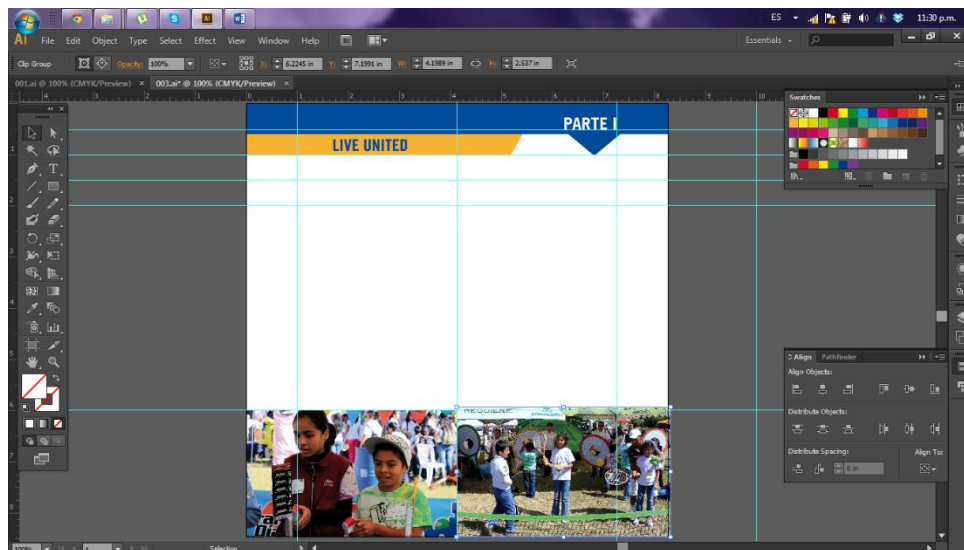
El folleto informativo se realizó en Adobe Illustrator y Adobe Indesign para obtener el mejor resultado. Se utilizaron los colores corporativos de Fondo Unido para mostrar una continuidad corporativa. Se utilizaron módulos para hacer que la información tenga facilidad para ser comprendida.

### 7.3.4 Proceso de digitalización

#### Digitalización de Página Principal de Tema



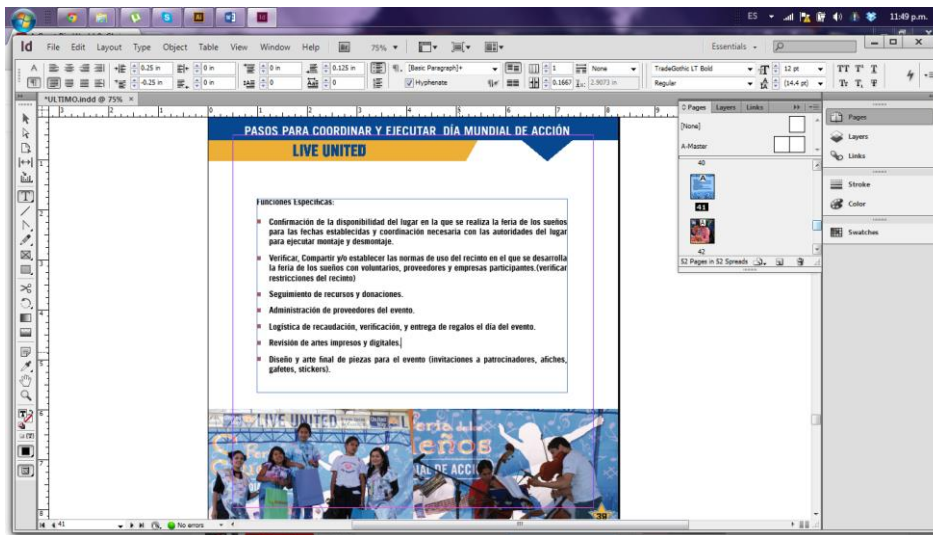
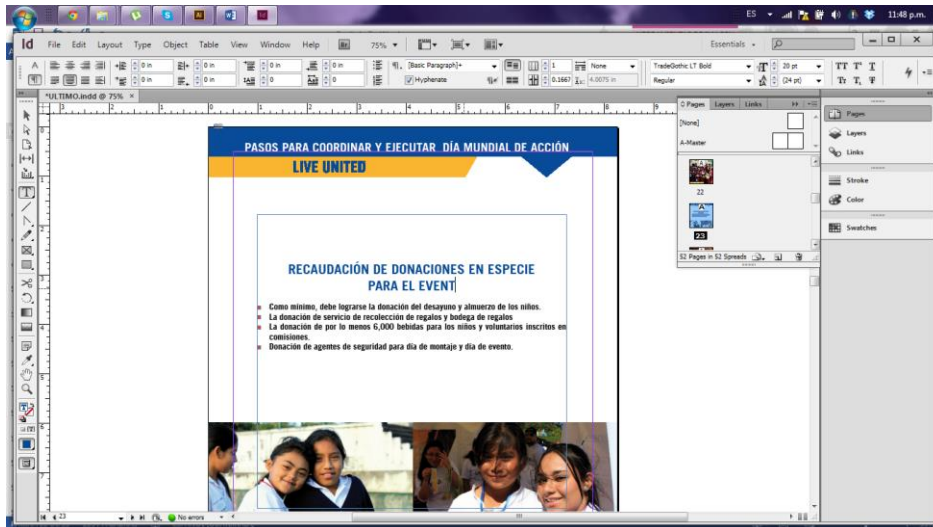
#### Digitalización de Pagina de Contenido



Se utilizaron las fotografías tomadas durante la actividad La Feria de Los Sueños para resaltar los valores y la alegría de los niños. El diseño siempre hace un énfasis en la figura de estrellas al usar picos para indicar el tema principal.

### 7.3.4 Proceso de digitalización

## Digitalización en Indesign



La maquetación del folleto informativo se realizó en Indesign con la diagramación y la tipografía simple para que la información fuera fácil de comprender. Utilizando viñetas para indicar los pasos a seguir en las diferentes actividades en La Feria de Los Sueños.

## 7.2 Propuesta Preliminar

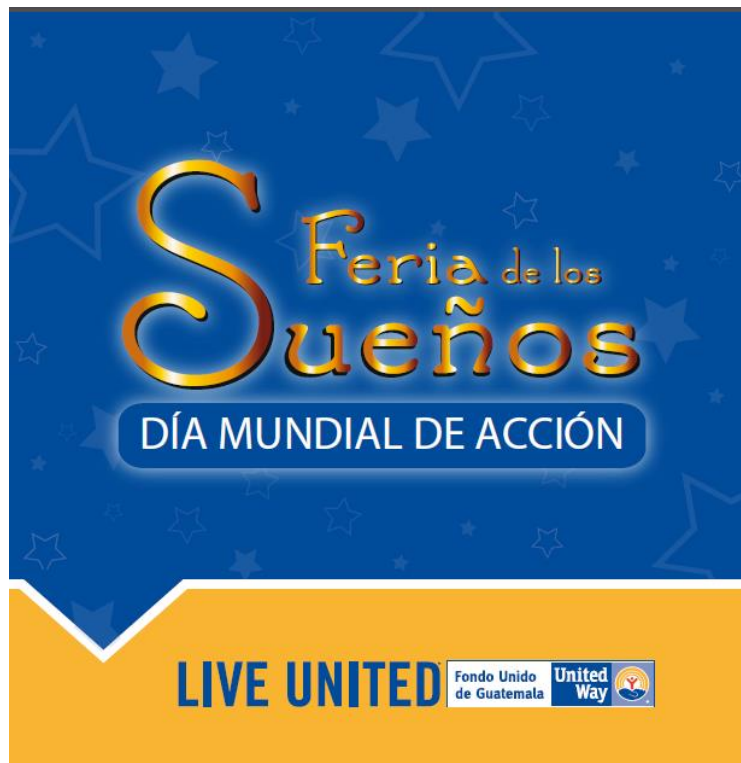
Portada



8.5"

La portada se identificó con el logo oficial de La Feria de los Sueños. Se utilizaron los colores corporativos para hacerle seguimiento a la línea de diseño que se utiliza en Fondo Unido de Guatemala.

8.5"  
Portada interior



8.5"

La portada interior se aplicó estrellas de diferentes tamaños que representan los deseos de los niños que participan en La Feria de los Sueños. Se utilizaron los colores corporativos para seguir la línea de diseño que se maneja en Fondo Unido de Guatemala

8.5"

**Propuesta preliminar**

Página 2 “¡ASÍ APRENDEMOS!”



8.5”

Se utilizó una cinta que para unificar una frase que muestre los diferentes valores sociales que se quiere enseñar en La Feria de Los Sueños.

La fotografía refleja que haciendo se aprende.

8.5”

Página 3 “ÍNDICE”

LIVE UNITED		ÍNDICE
<b>Parte I</b>		<b>5</b>
Realización de Sueños, Objetivo, ¿Quiénes pueden participar?		7
Pasos para Desarrollar la Realización de Sueños Durante El Año		9
<b>Parte II</b>		
Día Mundial de Acción, Objetivos		11
<b>Pasos para Coordinar y Ejecutar Día Mundial de Acción</b>		
¿Quiénes pueden participar?, Definir la Temática		13
Formas de Participación		15
Coordinación de Reuniones		17
Administración de la Información		19
Recaudación de Donaciones en Especie para el Evento		21
Coordinación de Comisiones de Voluntariado		23
Coordinaciones de Regalos Personalizados		27
Metodología de Regalos Personalizados		31
Metodología de Regalos Personalizados		33
Premiación de Heores		35
Funciones Generales		37
Funciones Especificas		39
Funciones Especificas		41
Acciones Posteriores al Evento		43
Consultas		45

8.5”

Se manejó cintas para identificar los títulos de las páginas para con un pico que indica hacia abajo para que la mirada baje por medio de un triángulo que es parte de la estrella que se maneja en el folleto informativo.

8.5”

## Propuesta preliminar

### Página 4 “VIVE UNIDO”



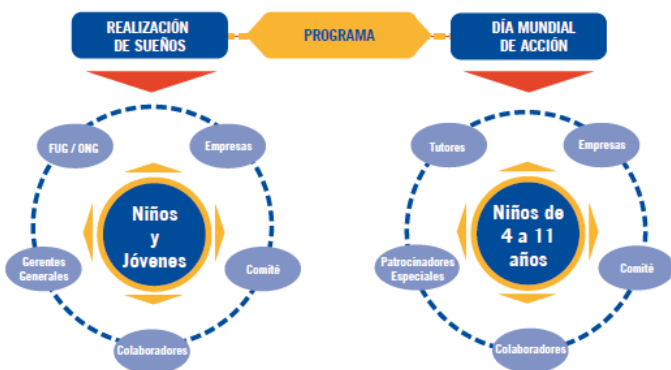
Se aplicó una cinta para identificar una frase que identifica los diferentes valores que se quiere enseñar en La Feria de Los Sueños.

La fotografía refleja un orden y diversión mientras se crean manualidades.

8.5”

8.5”

### Página 5 “PARTE I”



Se diagramó módulos para organizar la información y hacerla más fácil para los futuros patrocinadores de la actividad comprender qué es el Día de Acción y cómo es que se realizan los sueños.

Se utilizaron los colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala

8.5”

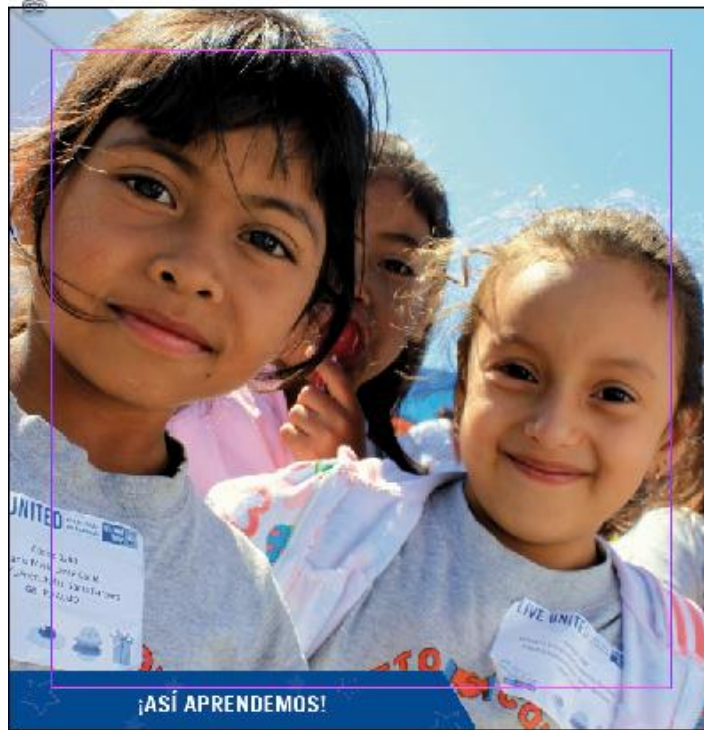
8.5”





## Propuesta preliminar

### Página 6 “¡ASÍ APRENDEMOS!”



8.5”

8.5”

Se utilizó una cinta que para identificar una frase que identifica los diferentes valores que se quiere enseñar en La Feria de Los Sueños.

La fotografía refleja la felicidad e inocencia.

### Página 7 “PARTE I”

**PARTE I**

**LIVE UNITED**

**REALIZACIÓN DE SUEÑOS**

Feria de los Sueños, más allá de un evento, es un programa que inspira a niños y a jóvenes a tener sueños, durante el año, con el apoyo de nuestros ejecutores. Los inspiramos a creer que son capaces de alcanzar el éxito con el apoyo de gerentes, comités y demás colaboradores quienes hacen realidad los sueños de los niños por un día, como los que aspiran ser pilotos aviadores, doctores, reporteros, chefs, etc.

**OBJETIVO**

Hacer realidad sueños, creando un vínculo entre voluntarios y los niños que han sido beneficiados con la inversión de los recursos, de más de 75 socios y sus colaboradores, a través de Fondo Unido de Guatemala.

**¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?**

- Empresas y Colaboradores Asociados a Fondo Unido Guatemala
- Niños y jóvenes beneficiados de Programas Sociales de United Way Guatemala

8.5”

8.5”

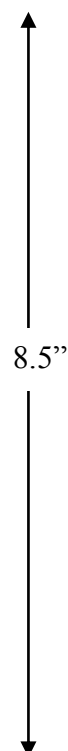
Se utilizaron cintas para identificar el título.

Se diagramaron los subtítulos utilizando los colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala al centro, para crear más énfasis en la importancia del tema.

La fotografía refleja la alegría y la importancia de ser voluntario.

## Propuesta preliminar

Página 8 “VIVE UNIDO”



Se utilizó una cinta que para mostrar un diferente valor que se quiere enseñar en La Feria de Los Sueños.

La fotografía refleja inocencia y esperanza.

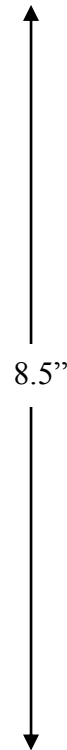
Página 9 “Parte I”

**PARTE I**

**LIVE UNITED**

**PASOS PARA DESARROLLAR LA REALIZACIÓN DE SUEÑOS DURANTE EL AÑO**

- Solicitar al contacto de las comunidades a que niños de 4 a 11 años, escriban y dibujen sus sueños.
- Solicitar que las cartas físicas sean enviadas a FUG y clasifica los mejores 300 sueños.
- Tabular los mejores sueños en una base de datos Excel.
- Compartir la base de datos con las empresas.
- Promover e influir para que por lo menos, las empresas que participan en el Día Mundial de Acción, hagan realidad el sueño de algún niño.
- Informar al contacto de la comunidad correspondiente, la fecha, hora, lugar y agenda de la realización de sueños.
- Compartir a la empresa la guía y objetivos que cumplir con los niños en la realización de sueños.
- Presenciar la realización de sueños y tomar fotografías.
- Publicar agradecimiento a la empresa y logros.



Se diagramó con viñetas para identificar los pasos a seguir de la actividad.

Se manejaron cintas para identificar el título, se manejó los colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala para mostrar la información.

La fotografía refleja diversión y competencia

## Propuesta Preliminar

### Página 10 “SÉ VOLUNTARIO”



8.5”

8.5”

Se utilizó una cinta para mostrar un valor que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

La fotografía refleja inocencia, alegría y diversidad que existe en Guatemala. .

### Página 11 “PARTE II”

**LIVE UNITED** **PARTE II**

#### DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN

Es la movilización de alrededor de 1300 voluntarios de empresas socias para celebrar que los niños de los programas sociales de Fondo Unido, tienen sueños y metas de vida.

#### OBJETIVOS

- Realizar un evento no lucrativo, donde las empresas y los niños beneficiados, practican y aprenden valores, principios, actitudes y nuevas habilidades o conocimientos para alcanzar sus metas personales, académicas profesionales o laborales.
- Unir a las empresas y sus colaboradores para patrocinar stands y shows, donaciones en especie y voluntarios en las diferentes comisiones que se requieren para el éxito y seguridad del evento.
- Lograr que los niños cuenten con la inspiración de voluntarios, con personajes y stands altamente creativos e innovadores, para aprender jugando.

8.5”

8.5”

Se manejó una cinta para identificar el título, se diagramaron los subtítulos utilizando los colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala al centro para crear más énfasis en la importancia del tema.

Se utilizaron viñetas para identificar listas como objetivos

La fotografía refleja la felicidad y valores como la lectura.



VIVE UNIDO

8.5”

8.5”

Se diagramaron los subtítulos utilizando colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala

Se utilizaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja la alegría y competencia.

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

**¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?**

- Empresas y Colaboradores Asociados a Fondo Unido Guatemala
- Niños y jóvenes beneficiados de Programas Sociales de United Way Guatemala.
- Patrocinadores Especiales

**DEFINICIÓN DE TEMÁTICA**

- Definir la temática y listado de subtemas de stand del evento del año.
- Presentar la temática ante el comité organizador y el listado de tema de stands, para que escojan el suyo. (Lo van seleccionando en orden, conforme el listado de asistencia).
- Definir un listado de valores y principios para que las empresas lo escojan para su stand. (Lo van seleccionando en orden, conforme el listado de asistencia).
- Asignar los temas de stand a cada empresa en la base central de información.
- Se escoge un tema para que los niños en el stand, aprendan pero jugando.
- La idea es que todos en el evento estén disfrutando de acuerdo al tema y vista el desfile.
- El objetivo es que los niños, y voluntarios conozcan y amplien su conocimiento de forma lúdica y divertida. Los stands deben responder a la temática.
- No pueden haber temas repetidos.
- Confirmar la temática del stand de la empresa (saber que reflejarán en su stand).

A photograph showing a group of children and adults at an outdoor event. Some children are wearing white shirts with 'LIVE UNITED' printed on them. They appear to be participating in an activity or performance.

8.5”

8.5”

Se manejaron cintas para identificar el título.

Se utilizaron viñetas para identificar listas como objetivos

La fotografía refleja la el talento de niños cantando y la alegría de ser voluntario.

## Propuesta Preliminar

### Página 14 “ASÍ JUGAMOS”



8.5”

Se manejaron cintas para aplicar una frase de valor que se quiere enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se aplicaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja inocencia, interés en jugar.

### Página 15 “FORMAS DE PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS”

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

**FORMAS DE PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS**

- Montaje de stand (Tiene un costo, para pagar los gastos del evento)
- Voluntariado
- Regalos
- Donaciones en Especie.

**ADMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

- Llevar en una sola base de datos, la información central que genera toda la coordinación, logística, control e ingresos del evento. (ver formato ejemplo).
- Actualizar la base de datos central, cada vez que hayan cambios por parte de la empresa, ONG o FUG.

8.5”

Se adaptaron cintas para identificar el título y subtítulos.

Se utilizaron viñetas para identificar pasos a seguir.

La fotografía refleja diversión e imaginación

## Propuesta Preliminar

Página 16 “VIVE UNIDO”



8.5”

Se aplicaron cintas que para una frase con los diferentes valores que se quiere enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se aplicaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja inocencia y esperanza.

8.5”

Página 17 “COORDINACIÓN DE REUNIONES”



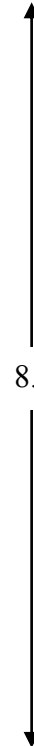
8.5”

Se usaron cintas para identificar el título y subtítulos.

Se aplicaron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

La fotografía refleja unión e planificación.

8.5”

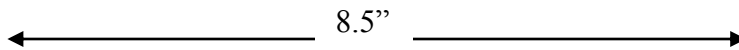


Se utilizaron una cinta que identifique un valor que se quiere enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se manejaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja alegría y diversión.

8.5”

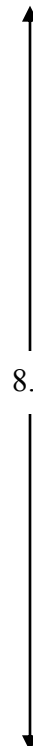


8.5”

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

COORDINACIÓN DE MONTAJE Y DESMONTAJE

- Buscar o definir el lugar idóneo para albergar a 3500 personas.
- Las empresas pueden adquirir derecho de piso para montar su stand, con un costo definido por FUG.
- La ubicación de los stands son electos por las empresas, en orden de llegada a la reunión de comité establecida.
- Definir y diseñar logística con croquis que guíe el montaje y desarrollo del evento.
- Todo el montaje, incluyendo las empresas y sus stands, se realiza un día antes.
- Tomar en cuenta las normas y restricciones del lugar para montar, que deberán seguir todos los participantes.
- Los stand deben ser altamente creativos y decorados de forma innovadora según el tema que represente.
- Los stands deben practicar y promover un valor o principio con los niños.
- Se deberá gestionar que restaurantes o proveedores paguen un derecho de piso, para que puedan vender comida.
- Contratar Baños portátiles para niños y empresas.
- Proveer luz eléctrica para los stands y otros montajes.
- Buscar el apoyo de EMETRA para tránsito vehicular y de parqueo.
- Montar un kiosco de información/escenario/arima decorado, como centro de sonido para directrices generales del evento.



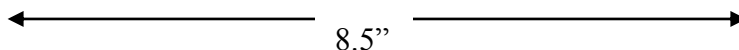
Se designaron cintas para identificar el título.

Se diagramaron los subtítulos utilizando los colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala.

Se aplicaron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan dos actividades que se definen competencia e imaginación.

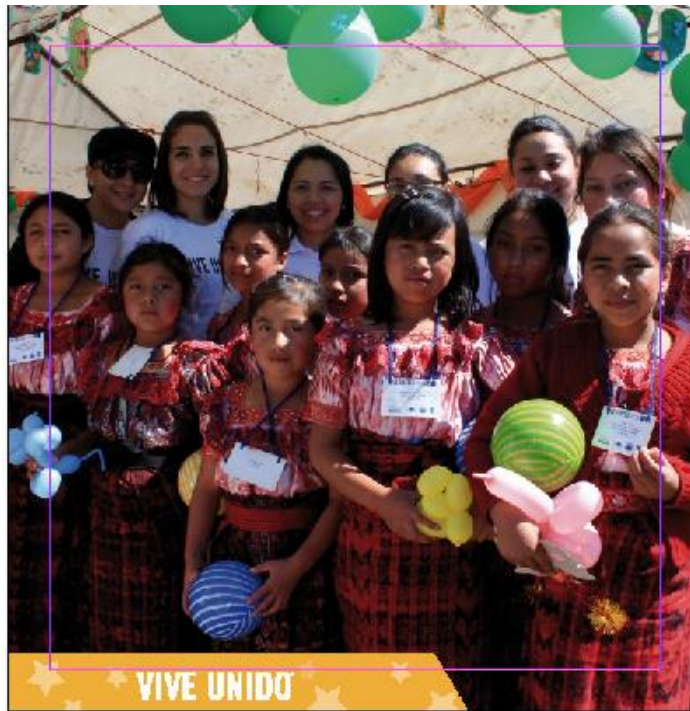
8.5”



8.5”

## Propuesta Preliminar

### Página 20 “VIVE UNIDO”



8.5”

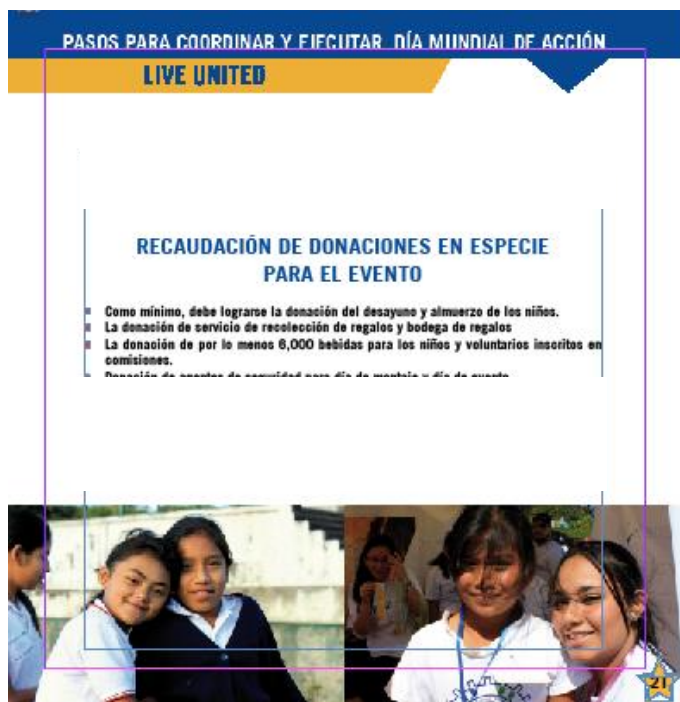
8.5”

Se dedicó una cinta que contiene un valor que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se manejaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja alegría y una diversidad en cultura.

### Página 21 “RECAUDACION DE DONACIONES EN ESPECIE PARA EL EVENTO”



8.5”

8.5”

Se aplicaron cintas para identificar el título y subtítulos.

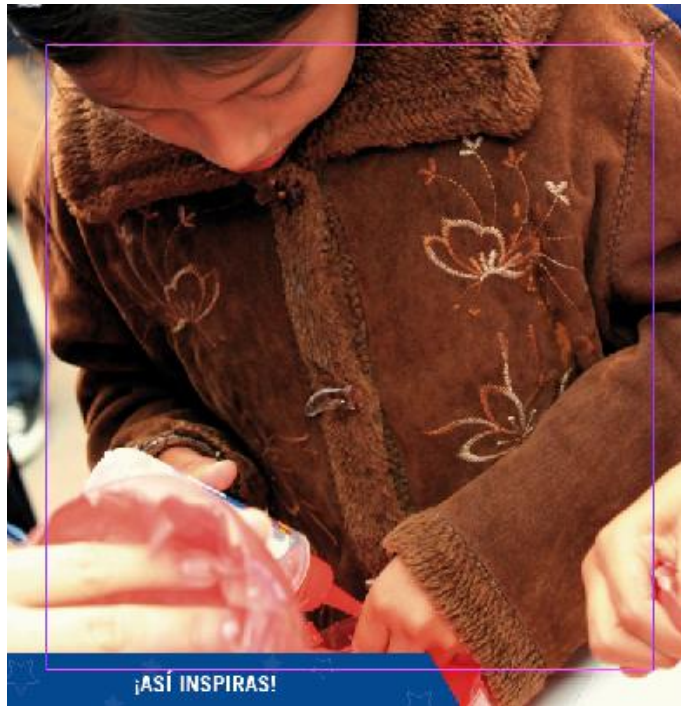
.Se utilizaron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan esperanza e unión.

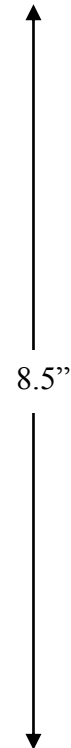


## Propuesta Preliminar

### Página 22 “¡ASÍ INSPIRAS!”



8.5”



Se diseñó una cinta que contiene un valor que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se utilizaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja determinación e imaginación.

### Página 23 “COORDINACIÓN DE COMISIONES DE VOLUNTARIADOS”

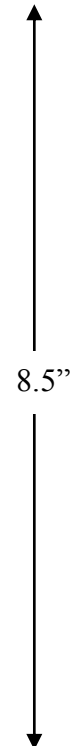
**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

**COORDINACIÓN DE COMISIONES DE VOLUNTARIADOS**

Toda comisión debe contar con líder/responsable del grupo de voluntarios de su empresa. FUG deberá contar con la lista/datos de los que integran la comisión con el número y correo de los líderes. Debe recibir por parte de FUG, una capacitación previa y las guías que describen sus funciones y horarios detallados.

- Comisión de Información: Se requieren 8-10 voluntarios para apoyar a los invitados. Es también el centro de coordinación y apoyo de los coordinadores del evento (FUG-Empresa Contratada).
- Comisión de Regalos: Se requieren 25 voluntarios para verificar y entregar que todos los regalos estén completos.
- Comisión de Recepción y Acompañamiento de Niños: Se requieren por lo menos 300 voluntarios que ayuden a tutores a entretener, cuidar, ordenar y dirigir a los niños por organización.
- Comisión de Primeros Auxilios: Se requieren a 25 voluntarios que supervisen al área, y llevar a un niño a ser atendido por ambulancia.
- Comisión de Alimentación e hidratación: Se requieren voluntarios de la empresa donante, para entregar a los niños y tutores su desayuno y almuerzo.

8.5”



Se designó una cinta para identificar el título.

Se utilizaron viñetas para los pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan dos actividades que se refleja unión y diversión.

**Propuesta Preliminar**

Página 24 “FOTO DE ACTIVIDAD”



8.5"

Se maneja una fotografía que muestre la actividad de La Feria de los Sueños de Fondo Unido en la mitad del folleto.

La fotografía refleja unión.

8.5"

Página 25 “FOTOGRAFÍA DE ACTIVIDAD”



8.5"

Se manejó una fotografía que muestre la actividad de La Feria de los Sueños de Fondo Unido en la mitad del folleto para crear un mayor impacto en los futuros patrocinadores de esta actividad.

La fotografía refleja unión.

8.5"

## Propuesta Preliminar

### Página 26 “VIVE UNIDO”



8.5”

8.5”

Se diseñó una cinta para un valor que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se manejaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja aprendizaje y diversión.

### Página 27 “COORDINACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS”

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

**COORDINACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS**

- Solicitar a las ONGS, llenar datos de niños y tutores, estrictamente en un formato especial de FUG. (Edad, Nombre completo, género).
- Los listados deben recibirse, a mediados de Julio lo más tarde, para armar y entregar a tiempo los afiche a las empresas.
- Una vez recibidos los listados de los niños, no pueden solicitar el cambio de niños.
- Informar a cada organización que el formato no debe contener más de 125 niños (invitando únicamente a 23 organizaciones).
- Diseñar de Afiche. Deberá ser entregado a las empresas con dos meses de anticipación).
- Distribuir o asignar el número de regalos que solicite la empresa con el código, nombre, edad, género, organización y nombre de la empresa que lo apadrina. (ver formatos)
- Hacer la combinación de correspondencia en stickers avery 5161. Son dos diseños de combinación. 1. Stickers miniaturas para afiches y 2. Stickers para gafetes y regalos de niños.(ver formato ejemplo)
- Imprimir los 2 tipos de stickers y armar los afiches y gafetes, hasta lograr que los 2,000 niños tengan su regalo con su nombre y datos.

8.5”

8.5”

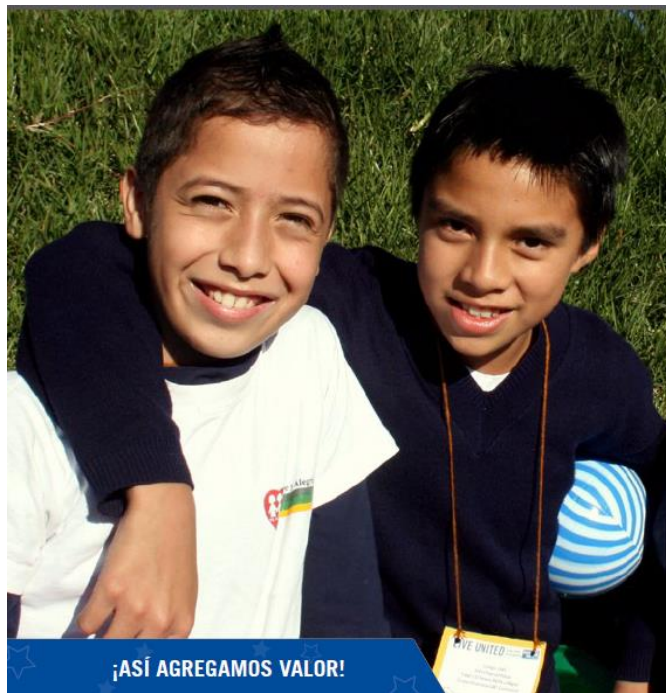
Se aplicó una cinta para identificar el título y subtítulos.

Se utilizaron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan determinación y diversión.

## Propuesta Preliminar

Página 28 “¡ ASÍ AGREGAMOS VALOR!”



8.5”

Se manejó una cinta con los valores que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se asignaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja unión y diversión.

8.5”

Página 29 “METODOLOGÍA DE REGALOS PERSONALIZADOS”



### METODOLOGÍA DE REGALOS PERSONALIZADOS

- Coordinador distribuye los afiches en lugares visibles de su empresa antes de poner los afiches, coordinador solicita a sus colaboradores, seguir todas las instrucciones del afiche.
- Los regalos deben ser juguetes educativos, según la edad del niño. no regalar ropa, accesorios o productos perecederos o juguetes bélicos.
- Cuando le entreguen el regalo, el coordinador pide al colaborador, los datos del niño que escogió del afiche.
- Cuando el coordinador recibe los datos del niños y el regalo del colaborador, inmediatamente pega al regalo el sticker, con el nombre del niño que corresponda. los stickers, lo entrega united way guatemala, junto con el afiche.
- Los regalos son recogidos por la empresa donante de servicio de mensajería, a las empresas que lo soliciten.
- Se hace una ruta de recolección de regalos a la empresa donante, con datos de dirección, horarios y restricciones y fecha.

8.5”

Se manejan una cinta para identificar el título.

Se utilizaron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan diversión y alegría.



8.5”

## Propuesta Preliminar

Página 30 “VIVE UNIDO”



8.5”

8.5”

Se manejó una cinta que con un valor que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se aplicaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja unión y diversidad.

Página 31 “METODOLOGÍA DE REGALOS PERSONALIZADOS”

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
**LIVE UNITED**

**METODOLOGÍA DE REGALOS PERSONALIZADOS**

- Antes que recojan los regalos para llevarlos a bodega, coordinador verifica contra el listado entregado, que todos los regalos estén completos.
- Si la empresa que entregó regalos tiene stand creativo en la feria de los sueños, el día del evento se le devolverán los regalos, para que puedan entregarlos a los niños en el stand de su empresa como cierre del evento/stands.
- En bodega, antes del evento, se verifica que todos los regalos tengan el nombre de los 2,000 niños según listado y completos
- Se piden regalos extra, sin nombre, pero con stickers con código y que digan para que género y edad es el regalo. (en caso se pierda un regalo de un niño o el regalo no sea adecuado)



8.5”

8.5”

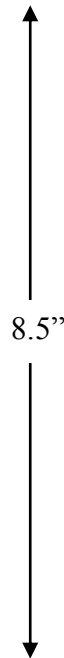
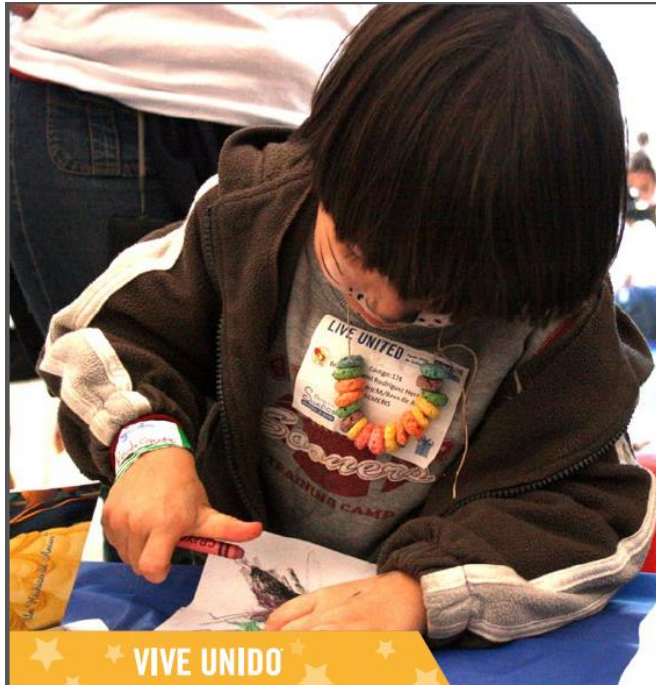
Se diagramo con los subtítulos al centro.

Se utilizaron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan unión e interés.

## Propuesta Preliminar

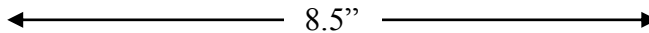
### Página 32 “VIVE UNIDO”



Se diseñó una cita para mostrar un valor importante.

Se manejaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja determinación y diversión.



### Página 33 “PREMIACIÓN DE HEROES”

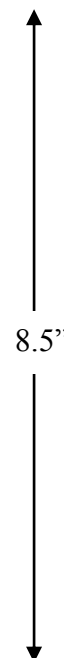
**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

**PREMIACIÓN DE HEROES:**

- Son 3 premios y un reconocimiento en la Premiación Héroes.
  - Premio de FUG al mejor stand creativo e innovador.
  - Premio de niños al mejor stand.
  - Premio a la mejor empresa por su comisión de voluntarios.
  - Reconocimiento a todas las empresas donantes o patrocinadores especiales al evento.
- Crear los criterios que cada stand deberá llenar en su montaje, para tener la posibilidad de ganar.
- Crear la encuesta a niños para conocer quién es el ganador.
- Crear los criterios para evaluar la efectividad y compromiso de cada una de las comisiones.

**PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DE EVENTO:**

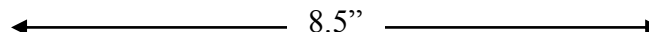
- Definir la línea de imagen del año en curso, según la temática.
- Comunicar a través de un flyer, según la línea de imagen diseñada, lo relacionado a reuniones, información y actualizaciones.



Se aplicó una cinta para identificar el título.

Se utilizaron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan diversión y competencia.



## Propuesta Preliminar

### Página 34 “CONSTRUYE ESPERANZA”



8.5”

Se aplicaron cintas que los valores que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se manejaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja diversión.

8.5”

### Página 35 “EXPECTATIVAS SOBRE LA EMPRESA QUE ORGANIZARÁ EL EVENTO”

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

**EXPECTATIVAS SOBRE LA EMPRESA QUE ORGANIZARÁ EL EVENTO**

Dirección General (Empresa organizadora de Evento)

**Funciones Generales:**

- Estrategia, planificación, conceptualización, diseño, coordinación general y ejecución del evento.

**Funciones Específicas:**

- Propuesta gráfica del evento y propuesta de costos (presupuesto y formas de pago).
- Elaborar la estrategia general del proyecto (planificación, objetivos, indicadores, medición)
- Programar, dirigir y agendar las reuniones del comité organizador y con las organizaciones sociales de los niños beneficiados.
- Armar afiches de regalos de todos los niños invitados.

35

8.5”

Se diagramaron los títulos y subtítulos al centro.

Se elaboraron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan dos actividades que reflejan diversión.

8.5”

## Propuesta Preliminar

Página 36 “VIVE UNIDO”



8.5”

Se incorporó una cinta con un valor que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se utilizaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja creatividad.

8.5”

Página 37 “Funciones Generales”

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

Funciones Generales:

- Realizar las guías o briefs para los voluntarios de cada comisión que establezca las responsabilidades de los voluntarios en cada una de las comisiones.
- Realizar o agendar reuniones con los voluntarios de las comisiones con las diferentes empresas para explicarles sobre sus funciones para el día de montaje y el día del evento.
- Planificar y realizar las metas, objetivos y presentaciones de cada reunión con el comité organizador junto con Fondo Unido.
- Verificar y coordinar la logística de regalos por empresa. Es importante el conteo de regalos contra listado de niños invitados.
- Distribución de stands, kioscos, baños, área de comida, escenarios u otras estaciones con sus correspondientes decoraciones en la Feria de los Sueños.
- Establecer comisiones y verificación de las tareas asignadas con los patrocinadores.

8.5”

Se utilizó una cinta para identificar el título.

Las fotografías reflejan dos actividades que reflejan alegría y diversión.

8.5”



## Propuesta Preliminar

### Página 38 “DEJA TU HUELLA EN GUATEMALA”



8.5”

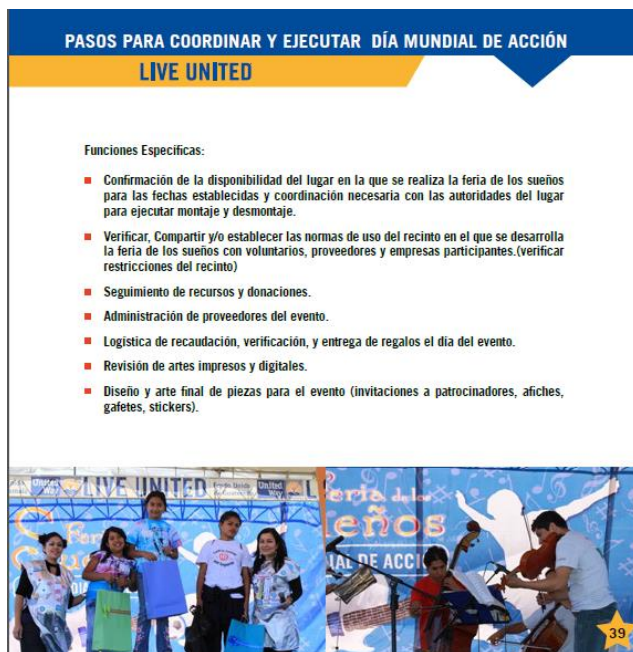
Se manejó una cinta con valores que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se aplicaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja diversidad.

8.5”

### Página 39 “FUNCIONES ESPECÍFICAS”



8.5”

Se diagramó con los subtítulos al centro.

Se manejaron viñetas para identificar la información.

Las fotografías reflejan competencia y talento musical.

8.5”

## Propuesta Preliminar

Página 40 “VIVE UNIDO”



8.5”

Se identificó un valor con una cinta que se desea enseñar en La Feria de Los Sueños.

Se manejaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja creatividad e imaginación.

8.5”

Página 41 “FUNCIONES ESPECÍFICAS”

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

Funciones Específicas:

- Diseño y arte final de piezas.
- Coordinación de montaje y desmontaje del evento.
- Diseño y ejecución de Programa de actividades en escenario.
- Coordinación General el día del evento.
- Montaje y diseño del ambiente en el que se desenvuelven los niños y stands.
- Cableado eléctrico y audio.
- Contar con el personal necesario, en apoyo a voluntarios.
- Definición y diseño de Comisiones que integran el voluntariado y Donaciones en Especie.
- Convocatoria de artistas, conductores, etc. Para animación y shows de escenario principal y evento.
- Coordinación constante, desde un inicio, con los proveedores y sobre todo con los conductores o protagonistas de cada punto de la agenda de escenario.

8.5”

Se diagramo con los subtítulos al centro.

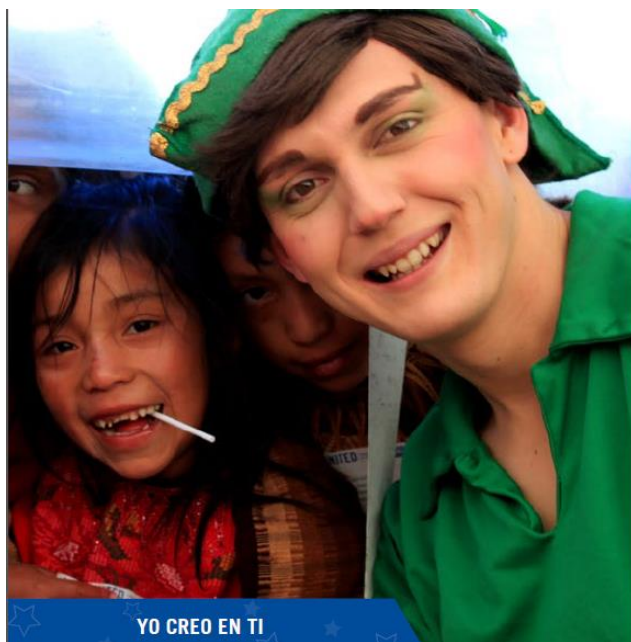
Se utilizaron viñetas para identificar pasos a seguir de cada subtema.

Las fotografías reflejan dos actividades que reflejan determinación.

8.5”

## Propuesta Preliminar

### Página 42 “YO CREO EN TI”



8.5”

8.5”

Se manejaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja imaginación y alegría.

### Página 43 “ACCIONES POSTERIORES AL EVENTO”

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

**ACCIONES POSTERIORES AL EVENTO**

- Generar boletín y Reporte de FDLs.
- Seleccionar ganadores de Feria de los Sueños y reconocimientos a patrocinadores para premiación Héroes.
- Promover resultados en medios y a unitedways.
- Reunión de feedback para a la empresa de eventos.
- Entrega de reporte y fotografías del desempeño de la feria de los sueños por parte de la empresa de eventos.

8.5”

8.5”

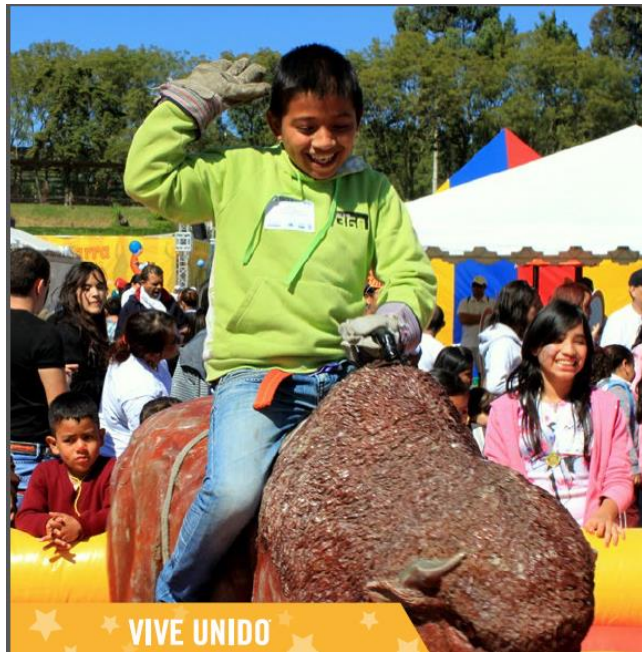
Se diseñó una cinta para identificar el título.

.Se identificó la información con viñetas.

Las fotografías reflejan dos actividades que reflejan alegría.

## Propuesta Preliminar

Página 46 “VIVE UNIDO”



8.5”

8.5”

Se manejó una cinta que para identificar una un valor.

Se usaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja alegría.

Página 47 “CONSULTAS”



### CONSULTAS

Para consultas de formatos, ejemplos, croquis, combinaciones de stickers de regalos / afiches, base de datos e historial de Feria de los Sueños, visita carpetas:

- FERIA DE LOS SUEÑOS 2011
- FERIA DE LOS SUEÑOS 2012
- FERIA DE LOS SUEÑOS 2013

8.5”



8.5”

Se diagramó los subtítulos al centro.

Se utilizaron viñetas para identificar pasos.

Las fotografías reflejan dos actividades que reflejan diversidad.

## Propuesta Preliminar

Página 48 “SE PARTE DEL CAMBIO”



8.5”

Se identificó un valor en una cinta para mostrar responsabilidad social.

Se manejaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

La fotografía refleja unión y creatividad.

8.5”

Página 49 “FRASE MOTIVACIONAL”



8.5”

Se manejo una frase inspiradora para los futuros patrocinadores de La Feria de los Sueños de Fondo Unido a participar en la actividad.

8.5”

## Propuesta Preliminar

Página 48 “LIVE UNITED”



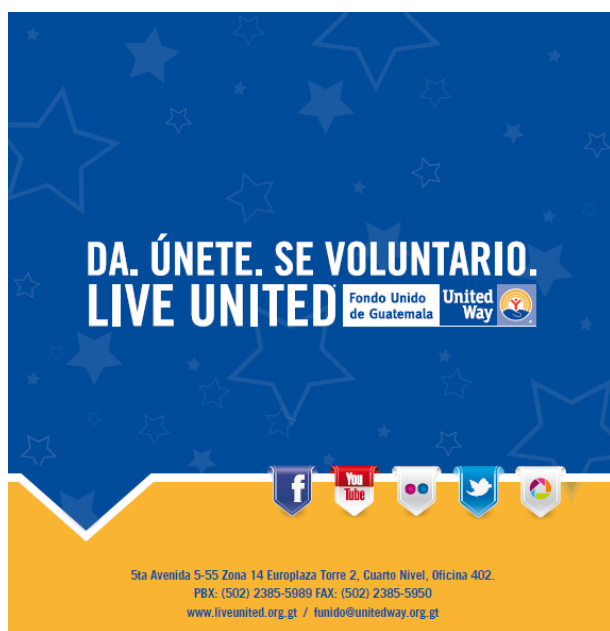
8.5”

Se utilizaron estrellas para mantener una línea de diseño en el folleto.

Se manejó una frase institucional para mantener los valores de Fondo Unido de Guatemala.

8.5”

Contraportada



8.5”

Se unificó la frase institucional para mantener los valores de Fondo Unido de Guatemala.

Se diagramaron las redes sociales en banderines siguiendo parte de las estrellas que se utilizan en el folleto informativo.

8.5”

## **Capítulo VIII: Validación Técnica**

---

## **Capítulo VIII**

### **Validación Técnica**

El manual informativo se valida con el cliente, profesionales en comunicación y diseño, y el grupo objetivo. La herramienta de validación que se utilizó fue la encuesta que está dividida en tres áreas.

- Parte Objetiva: Está relacionadas al objetivo general y a los específicos del proyecto.
- Parte Semiológica: Se enfoca si el manual informativo transmite los mensajes, y la idea del concepto creativo como: color, forma, tipografía, fotografía, etc.
- Parte Operativa: Que cumpla con los objetivos informativos del proyecto.

#### **8.1 Población y muestreo**

Para evaluar la efectividad del proyecto fue necesario recopilar los conocimientos, opiniones y gustos de las siguientes personas

4 catedráticos de la facultad, especializados en diferentes áreas

1 el cliente Fondo Unido de Guatemala y 25 que representan al grupo objetivo

#### **8.2 Método e instrumento**

Para validar el proyecto fue necesario utilizar una herramienta investigativa, en la que permite reunir información de formar cualitativa para adquirir conocimiento sobre la funcionalidad de un material impreso para los futuros patrocinadores de la actividad la Feria de los Sueños que realiza Fondo Unido.

La encuesta es un instrumento que responde a los resultados de evaluación del rendimiento objetivo, semiológico y operativo del material informativo, conformada por 17 preguntas.



### **8.2.1 Encuesta**

El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Vigésima Edición define la encuesta como un conjunto de preguntas tipificadas, dirigidas a una muestra representativa o selectiva, para averiguar estados de opinión.

Alvira F. (2011), en su libro Cuadernos Metodológicos, indica que existen cuatro etapas en el trabajo de encuestas:

- Definir el objetivo de la encuesta: Analizar el problema a investigar y centrar el contenido, formulando con precisión los objetivos a seguir.
- Elaboración del cuestionario: Este debe incluir cuestionamientos debidamente analizados y en un vocabulario comprensible.
- Trabajo de campo: Consiste en la obtención de datos provenientes de la muestra seleccionada.
- Resultados: Al reunir los datos obtenidos, se procesan, codifican y tabulan, para llegar a cabo el informe y posteriormente el análisis.

### **8.2.2 Dicotómicas**

En la página [www.slideshare.com/encuesta](http://www.slideshare.com/encuesta) define que la encuesta dicotómica son las preguntas en las que el encuestado solamente debe responder con un sí o con un no.

### **8.2.3 Escala de Likert**

Héctor Luis Ávila, en su libro *Introducción a la Metodología de la Investigación* (2006), explica que la Escala de Likert mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. Se le conoce como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem.

La escala de Likert es de nivel ordinal y se caracteriza por ubicar una serie de frases seleccionadas en una escala con grados de acuerdo o desacuerdo. Estas frases, a las que es sometido el entrevistado, están organizadas en baterías y tiene un mismo esquema de reacción, al permitir que el entrevistado aprenda rápidamente el sistema de respuesta.

## 8.2.4 Herramienta de evaluación



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(FACOM)  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO  
PROYECTO DE TESIS

Género: F	<input type="checkbox"/>	Experto:	<input type="checkbox"/>	Nombre:	<input type="text"/>
M	<input type="checkbox"/>	Cliente:	<input type="checkbox"/>	Profesión:	<input type="text"/>
Edad:	<input type="text"/>	Grupo Objetivo	<input type="checkbox"/>	Puesto:	<input type="text"/>
				Años de experiencia en el mercado	<input type="text"/>

Encuesta de Validación del Proyecto de Tesis

DISEÑO DE MATERIALES IMPRESOS PARA LA PARTICIPACIÓN DE  
FUTURAS EMPRESAS EN LA ACTIVIDAD "FERIA DE LOS SUEÑOS" QUE  
REALIZA FONDO UNIDO DE GUATEMALA.

---

### Antecedentes

Fondo Unido fue fundado en Guatemala en octubre de 2001, mismo año en el que se afilió formalmente a United Way International, gracias a la voluntad de un grupo de empresarios, quienes vieron la necesidad de contar con una organización que canalizara los esfuerzos de Responsabilidad Social Empresarial hacia las comunidades, de forma efectiva.

La Feria de los Sueños es una jornada completa a actividades lúdicas, que, durante la feria, permiten a los niños y niñas desarrollar nuevos conocimientos, actitudes, habilidades y sobre todo practicar valores y principios refuerzan la cultura del voluntariado, pues mediante su inspiración, los voluntarios las empresas crean sus áreas de exhibición y juegos.

### Instrucciones:

Con base a la información anterior, y el material informativo impreso para orientar a los futuros patrocinadores sobre la actividad "Feria de los Sueños" que realiza Fondo Unido de Guatemala. Conteste la siguiente encuesta, según su criterio personal.

**Parte Objetiva:**

1. ¿Considera necesario un material informativo que dé a conocer “LA FERIA DE LOS SUEÑOS” para los futuros patrocinadores?

Si  No

2. ¿Considera necesario investigar acerca de diagramación y diseño de materiales impresos para aplicarlo en la realización de materiales informativos?

Si  No

3. ¿Considera importante recopilar información y fotografías sobre la actividad “La Feria de los Sueño” para incluirlo en el folleto informativo para la utilización en el folleto informativo para los futuros patrocinadores de esta actividad?

Si  No

4. ¿Considera necesario fotografiar a niños que son beneficiados por la organización de Fondo Unido de Guatemala para utilizar en el folleto y así lograr un impacto visual a los futuros patrocinadores de esta actividad?

Si  No

5. ¿Considera importante editar las fotografías que se utilizarán en el folleto informativo sobre la actividad “La Feria de los Sueños” para que tengan una buena resolución logrando así impactar a los patrocinadores?

Si  No

6. ¿Considera importante diagramar el contenido que conformará la publicación, a través de la selección y distribución del material informativo y gráfico, para que posea una fácil visualización para el lector?

Si

No

7. ¿Considera necesario crear una línea de conceptual para que el folleto y el manual informativo para los trabajadores y futuras empresas se motiven para realizar “La Feria de los Sueños” y beneficiar a los niños y niñas que participan en esta actividad?

Si

No

#### Parte Semiológica

8. ¿Considera necesario que el diseño del manual informativo es atractivo?

Mucho

Poco

Nada

9. ¿Considera importante que el contenido del manual informativo tiene un orden lógico para el lector?

Mucho

Poco

Nada

10. ¿Considera que las fotografías utilizadas en el manual informativo, son las apropiadas para la actividad?

Mucho

Poco

Nada

11. ¿Los colores utilizados en el manual informativo responden a los colores institucionales de Fondo Unido de Guatemala?

Mucho  Poco  Nada

12. ¿Considera que el lenguaje y las gráficas ayudan a informar sobre el tema?

Mucho  Poco  Nada

**Plan Operativa:**

13. ¿Considera que la medida (8.5\*8.5 pulgadas) del material informativo sobre la Feria de los Sueños es la adecuada?

Mucho  Poco  Nada

14. ¿Considera que el tamaño de letra (tipografía) es legible?

Mucho  Poco  Nada

15. ¿Considera el material Texcote y Coughé utilizado en folleto informativo es el adecuado?

Mucho  Poco  Nada

16. ¿Considera las fotografías adecuadas al diseño con la funcionalidad de comunicar sobre el evento?

Mucho  Poco  Nada

17. ¿Considera que la diagramación y distribución del manual es estético y funcional?

Mucho  Poco  Nada

Observaciones:

---

---

---

---

---

---

---

---

Ver Anexo: L: Fotografías de encuestados, expertos, y cliente

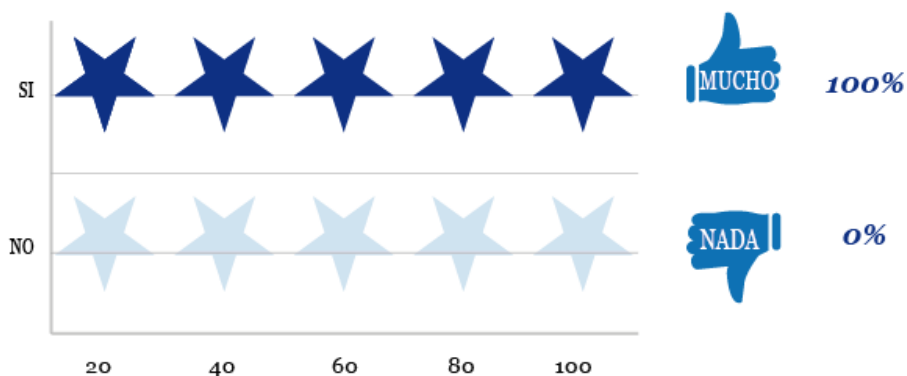
### 8.3 Interpretación de los resultados

A continuación se presentan las gráficas de los resultados, a través de la tabulación e interpretación de los mismos.

#### 8.3.1 Parte Objetiva

A continuación se presentan las gráficas de los resultados, a través de la tabulación e interpretación de los mismos.

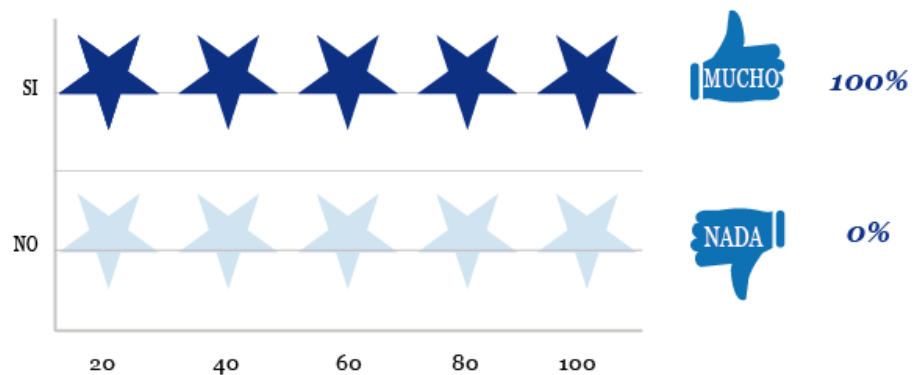
1. Considera necesario un material informativo que dé a conocer “LA FERIA DE LOS SUEÑOS” para los futuros patrocinadores?



Interpretación:

El 100% de la población considera necesaria la implementación del material informativo para los futuros patrocinadores de la actividad la “Feria de los Sueños” de Fondo Unido de Guatemala. Por lo tanto, se cumple con el primer objetivo planteado en la presente investigación.

2. ¿Considera necesario investigar acerca de diagramación y diseño de materiales impresos para aplicarlo en la realización de materiales informativos?

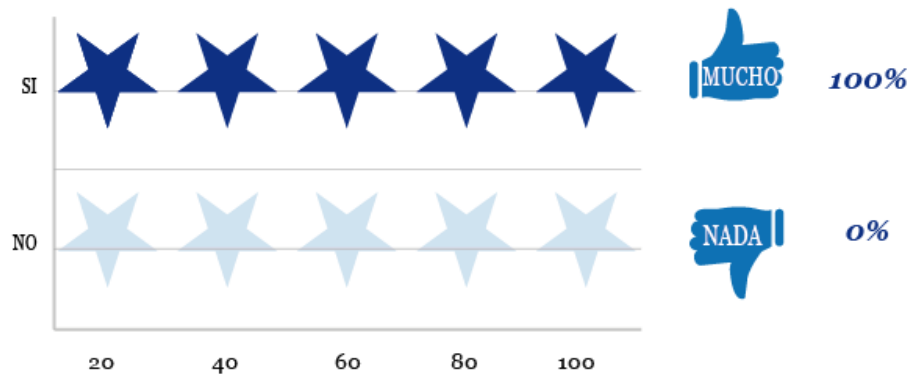


Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que es necesario investigar acerca de diagramación y diseño de materiales impresos es necesario para aplicarlo en la realización de materiales informativos. Por lo tanto, se cumple con el segundo objetivo planteado en la presente investigación.



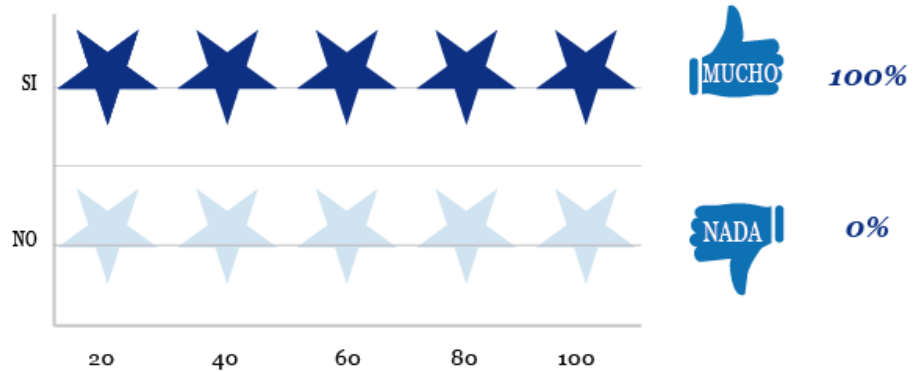
3. ¿Considera importante recopilar información y fotografías sobre la actividad “La Feria de los Sueño” para incluirlo en el folleto informativo para la utilización en el folleto informativo para los futuros patrocinadores de esta actividad?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que es importante recopilar información y fotografías sobre la actividad “La Feria de los Sueños”, para que este sea incluido en el folleto informativo para los futuros patrocinadores de esta actividad. Por lo tanto, se cumple con el tercer objetivo planteado en la presente investigación.

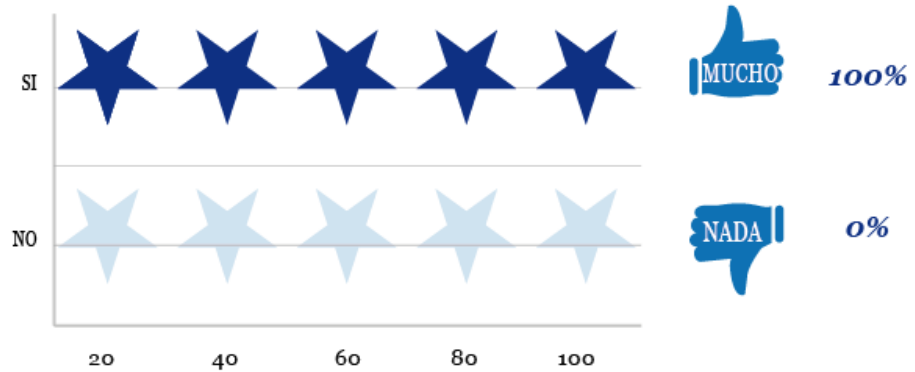
4. ¿Considera necesario fotografiar a niños que son beneficiados por la organización de Fondo Unido de Guatemala para utilizar en el folleto y así lograr un impacto visual a los futuros patrocinadores de esta actividad?



**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera necesario fotografiar a niños que son beneficiados por la organización de Fondo Unido de Guatemala, para utilizarlas en el folleto y así lograr un impacto visual a los futuros patrocinadores de esta actividad. Por lo tanto, se cumple con el cuarto objetivo planteado en la presente investigación.

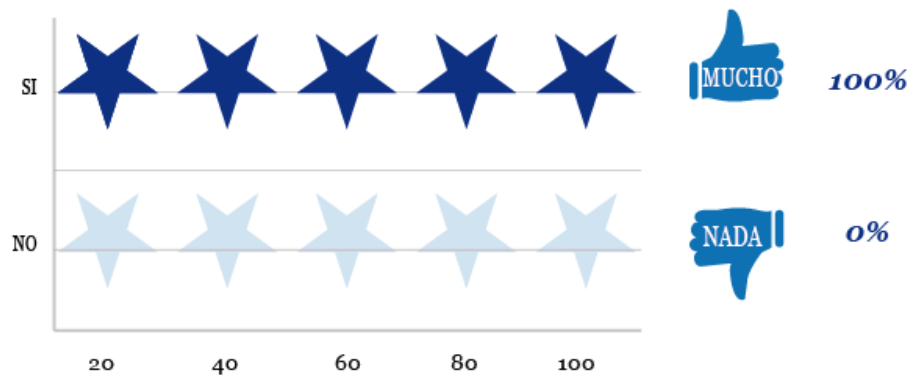
5. ¿Considera importante editar las fotografías que se utilizarán en el folleto informativo sobre la actividad “La Feria de los Sueños” para que tengan una buena resolución logrando así impactar a los patrocinadores?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera importante editar las fotografías que se utilizarán en el folleto informativo sobre la “La Feria de los Sueños”, para que logren impactar a los patrocinadores. Por lo tanto, se cumple con el quinto objetivo planteado en la presente investigación.

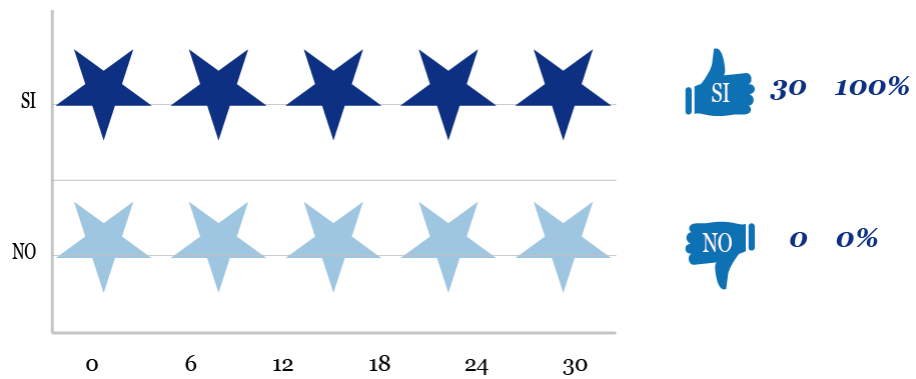
6. ¿Considera importante diagramar el contenido que conformará la publicación, a través de la selección y distribución del material informativo y gráfico, para que posea una fácil visualización para el lector?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera importante diagramar el contenido del manual informativo, en el que a través de la selección y distribución del material posea una fácil visualización para los lectores. Por lo tanto, se cumple con el sexto objetivo planteado en la presente investigación.

7. ¿Considera necesario crear una línea de conceptual para que el folleto y el manual informativo para los trabajadores y futuras empresas se motiven para realizar “La Feria de los Sueños” y beneficiar a los niños y niñas que participan en esta actividad?

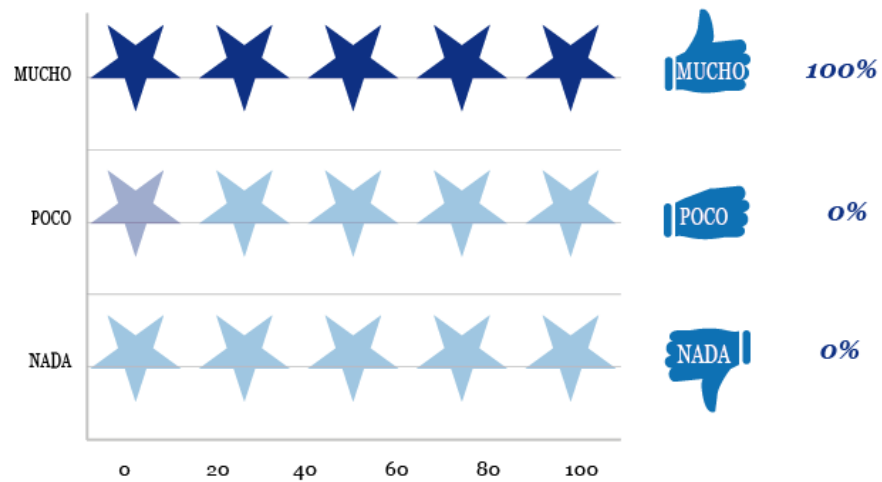


Interpretación:

En 100% de los encuestados considera necesario crear una línea conceptual para que el folleto informativo motive a los trabajadores y futuros inversionistas que se realice “La Feria de los Sueños”. Por lo tanto, se cumple con el séptimo objetivo planteado en la presente investigación.

### 8.3.2 Parte Semiológica

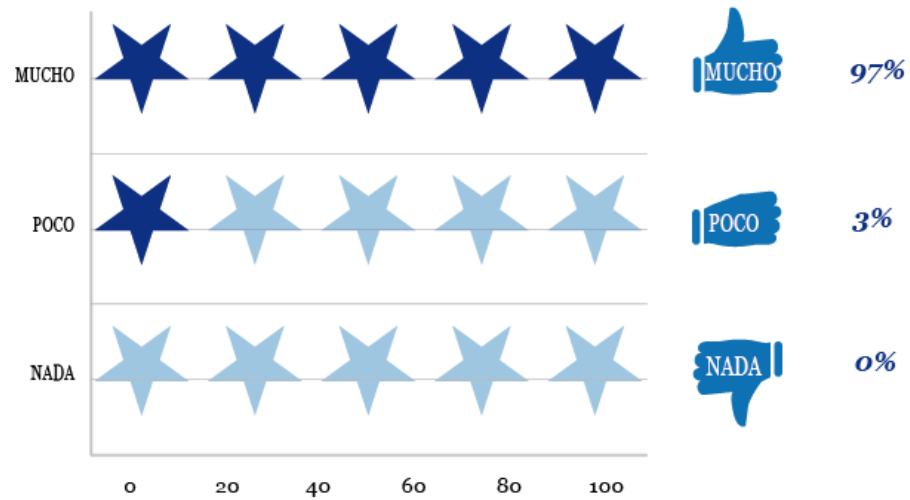
8. ¿Considera necesario que el diseño del manual informativo es atractivo?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera necesario que el diseño del manual informativo es atractivo.

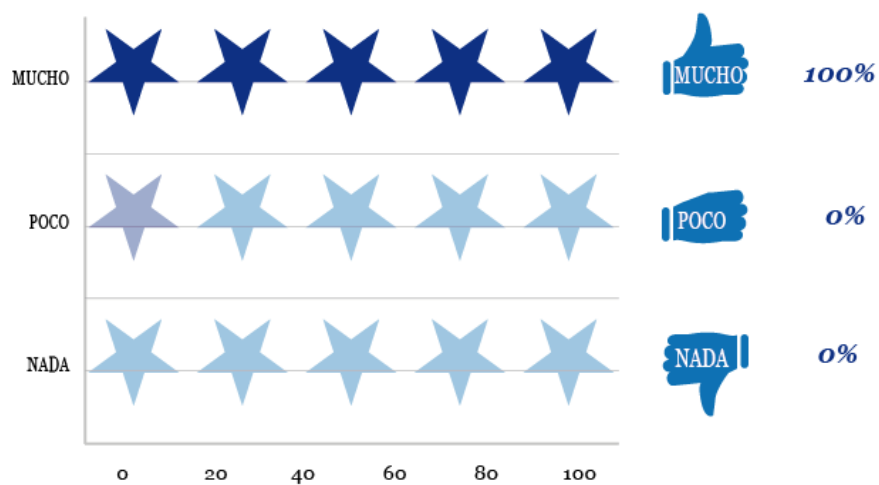
9. ¿Considera importante que el contenido del manual informativo tiene un orden lógico para el lector?



**Interpretación:**

El 97% de los encuestados considera importante que el contenido del manual informativo tiene orden lógico para el lector. El 3% de los encuestados considera que no es necesario que tenga orden lógico el manual informativo para el lector. Por lo tanto, la información del folleto fue colocada acorde los pasos a seguir para realizar la actividad.

10. ¿Considera que las fotografías utilizadas en el manual informativo, son las apropiadas para la actividad?

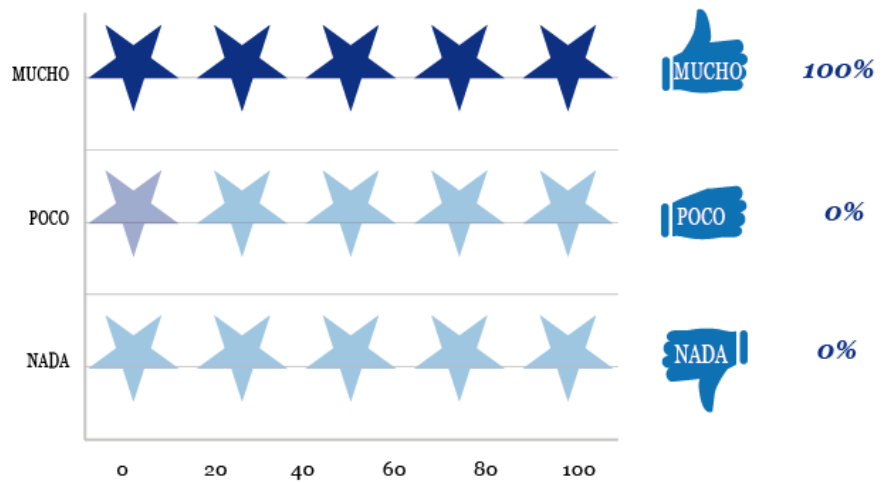


Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que las fotografías utilizadas en el manual informativo son las apropiadas para la actividad.



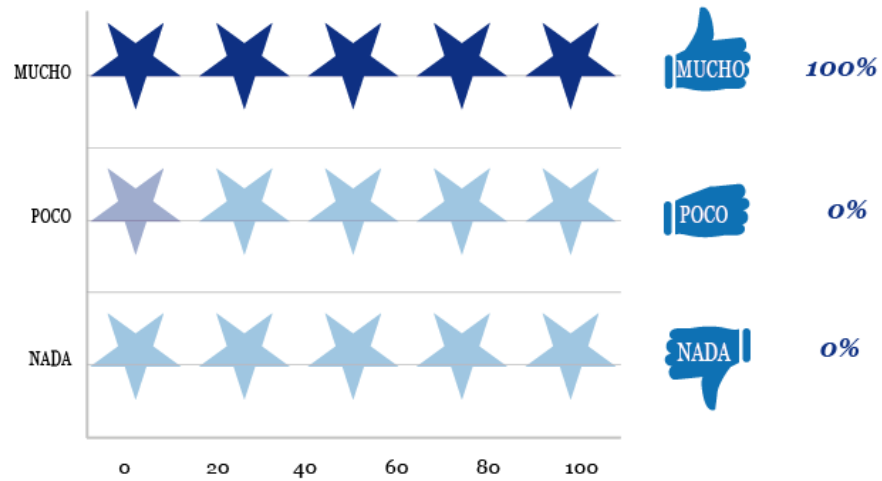
11. ¿Los colores utilizados en el manual informativo responden a los colores institucionales de Fondo Unido de Guatemala?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que los colores utilizados en el manual informativo responden correctamente a los colores institucionales de Fondo Unido de Guatemala.

12. ¿Considera que el lenguaje y las gráficas ayudan a informar sobre el tema?

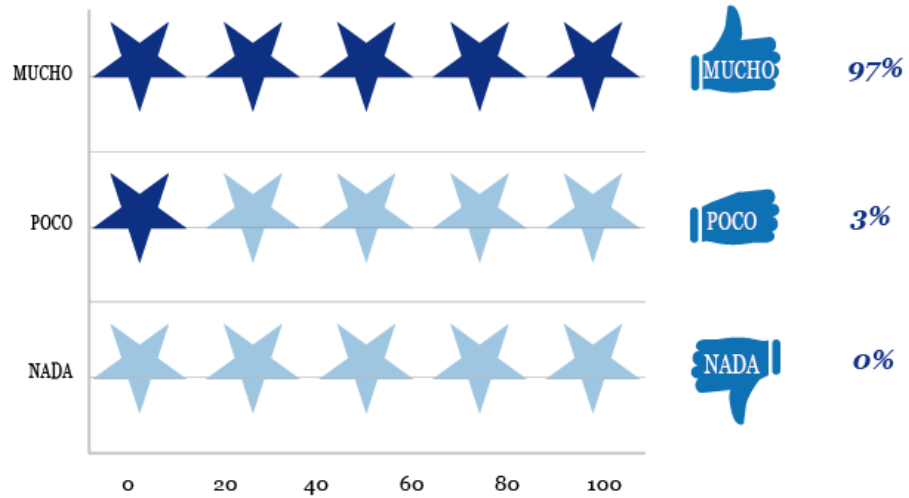


Interpretación:

El 100% de las personas encuestadas considera que el lenguaje y las gráficas ayudan a informar sobre el tema “La Feria de los Sueños”.

### 8.3.3 Parte Operativa

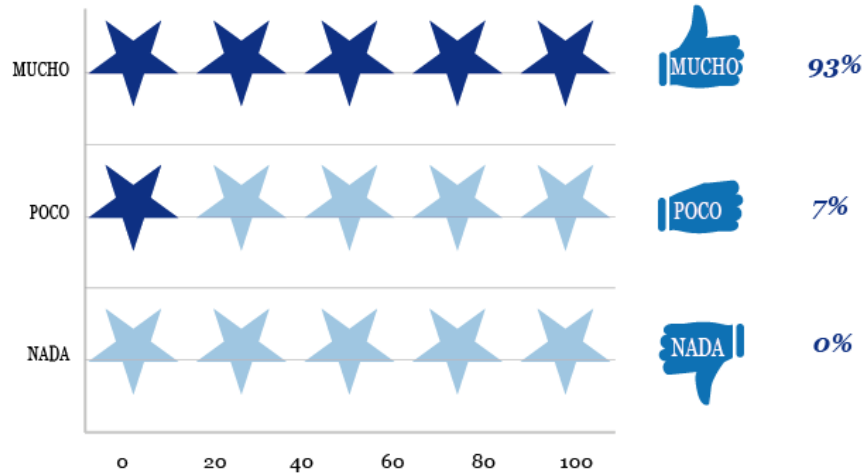
13. ¿Considera que la medida (8.5\*8.5 pulgadas) del material informativo sobre la Feria de los Sueños es la adecuada?



#### Interpretación

El 97% de los encuestados considera que la medida (8.5\*8.5 pulgadas) es el indicado para realizar el manual informativo sobre “La Feria de los Sueños” de Fondo Unido de Guatemala. El 3% de los encuestados no cree que la medida es la indicada.

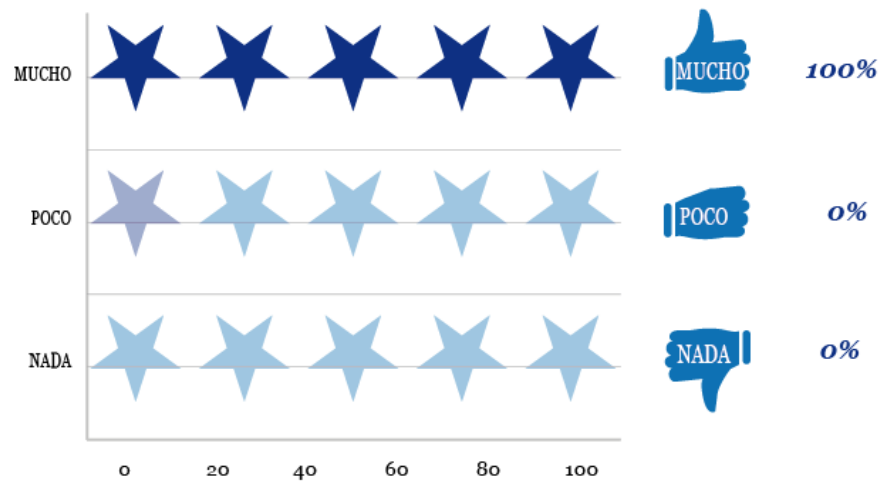
14. ¿Considera que el tamaño de letra (tipografía) es legible?



Interpretación:

El 93% de los encuestados considera que el tamaño de la letra es legible para dar a conocer la información sobre “La Feria de los Sueños”. El 7% no está de acuerdo en la que el tamaño de letra puede ser legible para el lector. Por lo tanto, se cambió el tipo de letra para que la información sobre la actividad sea legible.

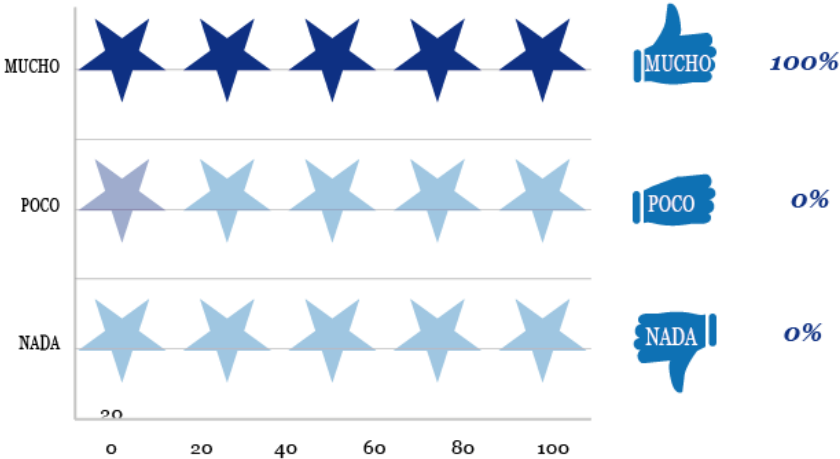
15. ¿Considera el material Texcote y Coshé utilizado en folleto informativo es el adecuado?



Interpretación:

El 100% de los encuestados considera que el material Texcote y Coshé es el indicado para la realización de reproducción para el folleto informativo.

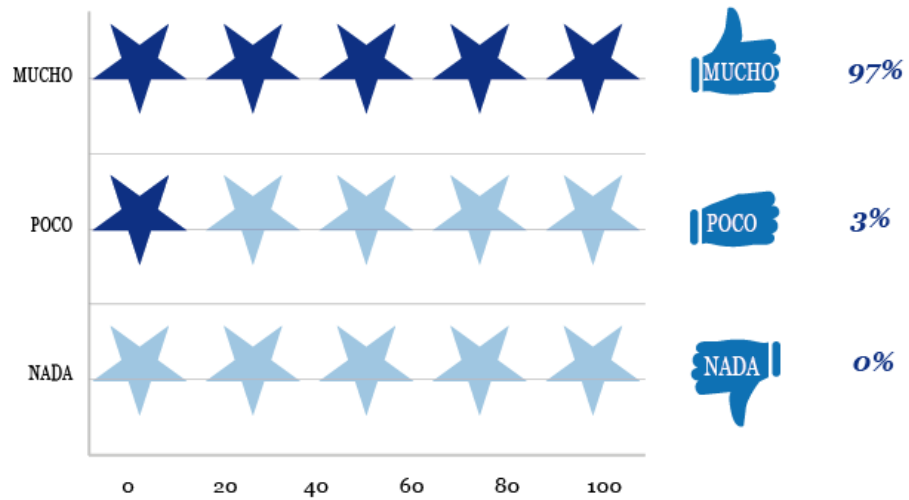
16. ¿Considera las fotografías adecuadas al diseño con la funcionalidad de comunicar sobre el evento?



**Interpretación:**

El 100% de los encuestados considera que las fotografías adecuadas cumplen con su función de comunicar sobre “La Feria de Los Sueños”.

17. ¿Considera que la diagramación y distribución del manual es estético y funcional?



#### Interpretación

El 93% considera que la diagramación y distribución del manual es estético y funcional para los futuros patrocinadores de la actividad. El 3% considera que es poco funcional la diagramación. Por lo tanto, se cambió la diagramación del folleto para que sea funcional y fácil a la vista.

#### **8.4 Cambios en base de los resultados**

Durante la etapa de validación se pudo corroborar la aceptación del proyecto de diseño de material impreso para atraer a futuros patrocinadores a La Feria de los Sueños que realiza Fondo Unido de Guatemala por medio de encuestar al grupo objetivo, expertos, y cliente en la que confirmaron los siguientes aspectos:

- Las personas encuestadas opinaron que es importante tener un manual informativo, ya que facilitará promover la Feria de los Sueños que realiza Fondo Unid de Guatemala, con información relacionada sobre cómo se realiza, las actividades, equipo necesario, como participar, entre otros.
- La diagramación del material informativo es ordenada para el lector.
- A las personas encuestadas les pareció el tamaño del manual informativo.
- La información que se incluyó en el manual es útil para los futuros patrocinadores que quieren participar en la Feria de los sueños
- La tipografía y el vocabulario utilizado para la información son claros y legibles.
- Las fotografías utilizadas en el manual informativo son las adecuadas, que transmiten la alegría, el deseo, la emoción, que los niños que participan en esta actividad, al crear el deseo en los patrocinadores de ayudar a la niñez guatemalteca.
- El manual informativo logra transmitir el mensaje de “Ayudar a soñar”, que se pretende lograr cuando se presenta este material.

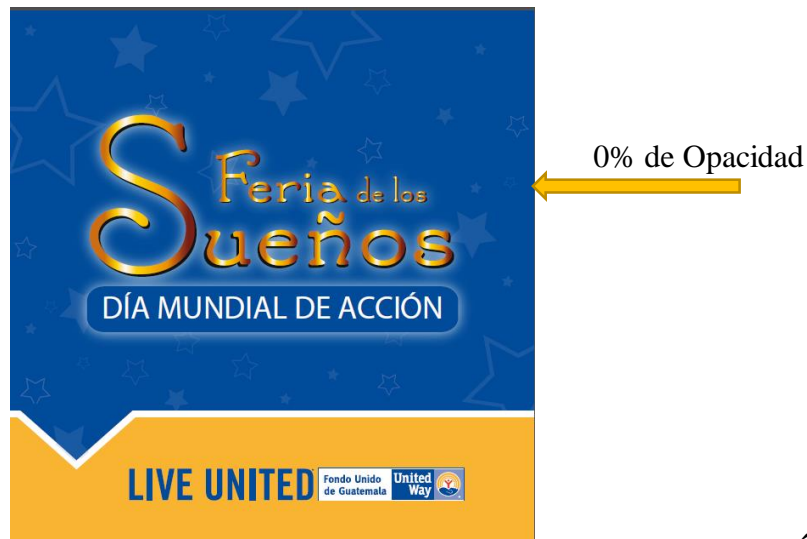


### 8.4.1 Sugerencias de cambio

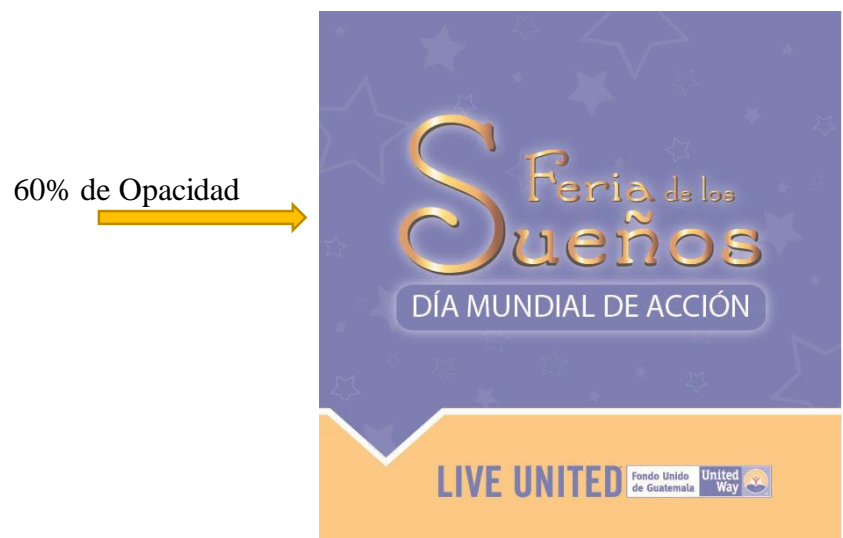
Durante el proceso de validación se recibieron algunas sugerencias para mejorar el material informativo:

- Bajar la opacidad a 60% de la Portada y Contra-Portada interior del manual informativo. Logra así, hacer mayor impacto visual desde la portada y contra-portada del manual informativo, para crear elegancia en el diseño.

#### ANTES (Portada)



#### DESPUÉS (Portada)



**ANTES (Contra-Portada)**



0% de Opacidad



**DESPUÉS (Contra-Portada)**

60% de Opacidad



- Tipografía de textos: Inicialmente se utilizó la misma tipografía Trade Gothic tanto para los títulos como para la información de cada tema. Los comentarios hechos en la validación fueron que se veía muy cargado, ya que es el mismo tamaño el texto informativo con los títulos.

## ANTES

LIVE UNITED
PARTE I

**REALIZACIÓN DE SUEÑOS**

Feria de los Sueños, más allá de un evento, es un programa que inspira a niños y a jóvenes a tener sueños, durante el año, con el apoyo de nuestros ejecutores. Los inspiramos a creer que son capaces de alcanzar el éxito con el apoyo de gerentes, comités y demás colaboradores quienes hacen realidad los sueños de los niños por un día, como los que aspiran ser pilotos aviadores, doctores, reporteros, chefs, etc.

**OBJETIVO**

Hacer realidad sueños, creando un vínculo entre voluntarios y los niños que han sido beneficiados con la inversión de los recursos, de más de 75 socios y sus colaboradores, a través de Fondo Unido de Guatemala.

**¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?**

- Empresas y Colaboradores Asociados a Fondo Unido Guatemala
- Niños y jóvenes beneficiados de Programas Sociales de United Way Guatemala

Cambiar por tipografía  
Meta Book



## DESPUÉS

LIVE UNITED
PARTE I

**REALIZACIÓN DE SUEÑOS**


Feria de los Sueños, más allá de un evento, es un programa que inspira a niños y a jóvenes a tener sueños, durante el año, con el apoyo de nuestros ejecutores. Los inspiramos a creer que son capaces de alcanzar el éxito con el apoyo de gerentes, comités y demás colaboradores quienes hacen realidad los sueños de los niños por un día, como los que aspiran ser pilotos aviadores, doctores, reporteros, chefs, etc.

**OBJETIVO**

Hacer realidad sueños, creando un vínculo entre voluntarios y los niños que han sido beneficiados con la inversión de los recursos, de más de 75 socios y sus colaboradores, a través de Fondo Unido de Guatemala.

**¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?**

- Empresas y Colaboradores Asociados a Fondo Unido Guatemala
- Niños y jóvenes beneficiados de Programas Sociales de United Way Guatemala



- Títulos: Cuando se diagramó el contenido del manual informativo, la diagramación de los títulos se centraron. Durante la validación se solicitó que los textos estuvieran diagramados a la izquierda para que sea más fácil de leer.

## ANTES

LIVE UNITED
PARTE II

**DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**

Es la movilización de alrededor de 1300 voluntarios de empresas socias para celebrar que los niños de los programas sociales de Fondo Unido, tienen sueños y metas de vida.

**OBJETIVOS**

←

Cambiar la diagramación de los títulos

- Realizar un evento no lucrativo, donde las empresas y los niños beneficiados, practican y aprenden valores, principios, actitudes y nuevas habilidades o conocimientos para alcanzar sus metas personales, académicas profesionales o laborales.
- Unir a las empresas y sus colaboradores para patrocinar stands y shows, donaciones en especie y voluntarios en las diferentes comisiones que se requieren para el éxito y seguridad del evento.
- Lograr que los niños cuenten con la inspiración de voluntarios, con personajes y stands altamente creativos e innovadores, para aprender jugando.



## DESPUÉS


LIVE UNITED
PARTE II

**DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**

Es la movilización de alrededor de 1300 voluntarios de empresas socias para celebrar que los niños de los programas sociales de Fondo Unido, tienen sueños y metas de vida.

**OBJETIVOS**

- Realizar un evento no lucrativo, donde las empresas y los niños beneficiados, practican y aprenden valores, principios, actitudes y nuevas habilidades o conocimientos para alcanzar sus metas personales, académicas profesionales o laborales.
- Unir a las empresas y sus colaboradores para patrocinar stands y shows, donaciones en especie y voluntarios en las diferentes comisiones que se requieren para el éxito y seguridad del evento.
- Lograr que los niños cuenten con la inspiración de voluntarios, con personajes y stands altamente creativos e innovadores, para aprender jugando.



- Fotografías: Las fotografías que se utilizaron en el manual informativo son de la feria de los sueños 2012, por lo que se solicitó de cambiar todas las fotografías para actualizar el nuevo material con las fotos de la Feria de los Sueños 2013, el 16 de noviembre del 2013.

### ANTES



Actualizar fotografías de la actividad 2013



### ANTES

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN

**LIVE UNITED**

**¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?**

- Empresas y Colaboradores Asociados a Fondo Unido Guatemala
- Niños y jóvenes beneficiados de Programas Sociales de United Way Guatemala.
- Patrocinadores Especiales

**DEFINICIÓN DE TEMÁTICA**

- Definir la temática y listado de subtemas de stand del evento del año.
- Presentar la temática ante el comité organizador y el listado de tema de stands, para que escojan el suyo. (Lo van seleccionando en orden, conforme el listado de asistencia).
- Definir un listado de valores y principios para que las empresas lo escojan para su stand. (Lo van seleccionando en orden, conforme el listado de asistencia).
- Asignar los temas de stand a cada empresa en la base central de información.
- Se escoge un tema para que los niños en el stand, aprendan pero jugando.
- La idea es que todos en el evento estén disfrutando de acuerdo al tema y vista el desfile.
- El objetivo es que los niños, y voluntarios conozcan y amplien su conocimiento de forma lúdica y divertida. Los stands deben responder a la temática.
- No pueden haber temas repetidos.
- Confirmar la temática del stand de la empresa (saber que reflejarán en su stand).

Actualizar fotografías de la actividad 2013



- Índice: El índice que se diseñó para el manual informativo es para facilitar a los futuros patrocinadores poder llegar a la información con facilidad. Sin embargo, se hizo la observación que era difícil seguir el número de página sin tener una guía. Por lo que se realizó una línea guía en cada ítem del índice.

## ANTES

LIVE UNITED		ÍNDICE
Parte I		5
Realización de Sueños, Objetivo, ¿Quiénes pueden participar?		7
Pasos para Desarrollar la Realización de Sueños Durante El Año		9
Parte II		11
Día Mundial de Acción, Objetivos		11
Pasos para Coordinar y Ejecutar Día Mundial de Acción		13
¿Quiénes pueden participar?, Definir la Temática		15
Formas de Participación		17
Coordinación de Reuniones		19
Administración de la Información		21
Recaudación de Donaciones en Especie para el Evento		23
Coordinación de Comisiones de Voluntariado		27
Coordinaciones de Regalos Personalizados		31
Metodología de Regalos Personalizados		33
Metodología de Regalos Personalizados		35
Premiación de Héroes		37
Funciones Generales		39
Funciones Específicas		41
Acciones Posteriores al Evento		43
Consultas		45

Crear líneas guías para facilitar la información

## DESPUÉS

LIVE UNITED		ÍNDICE
Parte I		7
Realización de Sueños, Objetivo, ¿Quiénes pueden participar?.....		7
Pasos para Desarrollar la Realización de Sueños Durante El Año.....		9
Parte II		11
Día Mundial de Acción, Objetivos.....		11
Pasos para Coordinar y Ejecutar Día Mundial de Acción		13
¿Quiénes pueden participar?, Definir la Temática.....		15
Formas de Participación.....		17
Coordinación de Reuniones.....		19
Administración de la Información.....		21
Recaudación de Donaciones en Especie para el Evento.....		23
Coordinación de Comisiones de Voluntariado.....		27
Coordinaciones de Regalos Personalizados.....		31
Metodología de Regalos Personalizados.....		33
Metodología de Regalos Personalizados.....		35
Premiación de Héroes.....		37
Funciones Generales.....		39
Funciones Específicas.....		41
Acciones Posteriores al Evento.....		43
Consultas.....		45

## **Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final**

---

## Capítulo IX

### 9.1 Fundamentación

#### CONCEPTO DE DISEÑO

La propuesta de un manual informativo sobre la actividad “La Feria de los Sueños” que realiza Fondo Unido de Guatemala, se fundamenta en el concepto de diseño:

#### “Los sueños son la esperanza del futuro “

- Esta actividad promueve que los niños sueñen y por medio de cartas en las que ellos elaboran, pueden escribir o dibujar qué es lo que les gustaría ser cuando sean grandes.
- La frase conceptual hace énfasis en que existe una esperanza para ellos puedan lograr sus sueños y así motivarlos en la que se deben esforzar para lograrlo.

#### FORMA

- Del logotipo se utilizó la inspiración de utilizar la figura de un polígono estrellado (estrella), para que sea la figura representativa que se maneja dentro del manual informativo acerca de la Feria de los Sueños.



Logotipo Corporativo de la actividad

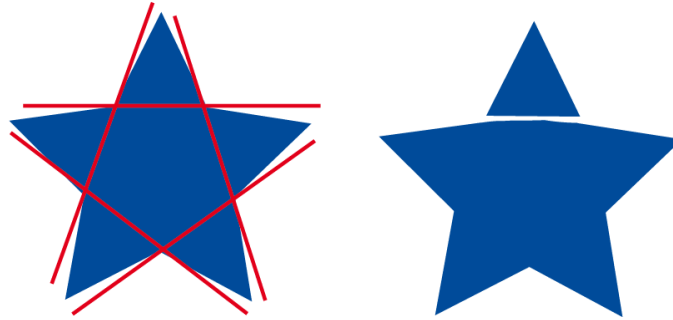
Feria de los Sueños – Día Mundial de Acción



Polígono Estrellado



- Se dividió el polígono estrellado con para crear una orientación adentro del manual. La estrella representa, felicidad, alegría, soñar, esperanza, sueños, luz, esperanza, deseos.



- Se utilizaron líneas horizontales para que los títulos tengan jerarquía con la combinación del módulo adquirido en la estrella, para llevar visualización de orientación gráfica dentro del manual.



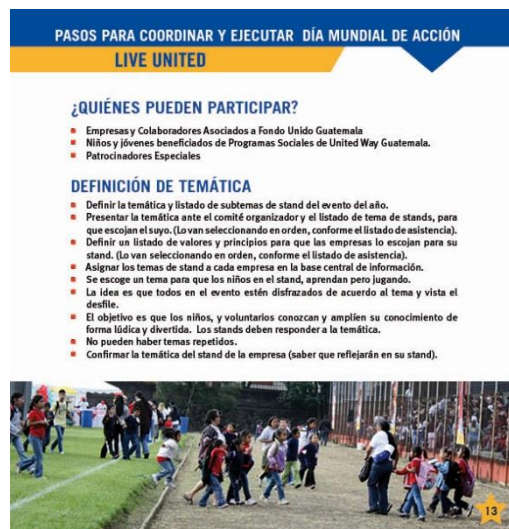
## FOTOGRAFÍAS

- Se utilizaron las fotografías de la Feria de los Sueños 2013 que se tomaron durante la actividad en el mes de noviembre, para que el folleto informativo este actualizado con la actividad más reciente.



## COLOR

- Se combinaron los colores de la identidad corporativa de Fondo Unido de Guatemala para la diagramación visual del manual informativo:
- Azul, Amarillo, Rojo, Naranja, Blanco



- Se utilizó el azul para hacer énfasis en los títulos y subtítulos del manual.
- Las viñetas fueron diagramadas al utilizar el color rojo-naranja del logo de Fondo Unido de Guatemala
- Se utilizó el blanco como el color base para resaltar las imágenes
- Se manejaron las estrellas en las fotografías grandes que se encuentran en el lado izquierdo para recordar y mostrar la alegría, esperanza, felicidad, que representan las diferentes actividades que se realizan durante “La Feria de los Sueños.

## **TIPOGRAFIA**

- La tipografía utilizada fue Trade Gothic Bold para los títulos y Meta Book para la información del manual informativo. Ambas de las tipografías son las establecidas por el manual corporativo que maneja Fondo Unido de Guatemala.

**TRADE GOTHIC BOLD** – Títulos

**META BOOK** - Información

## DIAGRAMACIÓN

- Se utilizó una retícula que da armonía y orden al manual informativo en la que ayuda a resaltar la información y las imágenes sobre las diferentes actividades que se realizan en “La Feria de los Sueños”



### PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN LIVE UNITED

#### COORDINACIÓN DE COMISIONES DE VOLUNTARIADOS

Toda comisión debe contar con líder/responsable del grupo de voluntarios de su empresa. FUG deberá contar con la lista/datos de los que integran la comisión con el número y correo de los líderes. Debe recibir por parte de FUG, una capacitación previa y las guías que describen sus funciones y horarios detallados.

- Comisión de Información: Se requieren 8-10 voluntarios para apoyar a los invitados. Es también el centro de coordinación y apoyo de los coordinadores del evento (FUG-Empresa Contratada).
- Comisión de Regalos: Se requieren 25 voluntarios para verificar y entregar que todos los regalos estén completos.
- Comisión de Recepción y Acompañamiento de Niños: Se requieren por lo menos 300 voluntarios que ayuden a tutores a entretener, cuidar, ordenar y dirigir a los niños por organización.
- Comisión de Primeros Auxilios: Se requieren a 25 voluntarios que supervisen al área, y llevar a un niño a ser atendido por ambulancia.
- Comisión de Alimentación e hidratación: Se requieren voluntarios de la empresa donante, para entregar a los niños y tutores su desayuno y almuerzo.



## 9.2 Propuesta gráfica final

Los hallazgos encontrados después de la validación dieron pauta para presentar la siguiente propuesta gráfica final.

### PORTADA



**Propuesta gráfica final**

**PORTADA INTERIOR**



Propuesta gráfica final

PÁGINA 2



8.5''

8.5''

# Propuesta gráfica final

## PÁGINA 3

<b>LIVE UNITED</b>	<b>ÍNDICE</b>
<b>Parte I</b>	
Realización de Sueños, Objetivo, ¿Quiénes pueden participar?.....	7
Pasos para Desarrollar la Realización de Sueños Durante El Año.....	9
<b>Parte II</b>	
Día Mundial de Acción, Objetivos.....	11
<b>Pasos para Coordinar y Ejecutar Día Mundial de Acción</b>	
¿Quiénes pueden participar?, Definir la Temática.....	13
Formas de Participación.....	15
Coordinación de Reuniones.....	17
Administración de la Información.....	19
Recaudación de Donaciones en Especie para el Evento.....	21
Coordinación de Comisiones de Voluntariado.....	23
Coordinaciones de Regalos Personalizados.....	27
Metodología de Regalos Personalizados.....	31
Metodología de Regalos Personalizados.....	33
Premiación de Héroes.....	35
Funciones Generales.....	37
Funciones Específicas.....	39
Funciones Específicas.....	41
Acciones Posteriores al Evento.....	43
Consultas.....	45



Propuesta gráfica final

PÁGINA 4

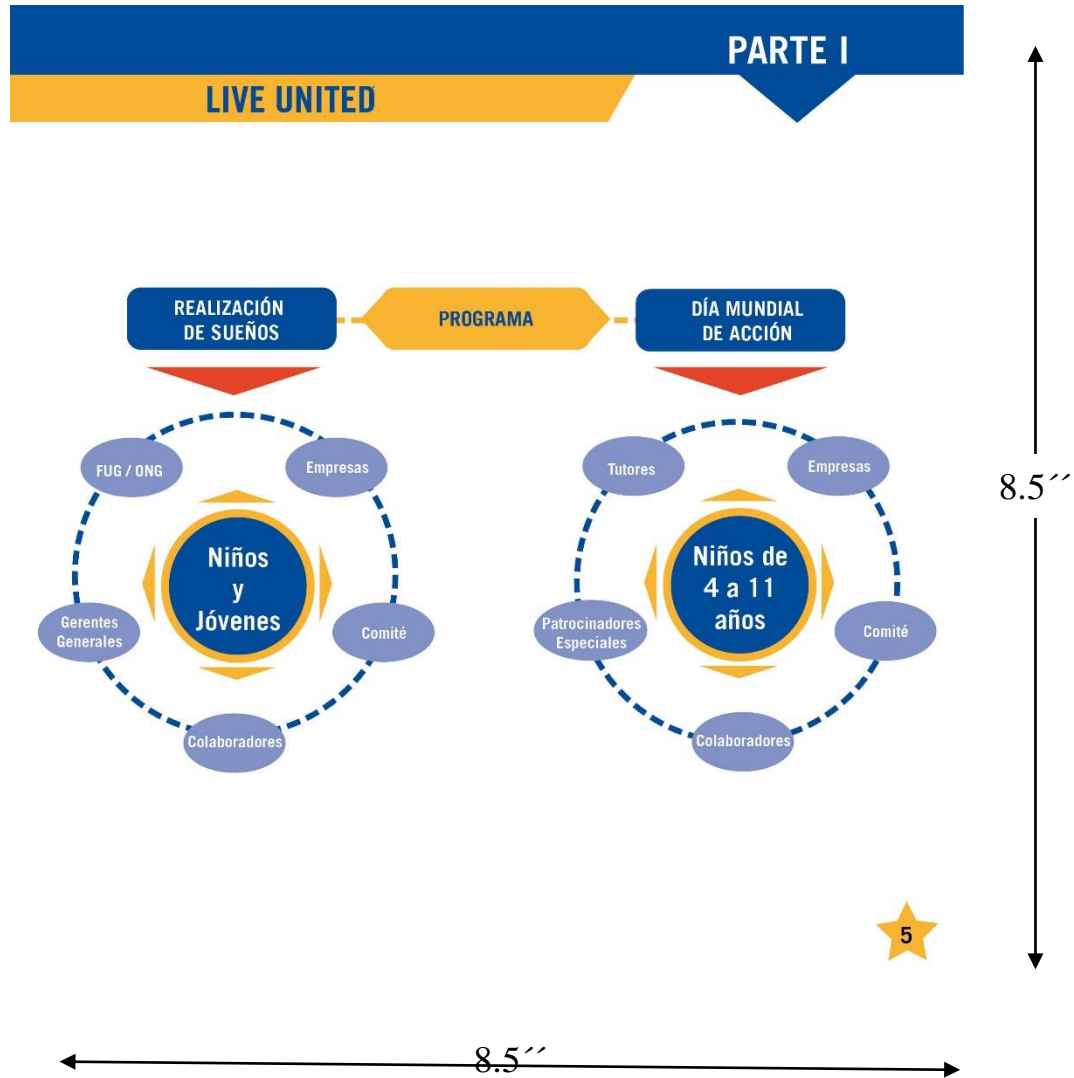


8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 5



Propuesta gráfica final

PÁGINA 6



8.5''

8.5''



### REALIZACIÓN DE SUEÑOS

Feria de los Sueños, más allá de un evento, es un programa que inspira a niños y a jóvenes a tener sueños, durante el año, con el apoyo de nuestros ejecutores. Los inspiramos a creer que son capaces de alcanzar el éxito con el apoyo de gerentes, comités y demás colaboradores quienes hacen realidad los sueños de los niños por un día, como los que aspiran ser pilotos aviadores, doctores, reporteros, chefs, etc.

### OBJETIVO

Hacer realidad sueños, creando un vínculo entre voluntarios y los niños que han sido beneficiados con la inversión de los recursos, de más de 75 socios y sus colaboradores, a través de Fondo Unido de Guatemala.

### ¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?

- Empresas y Colaboradores Asociados a Fondo Unido Guatemala
- Niños y jóvenes beneficiados de Programas Sociales de United Way Guatemala



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 8



8.5''

8.5''



### PASOS PARA DESARROLLAR LA REALIZACIÓN DE SUEÑOS DURANTE EL AÑO

- Solicitar al contacto de las comunidades a que niños de 4 a 11 años, escriban y dibujen sus sueños.
- Solicitar que las cartas físicas sean enviadas a FUG y clasifica los mejores 300 sueños.
- Tabular los mejores sueños en una base de datos Excel.
- Compartir la base de datos con las empresas.
- Promover e influir para que por lo menos, las empresas que participan en el Día Mundial de Acción, hagan realidad el sueño de algún niño.
- Informar al contacto de la comunidad correspondiente, la fecha, hora, lugar y agenda de la realización de sueños.
- Compartir a la empresa la guía y objetivos que cumplir con los niños en la realización de sueños.
- Presenciar la realización de sueños y tomar fotografías.
- Publicar agradecimiento a la empresa y logros.



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 10



8.5''

8.5''



### DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN

Es la movilización de alrededor de 1300 voluntarios de empresas socias para celebrar que los niños de los programas sociales de Fondo Unido, tienen sueños y metas de vida.

### OBJETIVOS

- Realizar un evento no lucrativo, donde las empresas y los niños beneficiados, practican y aprenden valores, principios, actitudes y nuevas habilidades o conocimientos para alcanzar sus metas personales, académicas profesionales o laborales.
- Unir a las empresas y sus colaboradores para patrocinar stands y shows, donaciones en especie y voluntarios en las diferentes comisiones que se requieren para el éxito y seguridad del evento.
- Lograr que los niños cuenten con la inspiración de voluntarios, con personajes y stands altamente creativos e innovadores, para aprender jugando.

8.5''



8.5''



Propuesta gráfica final

PÁGINA 12



← 8.5" →

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

**¿QUIÉNES PUEDEN PARTICIPAR?**

- Empresas y Colaboradores Asociados a Fondo Unido Guatemala
- Niños y jóvenes beneficiados de Programas Sociales de United Way Guatemala.
- Patrocinadores Especiales

**DEFINICIÓN DE TEMÁTICA**

- Definir la temática y listado de subtemas de stand del evento del año.
- Presentar la temática ante el comité organizador y el listado de tema de stands, para que escojan el suyo. (Lo van seleccionando en orden, conforme el listado de asistencia).
- Definir un listado de valores y principios para que las empresas lo escojan para su stand. (Lo van seleccionando en orden, conforme el listado de asistencia).
- Asignar los temas de stand a cada empresa en la base central de información.
- Se escoge un tema para que los niños en el stand, aprendan pero jugando.
- La idea es que todos en el evento estén disfrazados de acuerdo al tema y vista el desfile.
- El objetivo es que los niños, y voluntarios conozcan y amplíen su conocimiento de forma lúdica y divertida. Los stands deben responder a la temática.
- No pueden haber temas repetidos.
- Confirmar la temática del stand de la empresa (saber que reflejarán en su stand).



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 14



8.5"

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

FORMAS DE PARTICIPACIÓN DE LAS EMPRESAS

- Montaje de stand (Tiene un costo, para pagar los gastos del evento)
- Voluntariado
- Regalos
- Donaciones en Especie.

AMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Llevar en una sola base de datos, la información central que genera toda la coordinación, logística, control e ingresos del evento. (ver formato ejemplo).
- Actualizar la base de datos central, cada vez que hayan cambios por parte de la empresa, ONG o FUG.



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 16



8.5''

8.5''

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED**

**COORDINACIÓN DE REUNIONES (COMITÉ ORGANIZADOR)**

El comité organizador del Día Mundial de Acción, son la mayoría, miembros del comité de responsabilidad social de cada una de las empresas socias de Fondo Unido de Guatemala; o bien personas asignadas por la empresa. Las decisiones, ideas y opiniones del comité, son tomadas en cuenta por concesión.

**AMINISTRACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

- Gestionar con empresas socias, préstamo de salón para 35 personas y patrocinar el desayuno (no hay presupuesto de FUG).
- Programar por lo menos 7 reuniones con el comité para exponer la logística, lineamientos y por menores de todo lo relacionado a la ejecución del evento.
- Por cada reunión programada, definir y dirigir la presentación que logre informar claramente sobre avances y lineamientos del evento.
- Llevar minuta de lo informado y acordado para compartirlo a todas las empresas socias, no más tarde de 3 días.



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 18



8.5''

8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

COORDINACIÓN DE MONTAJE Y DESMONTAJE

- Buscar o definir el lugar idóneo para albergar a 3500 personas.
- Las empresas pueden adquirir derecho de piso para montar su stand, con un costo definido por FUG.
- La ubicación de los stands son electos por las empresas, en orden de llegada a la reunión de comité establecida.
- Definir y diseñar logística con croquis que guíe el montaje y desarrollo del evento.
- Todo el montaje, incluyendo las empresas y sus stands, se realiza un día antes.
- Tomar en cuenta las normas y restricciones del lugar para montar, que deberán seguir todos los participantes.
- Los stand deben ser altamente creativos y decorados de forma innovadora según el tema que represente.
- Los stands deben practicar y promover un valor o principio con los niños.
- Se deberá gestionar que restaurantes o proveedores paguen un derecho de piso, para que puedan vender comida.
- Contratar Baños portátiles para niños y empresas.
- Proveer luz eléctrica para los stands y otros montajes.
- Buscar el apoyo de EMETRA para tránsito vehicular y de parqueo.
- Montar un kiosco de información/escenario/tarima decorado, como centro de sonido para directrices generales del evento.



8.5''

8.5''



Propuesta gráfica final

PÁGINA 20



8.5''

8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

RECAUDACIÓN DE DONACIONES  
EN ESPECIE PARA EL EVENTO

- Como mínimo, debe lograrse la donación del desayuno y almuerzo de los niños.
- La donación de servicio de recolección de regalos y bodega de regalos
- La donación de por lo menos 6,000 bebidas para los niños y voluntarios inscritos en comisiones.
- Donación de agentes de seguridad para día de montaje y día de evento.

8.5''



8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 22



PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

**COORDINACIÓN DE COMISIONES DE VOLUNTARIADOS**

Toda comisión debe contar con líder/responsable del grupo de voluntarios de su empresa. FUG deberá contar con la lista/datos de los que integran la comisión con el número y correo de los líderes. Debe recibir por parte de FUG, una capacitación previa y las guías que describen sus funciones y horarios detallados.

- Comisión de Información: Se requieren 8-10 voluntarios para apoyar a los invitados. Es también el centro de coordinación y apoyo de los coordinadores del evento (FUG-Empresa Contratada).
- Comisión de Regalos: Se requieren 25 voluntarios para verificar y entregar que todos los regalos estén completos.
- Comisión de Recepción y Acompañamiento de Niños: Se requieren por lo menos 300 voluntarios que ayuden a tutores a entretener, cuidar, ordenar y dirigir a los niños por organización.
- Comisión de Primeros Auxilios: Se requieren a 25 voluntarios que supervisen al área, y llevar a un niño a ser atendido por ambulancia.
- Comisión de Alimentación e hidratación: Se requieren voluntarios de la empresa donante, para entregar a los niños y tutores su desayuno y almuerzo.



8.5''

8.5''



8.5''

8.5''



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 26



PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

COORDINACIÓN DE REGALOS PERSONALIZADOS

- Solicitar a las ONGS, llenar datos de niños y tutores, estrictamente en un formato especial de FUG. (Edad, Nombre completo, género).
- Los listados deben recibirse, a mediados de Julio lo más tarde, para armar y entregar a tiempo los afiche a las empresas.
- Una vez recibidos los listados de los niños, no pueden solicitar el cambio de niños.
- Informar a cada organización que el formato no debe contener más de 125 niños (invitando únicamente a 23 organizaciones).
- Diseñar de Afiche. Deberá ser entregado a las empresas con dos meses de anticipación).
- Distribuir o asignar el número de regalos que solicite la empresa con el código, nombre, edad, género, organización y nombre de la empresa que lo apadrina. (ver formatos)
- Hacer la combinación de correspondencia en stickers Avery 5161. Son dos diseños de combinación. 1. Stickers miniaturas para afiches y 2. Stickers para gafetes y regalos de niños.(ver formato ejemplo)
- Imprimir los 2 tipos de stickers y armar los afiches y gafetes, hasta lograr que los 2,000 niños tengan su regalo con su nombre y datos.



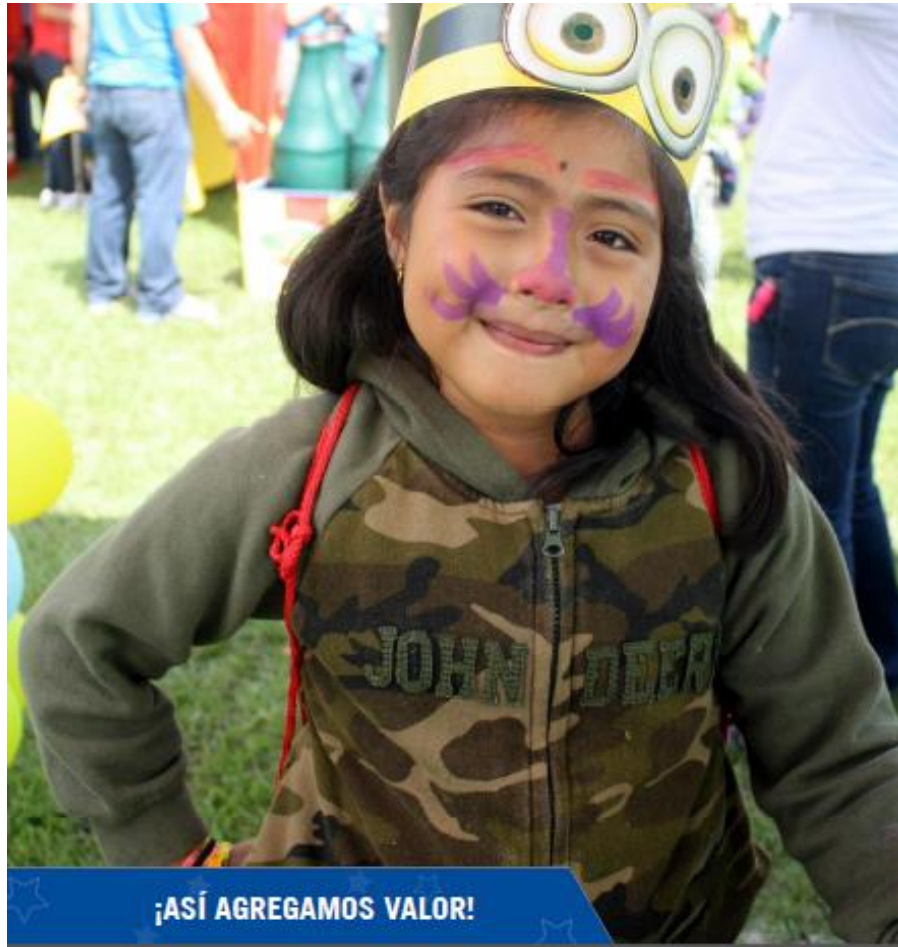
8.5''

8.5''



Propuesta gráfica final

PÁGINA 28



8.5''

8.5''

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN**  
**LIVE UNITED**

**METODOLOGÍA DE REGALOS PERSONALIZADOS**

- Coordinador distribuye los afiches en lugares visibles de su empresa antes de poner los afiches, coordinador solicita a sus colaboradores, seguir todas las instrucciones del afiche.
- Los regalos deben ser juguetes educativos, según la edad del niño, no regalar ropa, accesorios o productos perecederos o juguetes bélicos.
- Cuando le entreguen el regalo, el coordinador pide al colaborador, los datos del niño que escogió del afiche.
- Cuando el coordinador recibe los datos del niños y el regalo del colaborador, inmediatamente pega al regalo el sticker, con el nombre del niño que corresponda, los stickers, lo entrega united way guatemala, junto con el afiche.
- Los regalos son recogidos por la empresa donante de servicio de mensajería, a las empresas que lo soliciten.
- Se hace una ruta de recolección de regalos a la empresa donante, con datos de dirección, horarios y restricciones y fecha.



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 30



8.5''

8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

**METODOLOGÍA DE REGALOS PERSONALIZADOS**

- Antes que recojan los regalos para llevarlos a bodega, coordinador verifica contra el listado entregado, que todos los regalos estén completos.
- Si la empresa que entregó regalos tiene stand creativo en la feria de los sueños, el día del evento se le devolverán los regalos, para que puedan entregarlos a los niños en el stand de su empresa como cierre del evento/stands.
- En bodega, antes del evento, se verifica que todos los regalos tengan el nombre de los 2,000 niños según listado y completos
- Se piden regalos extra, sin nombre, pero con stickers con código y que digan para que género y edad es el regalo. (en caso se pierda un regalo de un niño o el regalo no sea adecuado)



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 32



8.5''

8.5''

**PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED**

**PREMIACIÓN DE HEROES:**

- Son 3 premios y un reconocimiento en la Premiación Héroes.
  - Premio de FUG al mejor stand creativo e innovador.
  - Premio de niños al mejor stand.
  - Premio a la mejor empresa por su comisión de voluntarios.
  - Reconocimiento a todas las empresas donantes o patrocinadores especiales al evento.
- Crear los criterios que cada stand deberá llenar en su montaje, para tener la posibilidad de ganar.
- Crear la encuesta a niños para conocer quién es el ganador.
- Crear los criterios para evaluar la efectividad y compromiso de cada una de la comisiones.

**PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN DE EVENTO:**

- Definir la línea de imagen del año en curso, según la temática.
- Comunicar a través de un flyer, según la línea de imagen diseñada, lo relacionado a reuniones, información y ctualizaciones.



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 34



8.5''

8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

**EXPECTATIVAS SOBRE LA  
EMPRESA QUE ORGANIZARÁ EL EVENTO**

Dirección General (Empresa organizadora de Evento)

Funciones Generales:

- Estrategia, planificación, conceptualización, diseño, coordinación general y ejecución del evento.

Funciones Específicas:

- Propuesta gráfica del evento y propuesta de costos (presupuesto y formas de pago).
- Elaborar la estrategia general del proyecto (planificación, objetivos, indicadores, medición)
- Programar, dirigir y agendar las reuniones del comité organizador y con las organizaciones sociales de los niños beneficiados.
- Armar afiches de regalos de todos los niños invitados.



8.5''

8.5''



Propuesta gráfica final

PÁGINA 36



8.5''

8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

Funciones Generales:

- Realizar las guías o briefs para los voluntarios de cada comisión que establezca las responsabilidades de los voluntarios en cada una de las comisiones.
- Realizar o agendar reuniones con los voluntarios de las comisiones con las diferentes empresas para explicarles sobre sus funciones para el día de montaje y el día del evento.
- Planificar y realizar las metas, objetivos y presentaciones de cada reunión con el comité organizador junto con Fondo Unido.
- Verificar y coordinar la logística de regalos por empresa. Es importante el conteo de regalos contra listado de niños invitados.
- Distribución de stands, kioscos, baños, área de comida, escenarios u otras estaciones con sus correspondientes decoraciones en la Feria de los Sueños.
- Establecer comisiones y verificación de las tareas asignadas con los patrocinadores.



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 38



8.5''

8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

Funciones Específicas:

- Confirmación de la disponibilidad del lugar en la que se realiza la feria de los sueños para las fechas establecidas y coordinación necesaria con las autoridades del lugar para ejecutar montaje y desmontaje.
- Verificar, Compartir y/o establecer las normas de uso del recinto en el que se desarrolla la feria de los sueños con voluntarios, proveedores y empresas participantes. (verificar restricciones del recinto)
- Seguimiento de recursos y donaciones.
- Administración de proveedores del evento.
- Logística de recaudación, verificación, y entrega de regalos el día del evento.
- Revisión de artes impresos y digitales.
- Diseño y arte final de piezas para el evento (invitaciones a patrocinadores, afiches, gafetes, stickers).



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 40



8.5''

8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

Funciones Específicas:

- Diseño y arte final de piezas.
- Coordinación de montaje y desmontaje del evento.
- Diseño y ejecución de Programa de actividades en escenario.
- Coordinación General el día del evento.
- Montaje y diseño del ambiente en el que se desenvuelven los niños y stands.
- Cableado eléctrico y audio.
- Contar con el personal necesario, en apoyo a voluntarios.
- Definición y diseño de Comisiones que integran el voluntariado y Donaciones en Especie.
- Convocatoria de artistas, conductores, etc. Para animación y shows de escenario principal y evento.
- Coordinación constante, desde un inicio, con los proveedores y sobre todo con los conductores o protagonistas de cada punto de la agenda de escenario.



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 42



8.5''

8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
LIVE UNITED

ACCIONES POSTERIORES AL EVENTO

- Generar boletín y Reporte de FDLS.
- Seleccionar ganadores de Feria de los Sueños y reconocimientos a patrocinadores para premiación Héroes.
- Promover resultados en medios y a unitedways.
- Reunión de feedback para a la empresa de eventos.
- Entrega de reporte y fotografías del desempeño de la feria de los sueños por parte de la empresa de eventos.



8.5''

8.5''



Propuesta gráfica final

PÁGINA 44



8.5''


8.5''

PASOS PARA COORDINAR Y EJECUTAR DÍA MUNDIAL DE ACCIÓN  
**LIVE UNITED**

**CONSULTAS**

Para consultas de formatos, ejemplos, croquis, combinaciones de stickers de regalos / afiches, base de datos e historial de Feria de los Sueños, visita carpetas:

- FERIA DE LOS SUEÑOS 2011
- FERIA DE LOS SUEÑOS 2012
- FERIA DE LOS SUEÑOS 2013



8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 46

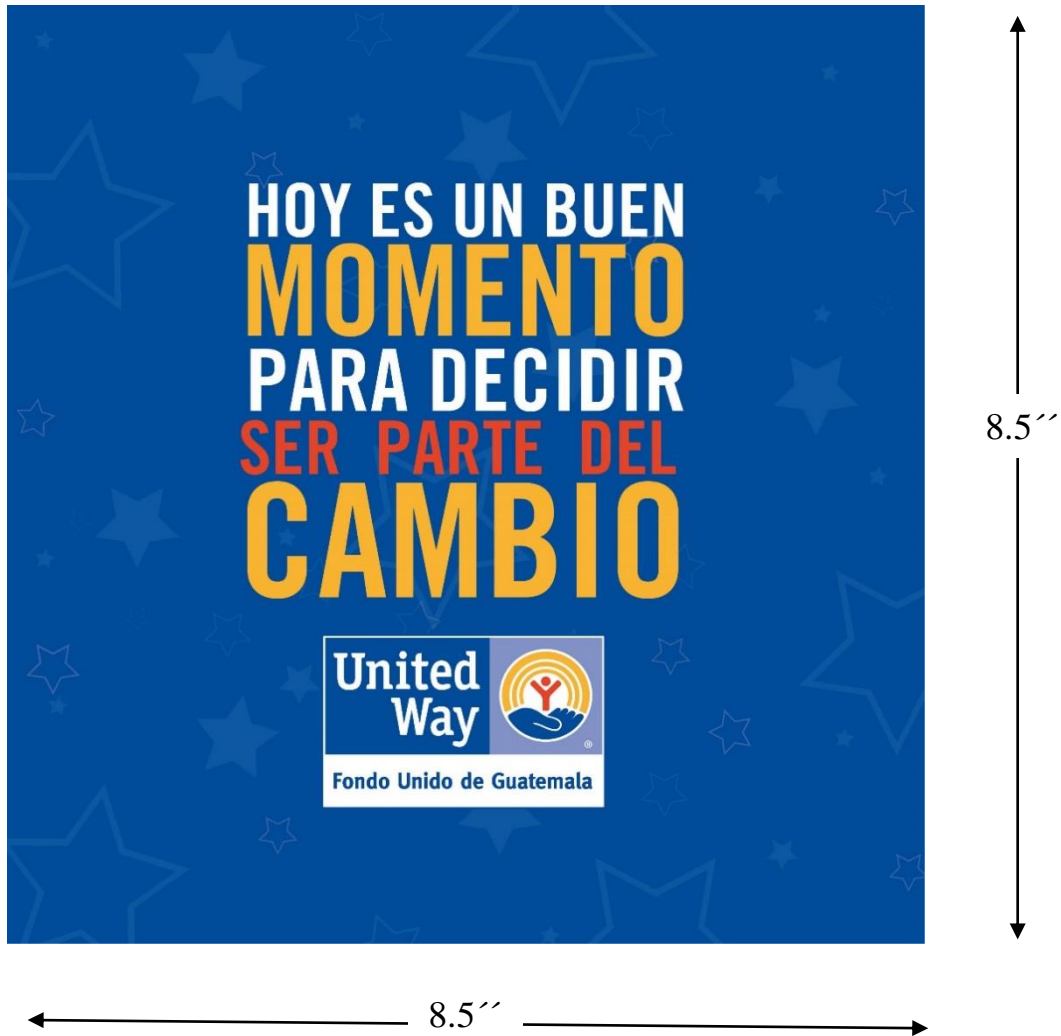


8.5''

8.5''

Propuesta gráfica final

PÁGINA 47



**Propuesta gráfica final**

**PÁGINA 48**



Propuesta gráfica final

CONTRA-PORTADA



## **Capítulo X: Producción, Reproducción, y Distribución**

---

## **Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución**

Para que el presente proyecto cumpla su función de promocionar la actividad la Feria de los Sueños de Fondo Unido, es necesario implementar el material informativo, de forma en la que ayude a la organización para futuros patrocinadores de dicha actividad.

El propósito de este material informativo es para que los futuros patrocinadores se informen de esta actividad, sepan las actividades que se realizan y cómo estas ayudan a la niñez de escasos recursos a darles esperanza sobre sus futuros.

Para calcular el costo del proyecto se tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

1. Plan de costos de elaboración, al establecer el proceso creativo y la elaboración de la propuesta.
2. Plan de costos de reproducción, al determinar los costos de la versión impresa del material.
3. Plan de distribución, utilización del material para futuros clientes tanto por medio virtual y físico para los clientes que llegan a las oficinas de Fondo Unido.

### **10.1 Plan de costos de elaboración**

El proyecto a elaborar un folleto impreso que servirá como una herramienta de apoyo para informar a futuros patrocinadores sobre la actividad la Feria de los Sueños que realiza Fondo Unido de Guatemala, acerca de las actividades, como se realiza, y mostrar como esto ayuda a la niñez guatemalteca de escasos recursos en la que son motivados aprender con valores y lograr sus sueños.



Para estimar el tiempo de elaboración del material informativo virtual e impreso, fue necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Recopilación de información teórica y conceptos de diseño, necesarios para sustentar el desarrollo eficiente del proyecto, para lo que se emplearon:

Programación:

<b>Recopilación de Información:</b>	8 semanas
<b>Fotografía y bocetaje:</b>	7 semanas
<b>Digitalización de bocetos y validación</b>	12 semanas
<b>Total de tiempo trabajado</b>	27 semanas

Total de días trabajados 135 días

Total de horas trabajadas 405 horas (3 horas por día)

Basado en precios de agencia: Un diseñador gráfico en agencia de publicidad, gana mensualmente Q8,000.00, diariamente gana Q266.00 y el costo por hora de trabajo es de Q33.00.

Tomando como referencia los datos anteriores, podemos decir que si se trabajan 405 horas por Q 33.00 (costo por hora), el precio costo de elaboración es de Q 13,365.00.

El costo total de la elaboración del folleto que se realizó para Fondo Unido de Guatemala promocionando “La Feria de los Sueños! Es de Q 13,365.00

**Fase de Producción es de Q 13,365.00**

**10.2 Costos de Producción**

<b>Total de semanas trabajadas</b>	2 semanas
<b>Total de días trabajados</b>	10 días (5 días por semana)
<b>Total de horas trabajadas</b>	5 horas (50 horas)
<b>Q 33.00 por 50 horas</b>	Q 1650.00
<b>El costo total de la producción es de</b>	Q 1,650.00

**El costo total de la producción del manual informativo para Fondo Unido de Guatemala es de Q1,650.00.**

**10.3 Plan de costos de reproducción**

Según la cotización de la empresa Dgraphic, la reproducción de un manual informativo tiene un costo de Q 350.00

La empresa Beksa proporcionó una cotización por la reproducción del manual informativo de Q 375.00

Print Studio cotizó la impresión del folleto informativo de Q 496.00

Tomando de referencia la cotización de Dgraphic, que ofreció el precio de la reproducción del material informativo, el costo del manual es de:

**Fase de reproducción: Q350.00**

*(Ver Anexo O: Cotizaciones)*

**10.4 Plan de costos de distribución**

La distribución del material no tendrá ningún costo, ya que se utilizará la versión digital para las conferencias que realiza Fondo Unido de Guatemala para empresas que desean asociarse con la organización.

**10.5 Cuadro resumen general de costos**

Descripción	Costo
<b>Costos de elaboración</b>	Q 13,365.00
<b>Costos de producción</b>	Q 1,650.00
<b>Costos de distribución</b>	Q 0.00
<b>Total</b>	<b>Q 15,365.00</b>

Se puede concluir que el costo total del material virtual para Fondo Unido de Guatemala es de Q 15,365.00

## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

---

## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

**11.1.1** Se diseñó un folleto informativo para dar a conocer las actividades a futuros patrocinadores las actividades que se realizan en “La Feria de los Sueños” para Fondo Unido de Guatemala.

**11.1.2** Se investigó acerca de diagramación y diseño de materiales impresos, para aplicarlo en la realización de un folleto informativo.

**11.1.3** Se recopiló información relevante acerca de las actividades de “La Feria de los Sueños”, para incluirlo en el folleto informativo.

**11.1.4** Se fotografió a niños que son beneficiados por la organización de Fondo Unido de Guatemala para utilizar en el contenido del folleto y así lograr impacto visual a los futuros patrocinadores de esta actividad.

**11.1.5** Se diagramó el contenido que conformará la publicación, a través de la selección y distribución del material informativo y gráfico, para que posea fácil visualización para el lector.

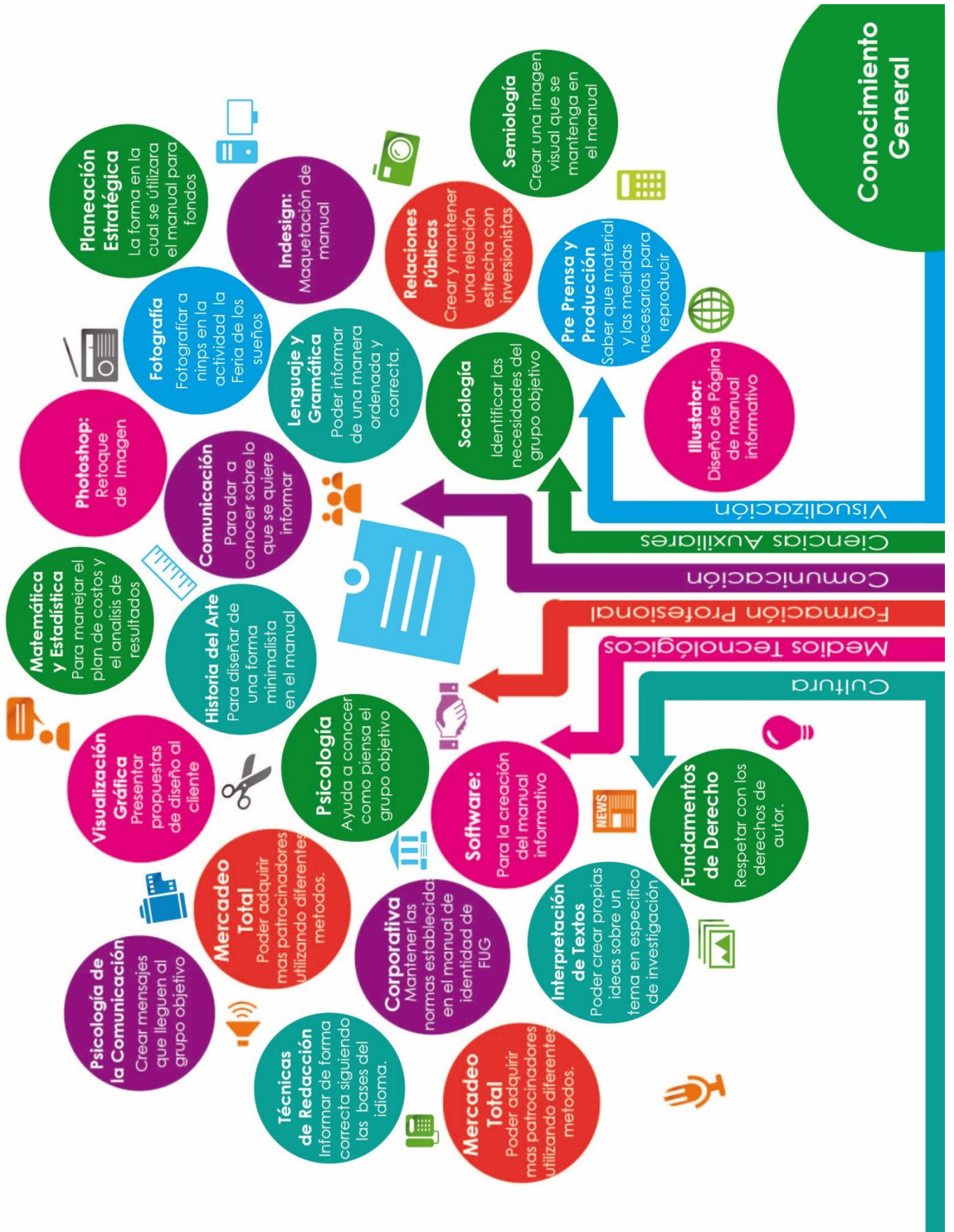
## **11.2 Recomendaciones**

- 11.2.1** Actualizar el folleto informativo para dar a conocer las actividades que se realizan en “La Feria de los Sueños” a los futuros patrocinadores de Fondo Unido de Guatemala.
- 11.2.2** Investigar acerca de otros medios impresos para publicar en la realización de un folleto informativo y así dar a conocer la actividades en “La Feria de los Sueños”.
- 11.2.3** Recopilar información relevante acerca de las actividades “La Feria de los Sueños” para que sean incluidas en el folleto informativo para los futuros patrocinadores de esta actividad.
- 11.2.4** Es aconsejable que se fotografíe a niños que son beneficiados por la organización de Fondo Unido de Guatemala, para que puedan ser utilizadas en el contenido del folleto y lograr impacto visual a los futuros patrocinadores de esta actividad.
- 11.2.5** Actualizar el contenido que se conformará futuras publicaciones, a través de la selección y distribución del material informativo y gráfico, para que posea fácil visualización para el lector.

*(Ver Anexo C, Tabla de Objetivos)*

## **Capítulo XII: Conocimiento General**

---





## **Capítulo XIII: Referencias**

---

## 13.1 Referencias

### 13.1.1 Libros

#### -A-

Aguirre, N. (2007) Materiales Informativos 2da. Edición. España ISBN 978-84-9948-178-4  
P 65

Ávila Baray, H.L. (2006) Introducción a la metodología de la investigación. Madrid,  
España. P.5

Alcalá, A. (1997) La praxis andragógica en los adultos de edad avanzada. Argentina P.2

#### -C-

Camacho, d. (1995) Fundamentos de Sociología, Editorial Universidad Estatal a Distancia,  
San José Costa Rica. ISBN 9977-64-575-2

Cifuentes, J. (2006) El Signo Lingüístico. Editorial Liceus, Madrid, España ISBN 84-9822-  
506x

Costa, J. (1992). La enciclopedia de Diseño, Barcelona: Ceac.

#### -E-

Ellison, Andy (2008) “Tipografía Digital, Cómo utilizar la tipografía de forma Creativa en  
el Diseño Gráfico”. Editorial Parramón. P 12

#### -F-

Franco, Carlos (2003) “Color Digital, Gráficas de color aplicables digitalmente” P. 08.

**-G-**

Gillam Scott, Robert (1992) “Fundamentos del Diseño” Editorial Limusa S.A. de C.V. P.4

Gonzalez, G. (2007) Fundamentos de Diseño Editorial, 3ra Edición Editorial Edinumen  
ISBN 84-85789-45-8 P. 23

**-H-**

Hambree, R. (2008) El Diseñador Gráfico, Editorial Blume

Heller, E. (2004) Psicología del Color 1ra Edición. Barcelona, España Editorial Gustavo  
Gili

**-J-**

J.M. Rosenberg. (1993). “Diccionario de Administración y Finanzas”. España. Editorial  
Océano pg. 17

**-M-**

Martínez, Juan (2004) Comunicación para el diseño gráfico. Colección Laberinto. P 13

**-O-**

Oteo, E. (1997) Teorías de la Comunicación, Editorial Universitaria, Santiago de Chile.  
ISBN 956-11-1722-3

**-R-**

Ricupero, S. (2007) Diseño Gráfico en el Aula, Buenos Aires Argentina, Editorial Nobuko  
ISBN 978-967-584-109-3

**-S-**

Samara, T. (2004) “Diseñar con y sin retícula”. Barcelona, España P. 20-32

Scott, R. (1951) Fundamentos del Diseño. Argentina . Mc Graw-Hill P.21

Stone, D. y Gladis , R. (2003) Avanza Fotografía Digital, España: Editorial Mc Graw-Hill  
2003 ISBN 8448-13-824-4

**-Z-**

Zappaterra, Y. (2008) “Diseño Editorial” Barcelona. Editorial Gustavo Gili, SL. P. 1

**13.1.2 Biblioweb**

**-A-**

Actibva

<http://www.actibva.com/magazine/productos-financieros/que-es-un-fondo-de-inversion>

Andi

[http://www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/deque setrata.aspx? mnu\\_id=45](http://www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/deque setrata.aspx? mnu_id=45)

Asociación Nacional de Empresarios

[http://www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/dequesetrata.aspx ?mnu\\_id=45](http://www.andi.com.co/cajadeherramientasrse/dequesetrata.aspx ?mnu_id=45)

Aprendizaje

[www.aprendizaje.com](http://www.aprendizaje.com)

**-B-**

Bidireccional

<http://bidireccional.net>

Business

[www.businesscol.com](http://www.businesscol.com)

BV Cooperacion

<http://www.bvcooperacion.pe/biblioteca/bitst/2/BVC00242.pdf>

**-C-**

CCA

[http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido\\_tiposcom.htm#Comunicación Gráfica](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido_tiposcom.htm#Comunicación Gráfica)

Crece Negocios

<http://www.crecenegocios.com/los-colores-de-una-empresa/>

**-E-**

Ecommerce

<http://e-commerce.buscamix.com/web/content/view/46/128>

Enciclopedia de Economía

<http://www.economia48.com/spa/d/empresa-publica/empresa-publica.htm>

Escolares

[www.escolares.net](http://www.escolares.net)

Estudio Creativo

[www.estudio-creativo.com](http://www.estudio-creativo.com)

**-F-**

Fondo Nacional de Desarrollo Social

[http://www.bvcooperacion.pe/biblioteca/bitstream/123456789/3632/2/BVCI0002447\\_2.pdf](http://www.bvcooperacion.pe/biblioteca/bitstream/123456789/3632/2/BVCI0002447_2.pdf)

Fotonostra

<http://www.fotonostra.com/Composici3n>

Fotonostra

<http://www.fotonostra.com/grafico/corporativo.html>

Fotonostra

[www.fotonostra.com/imagen](http://www.fotonostra.com/imagen)

Fotonostra

<http://www.fotonostra.com/glosario/logotipo.htm>

Fotonostra

<http://www.fotonostra.com/grafico/maquetacion.html>

Fotonostra

<http://www.fotonostra.com/semiologia>

**-G-**

Gerencie

<http://www.gerencie.com/concepto-unificado-de-iva.html>

**-P-**

Plataforma voluntariado

<http://www.plataformavoluntariado.org/contents/72-que-es-el-voluntariado>

Proyectacolor

<http://www.proyectacolor.cl/teoria-de-los-colores/circulo-cromatico/>

Psicopedagogía

<http://www.psicopedagogia.com/definicion/honestidad>

## **-R-**

Revista Digital VS

<http://revista-digital.verdadera-seducion.com/que-es-liderazgo/>

## **-S-**

Scribd

<http://es.scribd.com/doc/5447795/TENDENCIAS>

Se Responsable

<http://www.seresponsable.com/2012/01/17/definicion-responsabilidad-social/>

## **-T-**

TMS Golbal Valores

[http://www.tms.com.au/wowv\\_las.html](http://www.tms.com.au/wowv_las.html)

## **-U-**

UPRH

<http://www1.uprh.edu>

UCM

<http://www.ucm.es/info/mdes/ComVisual.pdf>

Universidad Nacional de Colombia

[http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/ciencias/2000024/lecciones/cap04/04\\_08\\_01.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/ciencias/2000024/lecciones/cap04/04_08_01.htm)

**-V-**

Unal

[http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/ciencias /2000024/ lecciones /cap04/04\\_0801.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/ciencias /2000024/ lecciones /cap04/04_0801.htm)

**-W-**

WNA

<http://www.wnadesign.com/teoria-del-diseño-minimalista/>

Wordpress

<http://le0el.wordpress.com/2009/12/15/el-valor-de-la-integridad/>

**-Z-**

Zonas Económicas

<http://www.zonaeconomica.com>



## **Capítulo XIV: Anexos**

---

## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo A: Definición del Tema

#### DEFINICIÓN DE TEMA

Nombre: Astrid Luna Soto No. Curso: 09000910

¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
Diseño	Un manual informativo	Dar a conocer la actividad de la Feria de los Sueños	Los futuros patrocinadores de las empresas asociadas de Fondo Unido de Guatemala

Diseño de folleto informativo de la Feria de los Sueños para dar

A conocer las actividades que realiza Fondo Unido de

Guatemala para los futuros patrocinadores.

---



---

---

---

---

## Anexo B: Tabla de Requisitos



 **TALLER DE DESARROLLO REQUERIMIENTO DE PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO** 

Se presentan de forma concreta los requerimientos de comunicación y/o diseño. Puede ser por descubrimiento o por demanda, es decir, lo que el cliente solicita.

Ejemplo:

No se cuenta con	La empresa tal <b>no cuenta con un manual de identidad corporativa</b> que le permita unificar su marca en el mercado centroamericano.
No existe	Fondo Unido de Guatemala no cuenta con un material informativo que dé a conocer “LA FERIA DE LOS SUEÑOS” para los futuros patrocinadores.
No se tiene	
Se carece de	
No hay	
Hace falta	

## Anexo C: Tabla de Objetivos

 **TALLER DE DESARROLLO DE OBJETIVOS PARA PROYECTO DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO** 

Tipo	Objetivo	¿Qué?	¿A través de qué?	¿Para qué?	¿Para quién?
General	Diseñar	Material informativo	folleto	Dar a conocer las actividades realizadas en la Feria de los sueños	Futuros patrocinadores de Fondo Unido de Guatemala
Específico	Investigar	Acerca de diagramación	Investigar	Para aplicar en la realización de este proyecto	Las futuras empresas que desean ser patrocinadores
Específico	Recopilar	Información y fotografías	Recopilar	Sobre la feria de los sueños	Para los futuros inversionistas.
Específico	Recopilar	Diseñar, Fotografías (según caso)	Diseñar, Fotografías (según caso)	Programas de edición	Para incluirlo en el manual informativo

## Anexo D: Brief



# BRIEF

**BRIEF:** Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.

### DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante:	Astrid Luna	
No. de Carné:	09000910	Celular:
Email:	Astrid_luna_@hotmailcom	
Proyecto:	Proyecto de graduación	

### DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

Nombre del cliente (empresa):	Fondo Unido de Guatemala	
Dirección:	5ta. Avenida 5-55 zona 14 EuroPlaza Torre 2, 4to nivel, Oficina 402.	
Email:	<a href="mailto:funido@unitedway.org.gt">funido@unitedway.org.gt</a>	(502) 2385-5989
Contacto:	Alberto Álvarez	Celular:
Antecedentes:		
Oportunidad identificada:	Crear un material informativo que ayude a las futuros	
Patrocinadores sobre la actividad	Feria de los Sueños	

# BRIEF

## DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)

**Misión:** Ayudar a construir la capacidad comunitaria necesaria para mejorar la calidad de vida de la población más vulnerable de Guatemala, a través de la participación voluntaria de empresas, organizaciones y personas individuales. Crear un material informativo que ayude a las futuras.

**Visión:** Somos la organización estratégica de responsabilidad social más reconocida que influye en los esfuerzos de los actores clave del desarrollo social de país; por nuestra credibilidad, excelencia, innovación y efectividad.

**Delimitación geográfica:** \_\_\_\_\_

**Grupo objetivo:** Empresas Privadas

**Principal beneficio al grupo objetivo:** Promover la ayuda social

**Competencia:** Otras organizaciones no gubernamentales

**Posicionamiento:** Fondo Unido de Guatemala tiene un buen posicionamiento ya

**Factores de diferenciación:** Analizan proyectos.

**Objetivo de mercadeo:** Llamar la atención utilizando diferentes fotografías que se ha tomado durante los diferentes programas

**Objetivo de comunicación:** Motivar a las empresas privadas y a su personal en ser voluntarios para hacer un cambio en Guatemala.

**Mensajes claves a comunicar:** Ayuda Social

**Estrategia de comunicación:** Motivar ayudar a las de más personas

**Reto del diseño y trascendencia:** Ayudar a diseñar un material informativo

# BRIEF

Materiales a realizar: Material Informativo

Presupuesto: \_\_\_\_\_

## DATOS DEL LOGOTIPO

Colores: Rojo, amarillo y azul

Tipografía: Trade Gothic

Forma: Cuadrado

## LOGOTIPO



Fecha: \_\_\_\_\_

Anexo E: Tabla “CLASIFICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS NIVELES SOCIOECONÓMICOS

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>NIVEL A</b>
<b>EDUCACIÓN</b>	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado
<b>DESEMPEÑO</b>	Propietario, Director Profesional exitoso
<b>INGRESO</b>	Piso Q70 mil
<b>VIVIENDA</b>	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios, área de servicio separada, garaje para 5-6 vehículos
<b>OTRAS PROPIEDADES</b>	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua
<b>PERSONAL DE SERVICIOS</b>	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer
<b>EDUCACIÓN GRUPO</b>	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero
<b>POSESIONES</b>	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van Lancha, moto acuática, moto, helicóptero, avión.
<b>BIENES DE COMODIDAD</b>	3tel, mínimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, máquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/ miembro, internet portón eléctrico, todos los electrodomésticos.
<b>DIVERSIÓN</b>	Clubes privados, Vacaciones en el exterior
<b>SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS</b>	3-4 cuentas @ monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$

## Anexo F: Encuesta de Perfiles

### ENCUESTA DE PERFILES



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (FACOM)

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO GRÁFICO

Género:  M  F

Edad: \_\_\_\_\_

Nivel Académico: \_\_\_\_\_

#### Perfil Psicográfico

**Instrucciones:** A continuación responda las siguientes preguntas con sus preferencias personales.

1. ¿Qué le gusta hacer en su tiempo libre?

---

---

2. ¿Cuánto tiempo le dedica a su hobby?

---

---

3. ¿Qué lugares frecuenta más?

---

---

4. Mencione tres cosas que son importantes en su vida

---

---

5. ¿Realiza algún deporte, si la respuesta es sí cuál?

---

---



## Perfil Conductual

Instrucciones: A continuación se le realizará un set de preguntas sobre su conducta.

Debe referirse a la actitud que se tiene ante el producto servicio, personalidad, conducta, ocasión y beneficios de compra, como se comportan ante el producto y/o servicio.

1. ¿Le gusta poder ayudar a personas con necesidad?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_ En ocasiones \_\_\_\_\_

2. ¿Con que tipo de carácter se identifica más?

Nervioso	Emotivo, no activo, primario
Sentimental	Emotivo, no activo, secundario
Colérico	Emotivo, activo, primario
Apasionado	Emotivo, activo secundario
Sanguíneo	No emotivo, activo, primario
Flemático	No emotivo, activo, secundario
Amorfo	No emotivo, no activo, primario
Apático	No emotivo, no activo, secundario

3. ¿Donaría su tiempo para participar en una actividad de voluntariado?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4. Le gustaría compartir actividades de aprendizaje?

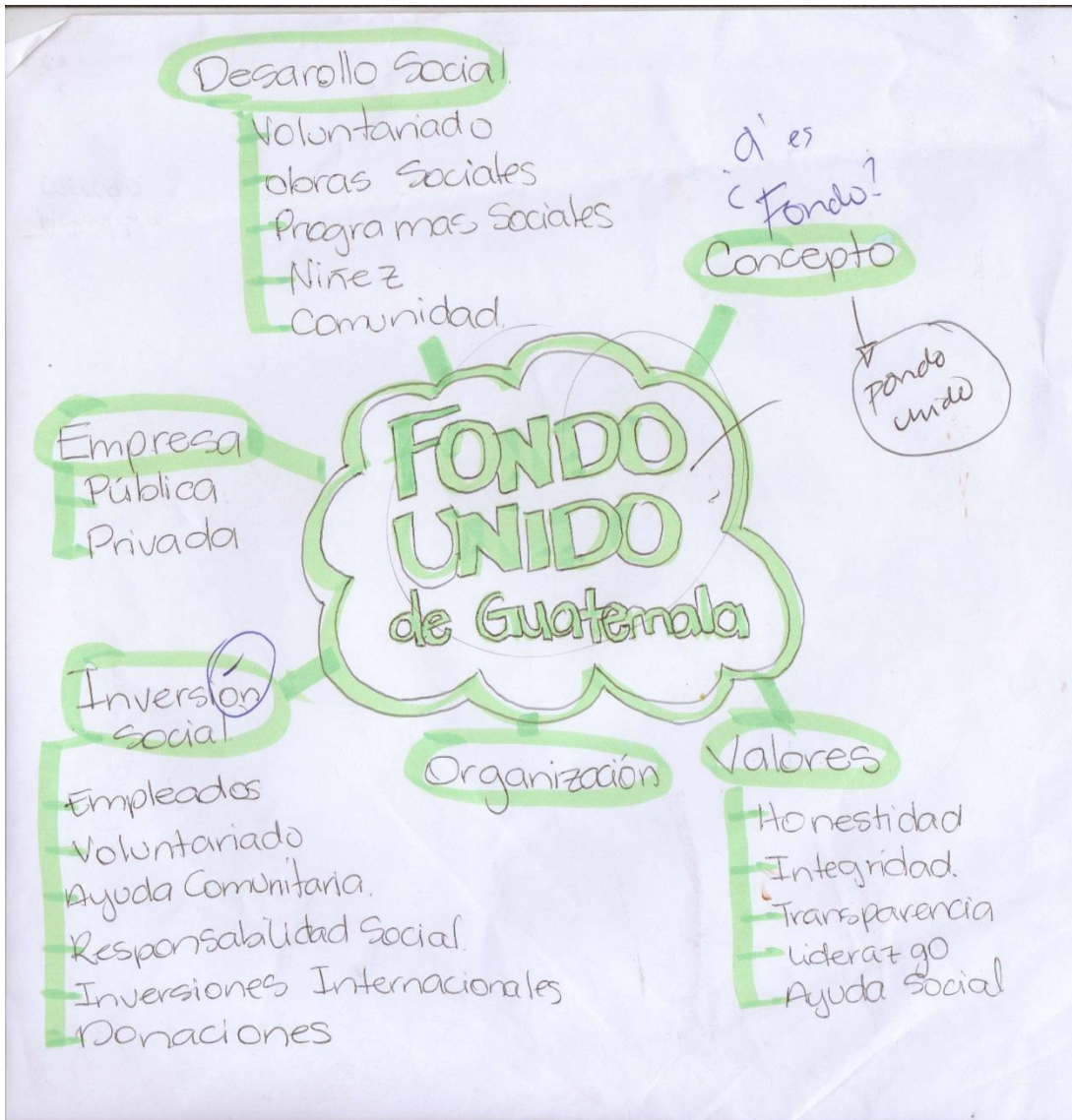
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. ¿Con que grupo se sentiría mas adecuado trabajar como voluntariado?

Niños \_\_\_\_\_ Jóvenes \_\_\_\_\_ Ambos \_\_\_\_\_

Anexo G:

Mapa Conceptual Marco Teórico 6.1 Conceptos Fundamentales relacionados con el producto o servicio



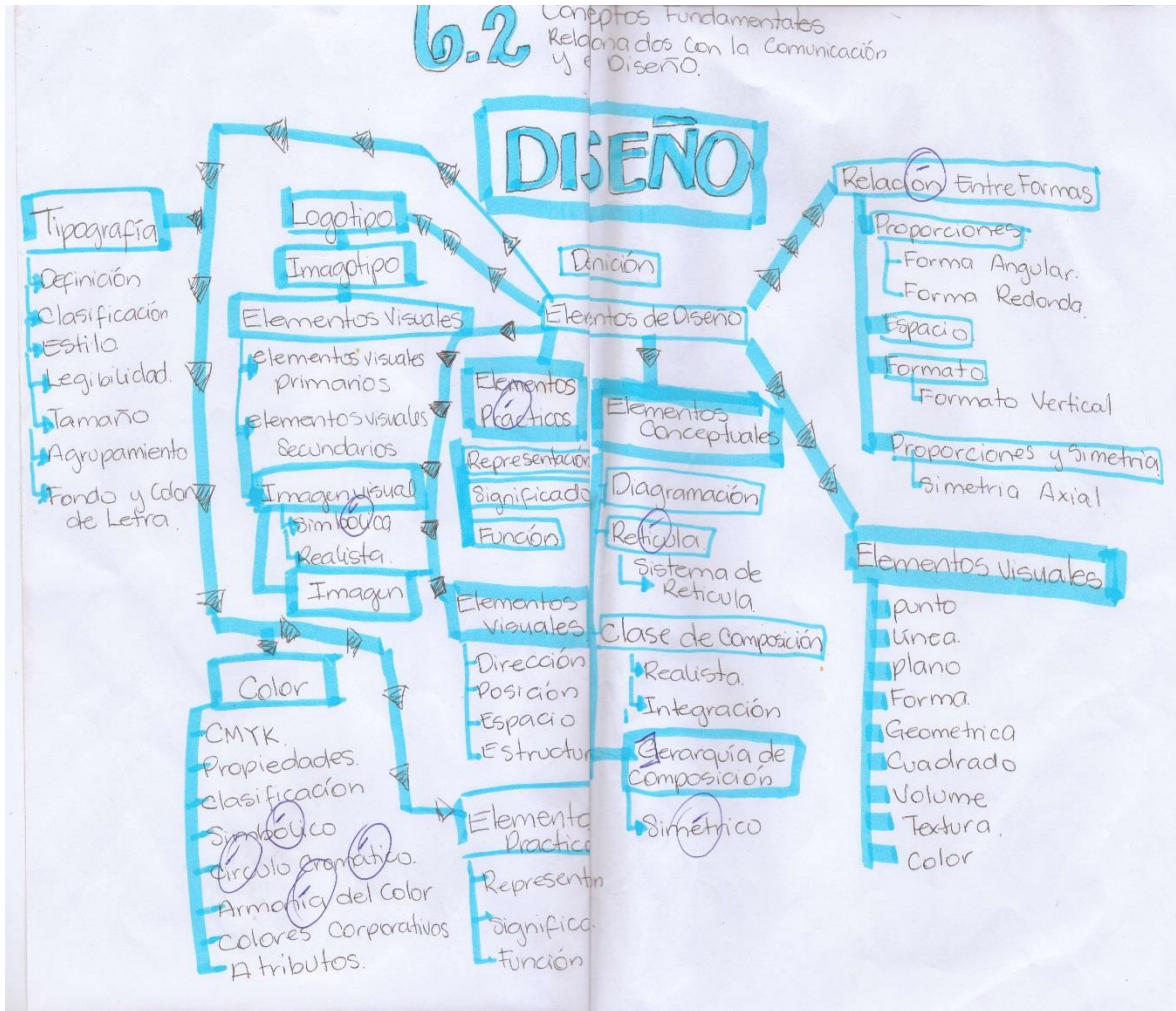
## Anexo H:

### Mapa Conceptual Marco Teórico 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.



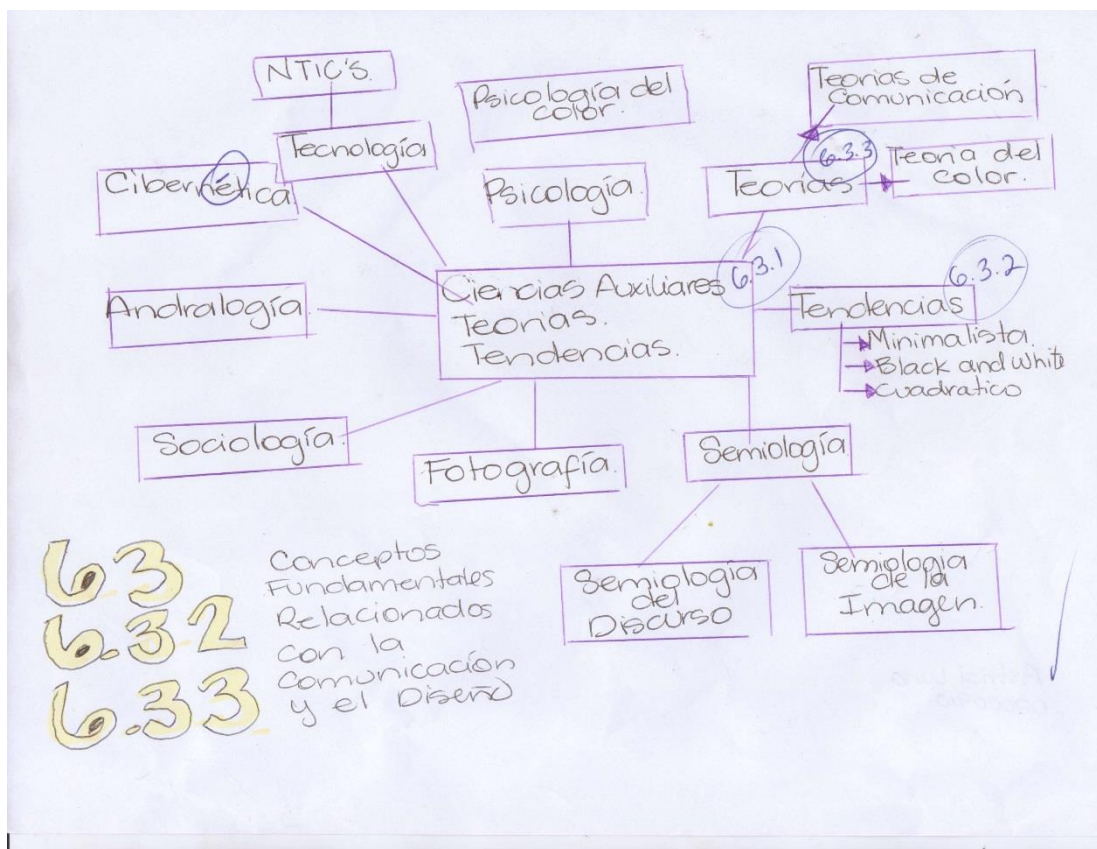
Anexo I:

Mapa Conceptual Marco Teórico 6.2 Conceptos Fundamentales relacionados con el diseño



Anexo J:

Mapa Conceptual Marco Teórico 6.3. Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias



## Anexo K: Tabla de Requisitos

**TABLA DE REQUISITOS:** esta tabla ayuda a que el estudiante realice un preboceto escrito de los elementos a utilizar en la propuesta, sirviendo como guía inicial al bocetaje gráfico.

elemento gráfico	propósito	técnica	emoción
Se coloca en general o específico el elemento a utilizarse en el material.	Se redacta con un verbo en infinitivo el objetivo que debe cumplir este elemento en la propuesta.	Se colocan las herramientas, programas o técnicas a utilizar en la implementación del elemento	Se coloca la emoción o sentimiento a transmitir, este debe ir ligado con el concepto.

ejemplo:

elemento gráfico	propósito	técnica	emoción
color	Crear un orden por medio de la división de los espacios de cada una de las secciones del documento.	Ilustrador: recuadros en porcentajes de color.	estabilidad
tipografía	Lograr jerarquías visuales entre título, subtítulo y contenido del documento.	Ilustrador: 2 a 3 tipos de letra. Utilizar negritas en los títulos.	tranquilidad

elemento gráfico	propósito	técnica	emoción
Color	Crear un enlace con los colores corporativos de Fondo Unido de Guatemala	Ilustrador: en fondo blanco. Colores Corporativos	Estabilidad Confianza
Tamaño	Colocar el formato horizontal para hacer un manual fuera de lo común y así resaltar la actividad.	Ilustrador: diagramar el formato con las medidas (11 x 8.5 ruleadas).	Comodo
Fotografía	Ilustrar actividades y niños que son beneficiados por la actividad "La Feria de los Sueños"	Photoshop Fotografías al aire libre utilizando una cámara Canon	Atractivo Alegría Diversión
Tipografía	Desarrollar un hilo conceptual con la imagen corporativa que maneja Fondo Unido de Guatemala.	Ilustrador: utilizar la tipografía corporativa que maneja Fondo	Estabilidad Unificación

# Anexo L : Hoja de Contacto Sesión Fotográfica

## Anexo L : Hoja de Contacto Sesión Fotográfica



001 Pg. 2



002 Pg.4



003 Pg.5



004 A Pg.6



004 B Pg.6



005 Pg.7



006 A Pg. 7



007 B Pg. 7



008 Pg.10



009 A Pg.11



0010 B Pg.11



0011 Pg.12



012 A Pg.13



013 B Pg.13



014 Pg.14



015 A Pg.15



016 B Pg.15



017 Pg.16



018 A Pg.17



018 B Pg.17



019 Pg.18



020 A Pg.19



020 B Pg.19



021 Pg.20



022 A Pg.21



022 B Pg.21



023 Pg.22



024 A Pg.23



025 B Pg.23



026 Pg.24-25



027 Pg.26



028 A Pg.27



029 B Pg.27



030 Pg.28



031 A Pg.29



032 B Pg.29



033 Pg.30



034 A Pg.31



035 B Pg.31



036 Pg.32



037 A Pg.33



038 B Pg.33



038 Pg.34



039 A Pg.35



039 B Pg.35



040 Pg.36



041 A Pg.37



041 B Pg.37



042 Pg.38



043 A Pg.39



044 B Pg.39



045 Pg.40



046 B Pg.41



047 A Pg.41



048 Pg.42



049 A Pg.43



049 B Pg.43



050 Pg.44



051 A Pg.45



051 B Pg.45



052 Pg.46



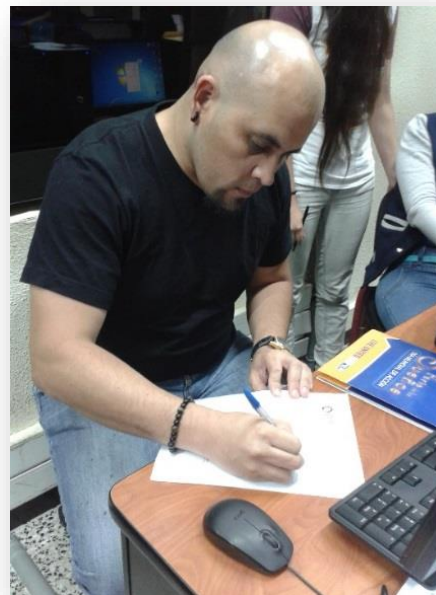
## **Anexo M :Fotografías de Validación**

### **Expertos en diferentes áreas**

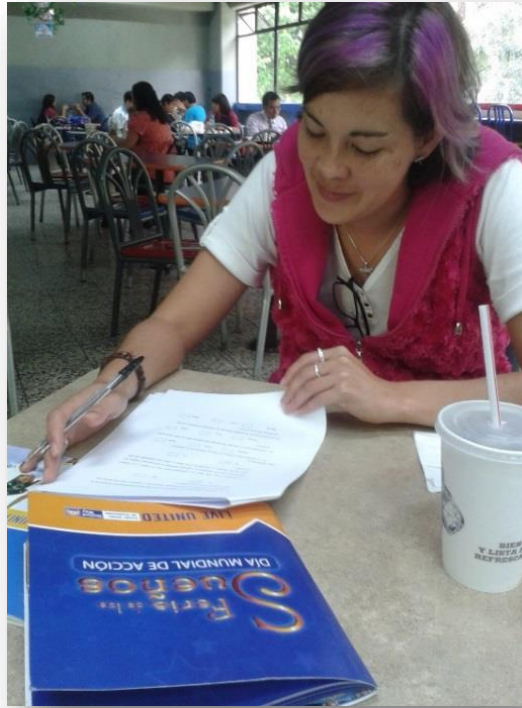


**Lic. Guillermo García**

**Publicista**



**Lic. Marlon Borayo**



**Licda. Lisa Quan**  
**Diseñadora Gráfica**



**Licda. Karla Sobalvarro**  
**Comunicadora**

**Cliente:**



**Lic. Alberto Álvarez**

**Gerente de Mercadeo de Fondo Unido de Guatemala**

**Expertos en Diseño**

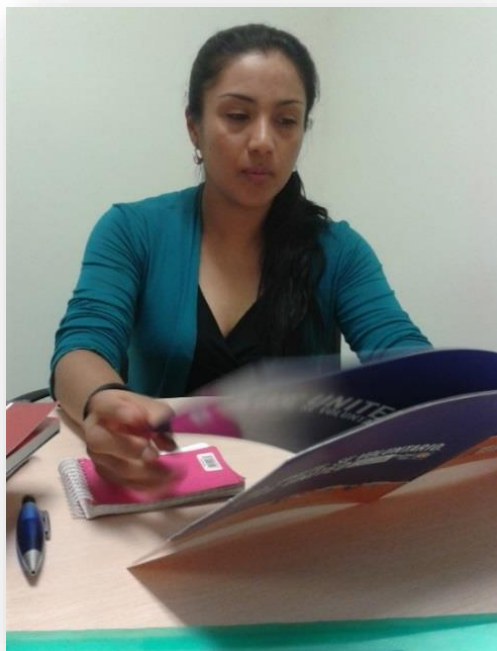


**Alejandro Moreno y Alberto Morales**



**Lic. Luis Alejandro de León**

## Grupo Objetivo



Licenciada Ana Lucía Alonzo



Licenciado Ramiro Kahn

## **Anexo N: Encuestados En-línea**

1. Adriana Hernandez adrihlucas@hotmail.com
2. Mario Anelu manleu@gytcontinental.com.gt
3. Jose Carlos Valdes joe\_valdes@hotmail.com
4. Gabriel Callejas gabriels5@hotmail.com
5. Jessica Sandoval jerksan@hotmail.com
6. Zully Savaria noreca.ventas@gmail.com
7. Erick velazquez: Erickvelasquez@outlook.com
8. Kristian de León krssdl@gmail.com
9. Mónica Rivas: rivas\_mn@hotmail.com
10. Saúl Álvarez saul.alvarez@imss.gob.mx
11. Mario Tejada mariot125@hotmail.com
12. Nora: nollyderuiz.96@gmail.com
13. Andrea Acosta- andrea08385@gmail.com

## Anexo O: Cotizaciones



39 calle "C" 13-50 zona 8 ☎  
(502) 2473-6606 📠  
(502) 2473-6883 📠



### Especificaciones

Número de copias

Número de páginas interiores

Medidas

Tipo papel portada

Tipo impresión portada  
 Impresión 2 lados  Impresión 1 lado

Color de impresión portada

Tipo barniz Portada

Tipo papel interiores

Tipo impresión interiores  
 Impresión 2 lados  Impresión 1 lado

Color de impresión interiores

Tipo barniz interiores

Tipo papel interiores

Tipo impresión interiores  
 Impresión 2 lados  Impresión 1 lado

Color de impresión interiores

Tipo barniz interiores

Tipo acabado interiores

Tiempo de entrega \*

Costo total Q.496.46

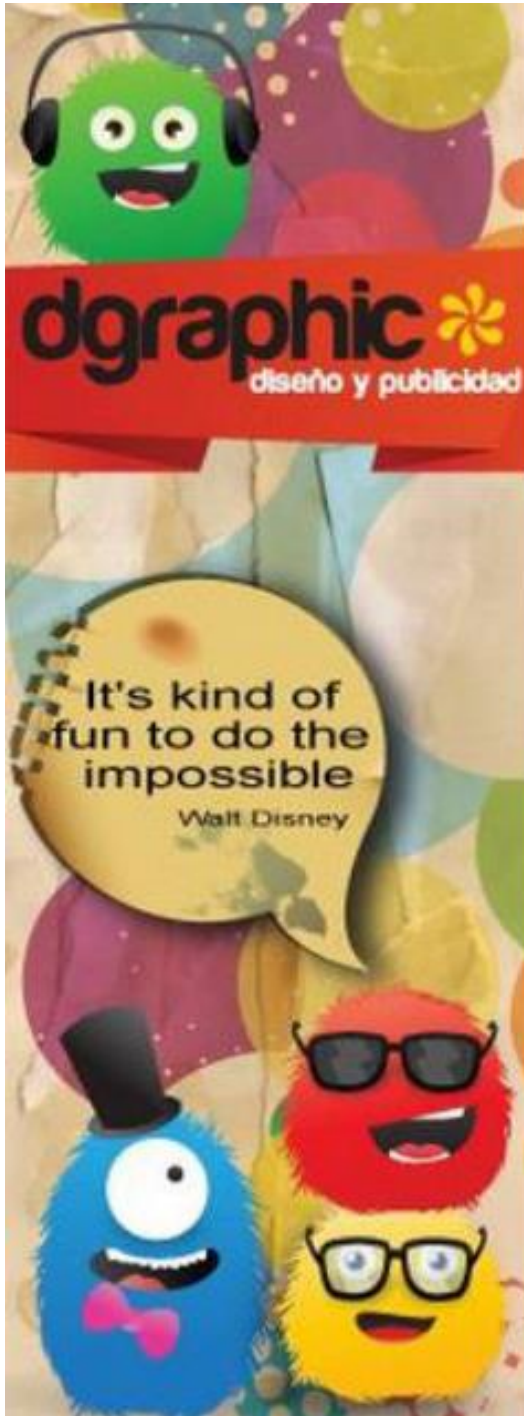
\* El tiempo de entrega corre después

A: Astrid Luna  
Cotización: Folleto  
Fecha: 7 de noviembre de 2013  
Entrega: 7 de noviembre de 2013

Descripción:  
1 folleto 8.5" x 8.5 "  
Full Color  
Con Retiro  
Coushé y Texcote (Portada)  
Engrapado  
Q 375.00

Departamento de Diseño  
**BEKSA DIGITAL**  
(502) 2361-2307 / 2331-9536  
<https://www.facebook.com/beksadigital>





Guatemala 7 de noviembre del 2013

Señores

Fondo Unido de Guatemala

Estimados señores

Por este medio, me permito hacer llegar la cotización, referente a la impresión del folleto que nos solicitaron, con los siguientes características:

Tamaño: 8.5" x 8.5"

Color: Full Color

Páginas: 48 hojas

Material: Couché y Texcote

Cantidad: 1

Costo: Q.350.00

Tiempo de Entrega: 1 día

Vía 4, 1-30 Local 106 zona 4, Campus Tecnológico, Guatemala, Guatemala 1004

2331 2525