

Material informativo y promocional para dar a conocer Club Activo 20-30 de Guatemala, Hogar Casa Los Angeles y el proyecto de construcción Escuela Los Angeles.

Sensibilización, apoyo a Club Activo 20-30 para el proyecto de construcción de escuela Los Angeles.

“UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN”

El Portafolio Académico presentado al Consejo de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar por Gabriela F. Juárez López previo a optar al título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de Licenciada.

Guatemala, octubre 2006





Reg. No. Arq. 10-2006

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
veintin días del mes de agosto de dos mil seis.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: **“Material informativo y promocional para dar a conocer Club Activo 20-30 de Guatemala, Hogar Casa Los Angeles y el Proyecto de Construcción Escuela Los Angeles, Un ladrillo por la educación”**, presentado por la estudiante **Gabriela Fernanda Juárez López**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.

Lic. Leizer Kachler
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO



Arq. Cristian Vela Aquino
SECRETARIO DE FACULTAD



URL
03
T/18
a

AUTORIDADES UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

Licda. Guillermina Herrera
Ing. Jaime Arturo Carrera
Lic. Rolando Alvarado López, S. J.
Lic. José Alejandro Arévalo
Lic. Hugo Rolando Escobar Menaldo

RECTORA
VICERRECTOR GENERAL
VICERRECTOR ACADÉMICO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
SECRETARIO GENERAL

AUTORIDADES FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

Arq. Sergio Tulio Castañeda Rodas
Arq. Byron Estuardo Rodríguez González
Arq. Cristian Vela Aquino
Arq. Victor Leonel Paniagua Tomé
Lic. Leizer Kachler Solares
Lic. Hernán Ovidio Morales Calderón

DECANO
VICEDECANO
SECRETARIO
DIRECTOR DEPTO. DE ARQUITECTURA
DIRECTOR DEPTO. DISEÑO GRÁFICO
DIRECTOR DEPTO. DE DISEÑO INDUSTRIAL

TERNA QUE PRACTICÓ LA DEFENSA PRIVADA DE TESIS

Lic. Lisa Quan
Licda. Patty Villatoro
Licda. Rocío Del Valle

PROYECTO FINAL DE DISEÑO
INVESTIGACIÓN
GALERÍA DE TRABAJOS

1. Introducción	1	11. Validación técnica del diseño preliminar	48
2. Identificación de la necesidad	3	12. Propuesta final y fundamentación	53
3. Objetivos	4	13. Producción y Reproducción	63
4. Marco de referencia	5	14. Conclusiones y Recomendaciones	66
Solidaridad	5	15. Bibliografía	67
Asociación Civil	6	16. Anexos	68
5. Contenido teórico de diseño	7		
Información general del cliente	7		
Area de diseño	9		
Material Informativo			
6. Definición del Grupo Objetivo	13		
7. Proceso de Conceptualización	15		
8. Contenido de material gráfico	17		
9. Medios y formas de distribución	19		
10. Bocetaje	20		

1. INTRODUCCIÓN

Club Activo 20-30 de la ciudad Guatemala es un club comprendido de jóvenes solidarios entre los 20 y 39 años de edad. Estos jóvenes unidos buscan ayudar a los más necesitados en especial a la niñez Guatemalteca. Activo 20-30 hace jornadas médicas, visitan Hogares, brindan ayuda a escuelas en el interior, pintan escuelas, tratan de ver de que manera pueden ayudar a la persona que se los pide; procurando que la ayuda sea material y no monetaria.

En esta ocasión, Club Activo 20-30 está ayudando a Hogar Casa Los Ángeles de San Lucas Sacatepequez. Hogar Casa Los Ángeles, es un hogar de niños huérfanos y de niños los cuales sus padres tienen problemas legales con el estado, estos niños son separados de sus padres y llevados al Hogar. En este momento Hogar Casa Los Ángeles tiene 32 niños comprendidos entre las edades 3-11 años. Hogar Casa Los Angeles ha buscado la manera de brindarle una educación adecuada a estos niños, el único problema con el que se enfrenta es DÓNDE?. El hogar tiene espacio suficiente para poder construir una escuela, poco a poco se ha logrado empezar la construcción de la misma pero no se poseen los suficientes recursos para completarla. A esta escuela no solo asisten los niños del Hogar, también asisten los niños de la comunidad. Ya tiene 250 alumnos, casi la primaria completa y no tienen las instalaciones adecuadas para la escuela.

Se hizo un breve estudio del proyecto en sí, en que consiste, el grupo objetivo al que va dirigido y las necesidades del mismo para determinar de que manera se podía contribuir a solucionar este problema.

Club Activo 20-30 necesita una manera de presentar la información necesaria para dar a conocerse como tal y dar a conocer el Proyecto de ayuda a Hogar Casa Los Angeles, para recaudar donativos. Luego del estudio se empezó a desarrollar una propuesta gráfica, en la cual se realizaron encuestas al grupo objetivo en donde se observó la falta de material atractivo para ellos, por lo cual no se les hacía de su interés. Por lo que la propuesta gráfica a desarrollarse cumplirá con una composición atractiva y funcional, y responderá a la necesidad y objetivos planteados.

Se propuso desarrollar un material informativo, el cual consta de un calendario de escritorio en donde presenta la información de Club Activo 20-30, Hogar Casa Los Ángeles y el Proyecto de construcción Escuela Los Ángeles, así mismo se planteó una propuesta de material promocional para un evento de recaudación de donativos el cual consta de tres piezas, siendo estas un anuncio de prensa, un pop-up y una carterita.

A través de la propuesta de materiales funcionales y atractivos, el diseñador gráfico, debe lograr transmitir al grupo objetivo la necesidad de este Hogar, utilizando la comunicación visual como medio.

1. INTRODUCCIÓN

Logrando esto se podrá terminar la construcción de escuela Los Ángeles beneficiando a la educación de muchos niños de la comunidad de San Lucas Sacatepéquez.

A continuación se presenta “Un ladrillo por la educación” material informativo y promocional para dar a conocer Club Activo 20-30 de Guatemala, Hogar Casa Los Ángeles y el proyecto de construcción Escuela Los Ángeles; proyecto final desarrollado con la estrategia creativa “E”.

2. Identificación de la necesidad

No existe información que ayude a sensibilizar a los benefactores de Club Activo 20-30, para recaudar fondos en beneficio de el " Hogar Casa Los Ángeles".

3. OBJETIVOS DE DISEÑO

- Diseñar un material informativo, que de a conocer el Club Activo 20-30 de Guatemala y el Hogar "Casa Los Ángeles", así como también el proyecto de recaudación de fondos para la construcción de la escuela de San Lucas, que sensibilice a personas empresarias que puedan colaborar y ayudar al proyecto.
- Desarrollar un material promocional que de a conocer la actividad que se realizará para apoyar el proyecto de recaudación de fondos y donaciones para la construcción de la escuela, dirigido a jóvenes adolescentes interesados en este tipo de actividades.

4. MARCO DE REFERENCIA ÁREA DE ESTUDIO

La importancia de la educación

El estudio exitoso cuesta esfuerzo y tiempo. No es casualidad que entre más desarrollada una sociedad, más tiempo permanece su población en el sistema educativo. El manejo de la lectura y de las operaciones numéricas básicas ya no es suficiente base de conocimientos para una población que se está urbanizando rápidamente y que, en muchos casos, termina emigrando del todo. La verdadera riqueza de Guatemala será la inteligencia de su población. El cultivo de la inteligencia de la población comienza por el reconocimiento de que el tiempo dedicado al estudio en las escuelas y colegios tiene que incrementarse.

Según el estudio de McGinn (2000) citado por Knut (2002), el repetir un grado es la principal razón por la cual los niños abandonan la escuela antes de haber terminado la primaria. Pero la decisión del abandono no está solamente en manos del estudiante o de su maestro; también influye la decisión de los padres o responsables de los niños, cuando se dan cuenta de que "ya no sirven" para la escuela y los ponen a trabajar. Es decir, no existen mayores incentivos de parte de los padres ni de la misma escuela para retener a los alumnos, llega un momento en que parecería que vale más el trabajo que pueda desempeñar el niño o la niña en la casa, la agricultura, el taller o el negocio, que los conocimientos y las destrezas que puede obtener en la escuela. En la mayoría de casos de abandono quizás se conjugan ambos, la necesidad del trabajo con el poco atractivo de la escuela. La necesidad de trabajar va íntimamente ligada a la pobreza que padecen tantas familias en el

país. Lo cierto es que las escuelas públicas ofrecen muy pocos incentivos materiales, tales como becas o subsidios, que hagan pensar dos veces a los padres antes de sacar a sus hijos de la escuela. Tampoco existe ningún estímulo a los padres a hacer esfuerzos adicionales para conservar a los niños en la escuela o de la importancia de la educación para su propio futuro.

SOLIDARIDAD

García Pimentel F. (2004) afirma que "La solidaridad es una característica de la sociabilidad que inclina al hombre a sentirse unido a sus semejantes y a la cooperación con ellos". Es un valor que nos ayuda a ser una mejor sociedad y que no solamente debe vivirse en casos de desastre y emergencia.

Se puede manifestar esta unión y cooperación, cada vez que procuramos el bienestar de los demás, participando en iniciativas que nos impulsen a servirles, como puede ser la visita de enfermos en hospitales, haciendo colectas de ropa y alimentos para los necesitados, en un grupo que imparta educación en comunidades, participando en campañas de cuidado de limpieza de las calles y áreas recreativas de una comunidad. Es ser solidarios con la necesidad de un grupo, comunidad, personas y que nos hace entender, comprender y sobre todo participar en la solución de su problemática.

Así mismo se puede decir que la solidaridad es la ayuda mutua que debe de existir entre las personas, simplemente porque todos tenemos

4. MARCO DE REFERENCIA ÁREA DE ESTUDIO

el deber de ayudar al prójimo y el derecho a recibir la ayuda de nuestros semejantes. La solidaridad nace del ser humano y se dirige hacia el ser humano. Siempre ha sido una exigencia de convivencia entre los hombres. La solidaridad no es lo mismo que la caridad. La solidaridad es justa, porque todos somos seres humanos que vivimos en un sociedad, todos somos iguales en derechos y dignidad.

La solidaridad entre personas, entre seres humanos iguales, de uno a uno, debe tender necesariamente a la solidaridad de escala social. Con esto se afirma que la solidaridad es una virtud, que si no se desarrolla, se pierde.

García-Pimentel F. (2004) "La solidaridad debe ser, verdadera, tangible, cierta, activa, perseverante y constante. Es entrega hacia los demás, por lo tanto se dice que es unión. La solidaridad favorece el desarrollo, aprovecha los bienes, los distribuye, los comparte y los multiplica. Esa disposición permanente de colaborar con el bien común, la misma que une y desarrolla a los hombres, es algo natural, es parte de nosotros, esta en la naturaleza misma del ser humano y se relaciona directamente con su tendencia social."

ASOCIACIÓN CIVIL

Es un convenio celebrado entre dos o más asociados, mediante el cual aportan algo en común, generalmente recursos, conocimientos, esfuerzo o trabajo, para realizar un fin común lícito preponderantemente no económico, obligándose mutuamente a darse cuenta.

Los asociados tendrán derecho a separarse de la asociación civil, dando aviso con dos meses de anticipación, pudiendo ser excluidos de la asociación civil por causas que señalen los estatutos. Los asociados que voluntariamente se separen o que fueren excluidos, perderán todo derecho del haber social o patrimonio de la asociación. Acertadamente el Código Civil (Art. 2670) no excluye la posibilidad de que de modo accesorio, el fin de la asociación tenga un carácter económico, pues en la práctica sería imposible que funcionase una asociación, si al constituir la no se proveyese a la obtención de los recursos económicos necesarios para su sostenimiento. En muchas ocasiones no sería posible que los asociados realizasen por sí mismos los fines cuya consecución se obtiene fácilmente por medio de la asociación.

5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

5.1 INFORMACION GENERAL DEL CLIENTE

QUE ES CLUB ACTIVO 20-30 DE GUATEMALA?

Es una organización no lucrativa esencialmente de servicio cuya misión es ayudar a los menos afortunados en especial a la niñez Guatemalteca. Únicamente aquellas personas de reconocida integridad moral y cívica, dedicadas a profesiones, negocios o actividades honestas cuyas edades estén comprendidas entre los 20 - 39 años pueden formar parte de Activo 20-30. Es el medio por el cual el hombre joven puede tomar parte activa en el servicio cívico y contribuir así a crear un mejor futuro para su colectividad.

MISIÓN

Formar líderes en nuestra organización a través del servicio a la comunidad y en especial a la niñez guatemalteca; fomentando el espíritu solidario en la población y la responsabilidad social en las empresas e instituciones que contribuyen al desarrollo del país.

VISIÓN

Queremos ser una organización que reúna la mayor cantidad de líderes que promuevan proyectos y actividades en beneficio de nuestra comunidad enfocados principalmente a la niñez; siendo reconocidos por la transparencia y buen manejo de los recursos obtenidos a través de cooperación amistosa de la sociedad.

OBJETIVO GENERAL

- o Formar líderes para el servicio a la comunidad.
- o Servir a la niñez Guatemalteca
- o Desarrollar la amistad y promover la fraternidad entre sus miembros

MATERIAL EXISTENTE

Este material es un trifoliar que se reparte en eventos para dar a conocer Club Activo 20-30. Es un trifoliar informativo ya que contiene solo información acerca de el club. Es tiro retiro en b/n impreso en hoja bond 80. Las imágenes que contiene son fotografías de actividades que realiza el club. Estas fotografías no estan tratadas solo están ahí puestas. La tipografía es san serif, no es una tipografía adecuada para tanto texto ya que podría llegar a ser ilegible, pero por el interlineado que es utilizado, no llega a afectar. No utilizan el mismo interlineado en todo el material. Utilizan jerarquización de títulos, ya que son en otra tipografía, están en negrillas y de diferente tamaño. La diagramación es en un bloque de texto justificado. Es simple y bastante limpio. No existe ningún impacto visual.

5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO



**CLUB ACTIVO 20-30
CIUDAD DE
GUATEMALA**



El Código de Club Activo 20-30 Internacional

Contra una producción de la vida cotidiana, con ambiciones a ideales por realizar, aceptar las sugerencias prácticas como inspiración para su concreción.

Mostrar espíritu comprometido a la comunidad y hacer todo lo que esté a su disposición para su crecimiento y desarrollo.

Reconocer que la amistad es riqueza y que la cooperación constituye el fundamento de la sociedad.

Ofrecer servicio sincero al Club Activo 20-30 y desahogar de la mejor manera que sus habilidades en la promoción, cooperación que la organización me sugiera.

La Comunidad
"La juventud para un mundo mejor"

El Lema
"El hombre nunca se satisface hasta como sirviendo su comunidad para ayudar a su prójimo y todo por la gloria de un solo Dios."




**CLUB ACTIVO 20-30
CIUDAD DE
GUATEMALA**

Para mayor información
comunicarse:

José Fernández, 22449110
Rafaela Rodríguez, 22000117
Cristina Arias, 22000119



QUE ES ACTIVO 20-30 INTERNACIONAL

ACTIVO 20-30 INTERNACIONAL. Una Organización esencialmente de Servicios, orientada en su estructura a Rotary, Kiwanis y Leones.

Únicamente aquellas personas de reconocida integridad moral y ética, dedicadas a profesiones, negocios o actividades honestas, cuyos edades estén comprendidas entre los 20 y los 39 años pueden formar parte de Activo 20-30.

Activo 20-30 Internacional es el vehículo mediante el cual el hombre joven puede tomar parte activa en el servicio cívico y contribuir así, a crear un mejor futuro para su comunidad.

Muchos de los proyectos de servicio de los Clubes Activo 20-30 son ejecutados por y para la juventud, para los ciudadanos del mañana.

Por ejemplo:

- Reconstrucción de escuelas rurales.
- Jardín de niños, Cuasclerles - Teleleones, Días felices, pilatas, etc.
- Así como muchas otras actividades comprendiendo la amplia variedad de proyectos de servicio social que constituyen el Corazón de Activo 20-30.

Activo 20-30 tiene también otro aspecto, el relacionado con la fraternidad que resulta de las sesiones del club.

Muchos clubes realizan días de campo, lunas, y muchas otras actividades sociales en las que el socio y su familia adquieren nuevas relaciones y amistades. Por supuesto no podemos olvidarnos de los varios bailes que generalmente se convierten en parte del calendario anual de cada club.

Activo 20-30 tiene clubes en muchos países del Hemisferio Occidental. Está asociado con Apex, Mesa Redonda Internacional, Ladies Circle y con estas asociaciones integra el Consejo Mundial de Clubes de Servicio de Jóvenes (WOCO), la Organización más grande de su tipo actualmente en existencia.

Nos complace en invitarle cordialmente a ser miembro de esta inigualable Organización.

El Club le proporciona oportunidades para servir a su comunidad. Desarrollará sus habilidades como dirigente por medio de su asociación con dirigentes. Le ayudará en sus negocios o profesión bajo una base de absoluta equidad, el socio Activo 2030 prefiere tratar comercial o profesionalmente con otros Activos 20-30.

Le brindará nuevas amistades, permitiéndole ampliar sus círculos sociales y de negocios. Le enseñará a expresarse en público. Le ofrece distracciones y el mejoramiento de su propia personalidad.

Miles de socios diariamente, a través de actividades, demuestran su habilidad para planear mejores oportunidades y ayudar a personas menos afortunadas. Sus proyectos en beneficio de la niñez son ampliamente reconocidos por la sociedad civil y los entes gubernamentales. Activo 20-30 celebra una Convención Internacional anualmente. Se celebran también Convenciones de Distrito y Nacionales, así como otras reuniones inter-clubes.

Los Objetivos de Club Activo 20-30 Internacional son:

- Formar líderes para el servicio a la comunidad
- Servir a la niñez y a su comunidad
- Desarrollar la amistad y promover la fraternidad entre sus miembros.
- Promover los más amplios principios

5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

5.2 AREA DE DISEÑO

Material Informativo

Cuando se habla de material informativo, se habla de todo aquello que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes y textos, con determinado tipo de información. Se desarrolla esperando una respuesta o reacción de quien o quienes lo reciben. "Material Informativo es todo recurso que informa, comunica y con el cual se adquiere conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre un tema determinado"(Ríos, 2000).

Un material informativo tiene como finalidad llegar hasta las personas en busca de darles a conocer a algo, la desventaja es que este tipo de material carece de un sistema de evaluación en donde se compruebe que la información fue recibida correctamente.

Ruiz (2002) afirma que el Diseñador Gráfico que se encuentra relacionado con el material informativo debe integrar los elementos visuales con fines y principios de comunicación por medio de una síntesis de la realidad. Es necesaria una abstracción de la realidad adecuándose a la capacidad del receptor y a los objetivos de la comunicación del mensaje que se va a transmitir.

Aspectos a considerar en un material informativo

Ruiz (2002) indica y explica los elementos que se deben tomar en cuenta para elaborar un material informativo, entre los cuales están:

- a. Contenido
Debe ser información relevante y bien enfocada hacia las necesidades del grupo objetivo, evidenciando lo esencial de la temática. Es importante que los contenidos mantengan una secuencia lógica haciendo referencia a la realidad.
- b. Direccionalidad
Es el movimiento que se debe dar a los diferentes planos o espacios útiles de los materiales informativos que son desplegados. La estructura debe ser clara y directa, destacando el orden de lectura a seguir dentro del material así como su facilidad de manipulación.
- c. Formato
Este depende del grupo objetivo, del lugar o forma de distribución, así como del contenido.
- d. Tipografía
Es un elemento auxiliar de la comunicación gráfica, y su elección va a depender del mensaje considerando características de legibilidad, tamaño, forma, color, etc., que inviten a leer manteniendo la atención

5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

del usuario. Sin embargo se debe tomar en cuenta que no es funcional el uso de demasiados tipos de letra dentro de un mismo material, debido a que se pierde la armonía visual lo que puede generar confusión en el usuario.

e. Textos

Se debe considerar que fraccionar los textos demasiado largos para presentar una lectura fácil. Para la colocación de textos dentro de un material informativo se debe jerarquizar la información, en títulos, subtítulos y contenido en sí del material.

f. Ilustraciones

Cumplen con la función de atraer la atención del receptor y mantenerla o bien apoyar gráficamente a algún texto. Para aplicar una ilustración dentro de un material informativo se debe tomar en cuenta que es un elemento gráfico por medio del cual el usuario o grupo objetivo se debe sentir identificado ya sea por el contexto o por la realidad reflejada.

g. Color

La función principal de este elemento es atraer y lograr la atención, causando una impresión que por lo general capta la atención del usuario.

h. Jerarquías Visuales

Es importante definir dentro del material informativo los niveles de importancia que tiene el contenido que se presenta, mientras más relevante sea el dato, mayor jerarquía visual debe tener.

i. Diagramación

Es la distribución de los elementos, gráficos y textuales, dentro del material; la cual va acorde al espacio o formato predefinido, permitiendo comunicar un mensaje de manera atractiva y de fácil lectura.

Principios básicos para el diseño de material informativo

Ruiz (2002) enumera los principios que se deben tomar en cuenta en el diseño de material informativo, de la siguiente manera:

a. Balance

Es la distribución equitativa del peso visual, es un equilibrio visual.

b. Ritmo

Es la repetición de elementos variados que generan interés dentro del material.

c. Énfasis

Es crear un punto focal con el fin de recalcar algo sumamente importante, siendo este lo primero que se observa.

5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

d. Unidad

Los diversos elementos deben considerarse como uno mismo para hacer que el material sea un conjunto que mantiene unidad.

e. Simplicidad

Es la técnica visual que impone el carácter directo y simple de la forma elemental.

CALENDARIO

Es un material informativo impreso que tiene la función de informar específicamente las fechas. El diseño de los calendarios depende del G.O. y finalidad. No existe ningún estándar de cómo deberá ser trabajado, ya que es un sistema de medir el tiempo para las necesidades de la vida civil. Tiene la división del tiempo en días, meses y años. La tipografía en los calendarios debe de ser clara y legible sin importar la forma que esta tenga. Pineda 2003.

POP-UP

Es un elemento emergente. En internet se utiliza a menudo para referirse a ventanas web que se abren sobre la ventana en uso. A menudo, esto se utiliza como técnica para poner publicidad que, al tapar la página que veíamos, no podemos evitar mirarla. Otra técnica algo menos intrusiva es la de pop-under, que consiste en ventanas que se abren en el fondo, detrás de las ventanas en uso.

Algunas de estas ventanas, a su vez, activan otras ventanas emergentes, lo que puede dar lugar a un bucle infinito intencionado o no. Algunas se abren en pantalla completa o, en general, hacen más difícil que el usuario las cierre.

La publicidad en formato pop-up resulta muy molesta para el usuario por lo que continuamente aparecen técnicas y programas que, bajo el nombre común de Anti Pop-ups o en inglés Pop-up Killers, limitan o suprimen este tipo de ventanas emergentes. Desde 2004, algunos de los sitios web más importantes están comenzando a limitar el uso de pop-ups, por considerarlos un formato publicitario demasiado intrusivo. Tal es el caso de MSN.

Actualmente, muchos de los navegadores de Internet incorporan un sistema que evita la aparición de ventanas emergentes no solicitadas. Para determinar si una ventana emergente ha sido solicitada o no, se suele usar un antiguo principio de la programación HTML, que dice que una ventana solo debe abrirse mediante un click, y que un solo click no debe abrir más de una ventana.

VOLANTES

Es un medio impreso de gran importancia con un bajo costo. Generalmente contiene un mensaje publicitario. Difunde los aspectos básicos de un producto o servicio.

5. CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

ANUNCIO REVISTA O PRENSA

Periódico: se podría decir que es visto como poco atractivo debido a que la impresión es en papel económico las fotos no distinguibles, además de tener un tiempo de vida relativamente corto. Pero posee la ventaja de ser recibido por cualquier persona a bajo costo, por lo que es un medio masivo. Se maneja por medio de módulos rectangulares, en los cuales se puede diseñar en cada uno de ellos; titulares, secciones, jerarquías, grafismos, fotos y demás.

La publicidad en prensa diaria se basa en la palabra escrita como herramienta esencial de convicción. Al tratarse de medios de información en los que el usuario está acostumbrado a leer, se pueden dar datos del producto de forma extensiva y hacer argumentarios completos de venta.

En estos soportes, es la imagen gráfica la que manda debiendo ser atractiva e impactante. Se ha demostrado que las imágenes con mayor gancho en publicidad son por este orden:

- Niños
- Madre e hijo
- Animales
- Personajes populares
- Alimentos

A la hora de diseñar un anuncio hay que tener en cuenta algunas técnicas visuales que son especialmente atractivas para el espectador: Contraste, del tipo Antes - Después, Noche - Día . Para esta técnica, los anuncios publicados a doble página resultan ideales. Series y conjuntos . Las series de artículos similares y los grupos de objetos atraen inmediatamente la mirada.

Tamaño . Una imagen de gran tamaño impactará en el público con mucha mayor intensidad que varias de tamaño mediano o pequeño. Sorpresa . Las escenas imposibles, extrañas, impactantes constituyen un importante reclamo de la atención del espectador . Los colores también tienen un significado psicológico que el publicista sabe utilizar para destacar determinadas cualidades del producto. Los significados más comunes son los siguientes:

Negro .Noche , sofisticación, lujo .

Blanco .Pureza , pulcritud. Es propio de productos de limpieza , ligeros, desnatados, etc.

Azul .Armonía ,confianza .

Rojo .Poder ,agresión ,excitación .

Verde .Naturaleza ,frescor . Propio de productos con ingredientes naturales o que preservan el medio ambiente .

Amarillo . Excitación, juventud .

Gris .Evocación ,nostalgia .

Marrón .Hogar ,intimidad ,madurez ,seguridad . Habitual de alimentos en casa de toda la vida .

Violeta .Fantasía , lujo.

6. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Según encuesta elaborada para el grupo objetivo (ver anexo 1) y prodatos 2003 (ver anexo 2), se pudo determinar lo siguiente:

Perfil Demografico

primario: (empresarios)

- Sexo: masculino y femenino.
- Edad: 25 a 50 años.
- Nivel Socioeconómico: A y B.
- Ubicación: Ciudad de Guatemala .
- Grado de escolaridad: profesionales de nivel superior graduados y en algunos casos maestría
- Ocupación: propietarios de sus empresas, dueños de comercio, industria, fincas, empleados administrativos de alto nivel, ejecutivos de empresas privadas o públicas, tambien pueden ser dueños de negocios medianos.
- Zona que residen: Vivienda propia en zonas y colonias residenciales.
- Manejo de Tecnología: Tienen básate conocimiento con la tecnología, páginas web lo que los hace depender mucho de la misma ya que disponen de todos los bienes, aparatos necesarios para facilitar sus actividades.
- Tienen computadora en el hogar y lugar de trabajo: 100%
- Tienen acceso a Internet en el hogar y lugar de trabajo: 87%

Perfil Psicográfico:

Primario: (empresarios)

- Hábitos de consumo: Son personas con altos ingresos, compran ropa de marcas conocidas asi como productos exclusivos.
- Formas de expresión verbal: Generalmente son personas con educación media y superior, un vocabulario amplio dominan al menos 1 idioma aparte del materno siendo este en inglés.
- Formas de entretenimiento: Son personas que les gusta compartir con sus familias, salen de paseo, asisten a clubs campestres y familiares, asisten a actividades relacionadas con el trabajo, conferencias, exposiciones. Salen a cenar frecuentemente con amigos, van al teatro, asisten a reuniones sociales con su pareja. En su tiempo libre cuando están a solas les gusta disfrutar de una buen libro.
- Comportamiento y conducta: Son personas responsables en su trabajo, por eso mismo estan bastante tiempo fuera de el, aún así procuran buscar el tiempo para poder estar con la familia. Ayudan a organizaciones sociales con aportes económicos y algunas veces con voluntariado.

Qué esperarían de un material gráfico?

Las personas encuestadas prefieren que un material gráfico contenga imágenes, asi mismo que este material sea trabajado full color para poder apreciar de mejor manera las imágenes o fotografías. Les gusta

6. DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

que un material tenga mas imágenes que texto, que sea un material formal y serio. Prefieren un material impreso a un material digital.

Perfil Demográfico

Secundario: (adolescentes)

- Sexo: masculino y femenino.
- Edad: 15 a 20 años.
- Ubicación: Ciudad de Guatemala .
- Nivel Socioeconómico: A y B.
- Grado de escolaridad: 4to y 5to. Bachillerato, algunos 1er y 2do año de la universidad
- Ocupación: Estudiantes
- Zonas que residen: zonas y colonias residenciales, z.10, 13, 14, 15 carretera a El Salvador
- Manejo de tecnología: bástante avanzado, contacto con todo lo que es tecnología, páginas web lo que los hace depender mucho de la misma ya que disponen de todos los bienes, aparatos necesarios para facilitar sus actividades.
- Tienen computadora en el hogar y lugar de estudio: 100%
- Tienen acceso a Internet en el hogar y lugar de estudio: 87%

Perfil Psicográfico:

Secundario: (adolescentes)

- Hábitos de consumo: Son adolescentes de secundaria a primer año de universidad, la mayoría no trabajan por lo que los padres les pasan generalmente una mesada.
- Formas de expresión verbal: A pesar de tener un nivel de educación alto utilizan bastantes malas palabras, sus conocimientos son amplios pero no aplicados. Dominan 1-2 idiomas aparte de el materno.
- Formas de entretenimiento: Les gusta salir, ir al cine, al boliche, conciertos, fines de semana generalmente viernes o sábado salen a parrandear en la noche, o simplemente salir a comer, a pasarsela bien en compañía de sus amigos.
- Comportamiento y conducta: Son personas socialmente activas, extrovertidos, responsables en los estudios. Son personas cooperadoras, solidarias, se interesan por el bienestar de los demás.

Qué esperarían de un material gráfico?

Las personas encuestadas prefieren que un material gráfico contenga imágenes, así mismo que este material sea trabajado full color para poder apreciar de mejor manera las imágenes o fotografías. El material deberá ser dinámico, y agradable a simple vista para que ellos lo vean. Puede ser impreso o digital, ya que por los medios en que se mueven, tienen acceso a ambos.

7. PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

7.1 CONCEPTO CENTRAL

Para llegar al concepto de diseño, se realizó primero una lluvia de ideas, en la cual se escribieron todas las palabras que están relacionadas con la solidaridad, la educación, entre otros, el grupo objetivo y el Club 20-30.

RECAUDACIÓN:

dinero, fondos, donaciones, caridad, ayuda, grupo, apoyo, colaboración, recursos, colectas, incentivo, trabajo, actividades, proceso, intercambio, esperanza, beneficio, completar.

SOLIDARIDAD:

apoyo, actitud, conciencia, sensibilidad, compromiso, fortaleza, unión, bondad, sociedad, valores, cooperación, semejantes, prójimo, ayuda mutua, convivencia, igualdad, servicio, construir, comunidad, bienestar.

EMPRESARIOS:

participación, motivación, posición, entendimiento, comprensión, solución, dignidad, esfuerzo, tiempo, dinero, material, construcción, solidez, seriedad, formalidad, actitud, visión, cultura, negocio, carácter económico, recursos .

CLUB 20-30:

decisión, esfuerzo, jóvenes, servicio, misión, tiempo, grupo, lazos, música, concierto, aire libre, comida, alegres, dedicación, ser parte de, color, vida, felicidad, sonrisas, crear, imaginar, ideas, ampliar, dedicación, integridad, voluntariado.

EDUCACIÓN:

sociedad, desarrollo, conocimientos, aprender, casa hogar, huérfanos, monjas, cuadernos, blocks, útiles, cemento, escuela, niños, niñas, cuidado, compañerismo, felicidad, sonrisas, lápiz, formación, solidez, crecimiento, futuro, construcción, crayones, edificación, pizarrón, lonchera, lápices, ladrillos, libros, escritorios.

Después de realizar la lluvia de ideas se unieron algunas palabras para formar frases que tuvieran relación con el propósito del proyecto y que ayuden a sensibilizar al G.O, jugando con palabras se fueron combinando algunas para encontrar una frase que se pudiera utilizar como concepto de diseño.

- o Donando ayuda
- o Ayudando damos educación
- o Edificando una esperanza
- o Ayuda desde tu corazón
- o **Construyendo Educación**
- o Dona felicidad

7. PROCESO DE CONCEPTUALIZACIÓN

- o Felicidad es construcción
- o Un futuro de sonrisas
- o Donando felicidad
- o Donar enseñanza a cambio de una sonrisa
- o Seres en evolución a través de la donación
- o Donar educación es desarrollo
- o Hombres y mujeres por la felicidad de los niños
- o Donar una semilla es ver florecer el desarrollo de la comunidad
- o La enseñanza para un futuro mejor
- o Donando, construimos educación

Analogías

- o La educación es el futuro de todos
- o Ayudar es bendecir
- o Apoyo a los niños es solidaridad
- o Participar en la educación es ser parte del desarrollo de los niños
- o La educación es como un arcoiris
- o El color de la educación es como un arcoiris de triunfo.

Metáforas

- o Universo de amor
- o Blocks de educación
- o Un proceso de esperanza
- o Ladrillos de esperaza
- o Un ladrillo de educación

"DONANDO CONSTRUIMOS EDUCACIÓN", por que cuando se va a realizar una construcción, esta debe de ser con bases sólidas, se debe de investigar toda el área, los materiales, etc todo lo que conlleva una construcción; al igual que la educación en la niñez, esta debe de ser sólida desde el comienzo y debe de irse desarrollando poco a poco para asi poder llegar a formar profesionales de éxito. Lo que se desea es sensibilizar para conseguir donaciones al donar para la construcción de la escuela estará ayudando a la formación de educación de los niños.

En base a el concepto principal se decidió manejar un concepto complementario para el grupo objetivo secundario. Esta frase se utilizará como nombre del evento para motivar e invitar a las personas al mismo. Uniendo ideas de todo el proceso de conceptualización realizado utilizando las metáforas se llevo a:

"UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

8. CONTENIDO DE MATERIAL GRÁFICO

El material estará enfocado en sensibilizar para recaudar fondos. El proyecto se basará en material impreso y digital, conformado por imágenes que sensibilicen y despierten interés en el grupo objetivo.

8.1 CONTENIDO DE TEXTO

Qué es club Activo 20-30 de Guatemala
 Qué es Hogar " Casa Los Ángeles"
 Qué es el proyecto
 Cómo apoyar el proyecto
 Información del evento de recaudación

8.2 CONTENIDO GRÁFICO:

Tabla de Requisitos

Elemento de Diseño	Función	Tecnología	Expresión
- Color	Los colores deberán proyectar la imagen seria, formal y sólida del Club 20-30	CMYK y sus tonalidades	seriedad

- Tipografía	Legibilidad y jerarquización de textos.	Letra Sans Serif. Combinando trazos normales y bold. Ej: Century Gothic, Tahoma y verdana.	solidez
Cajas de Texto			
Títulos	Crean impacto e identificación con el grupo objetivo	Letras San Serif combinando trazos normales y bold. Ej: chapell, Chamois, Mostios Augie	confianza
Imágenes	Representación e identificación real del Hogar casa Los Angeles	Aplicación digital a full color. Las fotos serán tratadas digitalmente en Photoshop para darles un bueno color y resolución.	Sensibilizar
Fotografías			
Formato	Manejable y práctico	Se podrán utilizar formatos Horizontales y Verticales que permitan la comprensión del material	Estabilidad
Ejes de diagramación	Estabilidad	Estructurada en Freehand, mediante ejes variados: horizontales y verticales	Fortaleza
Soporte	Deberá adecuarse a cada pieza	Material informativo impreso en papel coushe, opalina 80 grms y texcote	Seguridad

8. CONTENIDO DE MATERIAL GRÁFICO

Las fotografías fueron elegidas bajo el criterio que se quiere sensibilizar a las personas que reciban el material para motivarlos a que aporten una donación al proyecto, por esto mismo se seleccionaron fotografías de el Hogar Casa Los Angeles, diferentes áreas del mismo, la casa en sí, el patio, las habitaciones de los niños, la cocina, y el comedor para así dar a conocer a fondo la organización a la que las personas van a estar ayudando, estas serán puestas para los meses de enero a marzo, al inicio del año para presentar el Hogar Casa Los Angeles. Luego se eligieron las fotografías del área de la construcción de la escuela, lo poco de la construcción que está y lo que falta por construir para dar a conocer la situación actual y la necesidad que tiene el Hogar Casa Los Angeles, las cuáles se ubicarán en los meses de abril a agosto. Por último se escogieron fotografías en las que estuvieran miembros del club interactuando en actividades con los niños del hogar, en actividades anteriores en beneficio de los mismos, para proyectar la imagen de el Club activo 20-30, en los últimos meses del año de septiembre a diciembre. La cantidad de fotos a utilizar no está determinada, se propone hacer una composición de 2-4 fotografías por mes para un total aproximado de 48 fotografías.

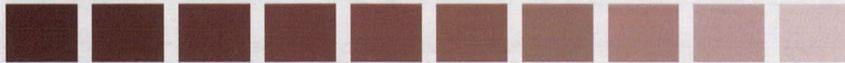
9. MEDIOS Y FORMAS DE DISTRIBUCIÓN

Inicialmente se repartirá el calendario en diciembre y enero por miembros del Club 20-30 que visitarán a empresas presentando el club y el proyecto, así solicitando donaciones y ayuda para el mismo. Luego se hará material promocional, que de a conocer la actividad que se realizará para la recaudación de donativos, se realizarán varias piezas para poder abarcar de una mejor manera al G.O. Pop-Up será publicado en las páginas zona gallo y guate 2 night 1 mes antes de la actividad hasta el día del evento así podrá ser visto por todos los usuarios que frecuentan estas páginas. Las carteritas tendrán la función promocionar, estas serán repartidas por miembros de Club Activo 20-30 de Guatemala 1 semana antes del evento, en lugares estratégicos donde frecuenta el G.O, en especial en 4 grados Norte ya que ahí se llevará a cabo la actividad. Anuncio de prensa se publicará en Siglo XXI, 2 días por semana jueves y sábado 2 semanas antes del evento a la par del área de los cines por el G.O al que va dirigido.

Pieza	Medios			FORMA DE DISTRIBUCIÓN	
	físico	carácter	a través de:	DURACIÓN	LUGAR
pop-up	digital	Informativo	club activo 20-30 de Guatemala	1 mes antes del evento	www.zonagallos.com www.guate2night
carterita	impreso	promocional	club activo 20-30 de Guatemala	1 semana antes del evento	ciudad capital según G.O. secundario
anuncio de prensa	impreso	promocional	club activo 20-30 de Guatemala	2 días x semana 2 semanas antes del evento	siglo XXI
calendario de escritorio	impreso	promocional	club activo 20-30 de Guatemala	indefinido	Empresas o personas del banco de datos de Club 20-30 quienes puedan estar interesados en dar un donativo

1. PALETA DE COLORES

38c 81m 88y 57k



50c 100m 100y 0k



36c 71m 79y 35k



24c 86m 100y 20k



57c 41m 43y 0k



0c 50m 100y 15k



199r 76g 5b



pantone 110 CVC



pantone 1265 CVC



pantone 139 CVC



El concepto de diseño a utilizar en el desarrollo del material es “Donando, construimos Educación”, y “Un ladrillo por la educación” como concepto de apoyo para el material promocional.

Se realizó una prueba de color con una gama de colores que en sí proyectaran estabilidad, y seriedad y que fueran sólidos. Los colores seleccionados fueron en base a materiales de construcción, blocks, ladrillos, cemento, madera, que fueran colores tierra .

Por ser dos grupos objetivos diferentes, se utilizaran diferentes colores. El color A para el calendario, 24c 86m 100k siendo un color más sólido y formal, por el grupo objetivo al que va dirigido.

El color B para el material promocional del evento que va dirigido a jóvenes adolescentes, utilizé 199R 76G 5B siendo un tipo anaranjado, un color juvenil que despierta interés.

Los colores seleccionados fueron por su relación con el tema y los elementos gráficos de apoyo a utilizar en el material, siempre basándose en colores tierra.

2. TIPOGRAFÍAS

A. ARIAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,?!

B. CHASM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789.,?!

C. AUGIE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,?!

✓ D. ARRIERE GARDE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789.,?()&!@

✓ E. BASE 02

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,?!

✓ F. BRING DA NOZE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789.,?!

G. BERLIN SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,?!

✓ H. CENTURY GOTHIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,?!

✓ I. FUTRA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,?!

J. HALIBUT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,?!

K. VERDANA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789.,?!

Las tipografías a utilizar deberán expresar formalidad y a la vez confianza. Se probó únicamente con san serif para no recargar en ningún momento el material, ya que las cajas de texto deben de ser legibles y claras.

En base a esto se seleccionaron 5 posibles tipografías haciendo una prueba con una caja de texto, títulos, variando los tamaños, las proporciones y grosores, como se observará a continuación.

2a. TIPOGRAFÍAS PARA CALENDARIO

Estas tipografías serán utilizadas para bloques de texto y títulos, en este caso para los meses, días y números.

✓ D. ARRIERE GARDE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789.,?()&!@ 1 2 3 4 5 6

HOGAR DE LOS ANGELES 14 BOLD

ENERO FEBRERO MARZO

HOGAR DE LOS ANGELES 12

" HOGAR DE LOS ANGELES " es una casa HOGAR DE NIÑOS DIRIGIDA POR LA CONGREGACIÓN DE MISIONERAS SOMASCAS. ESTOS NIÑOS NO SON TODOS HUERFANOS, ALGUNOS SON CON PROBLEMAS LEGALES LOS CUALES NO PUEDEN ESTAR CON SUS PADRES, OTROS HAN SIDO ABANDONADOS Y TOMADOS POR LAS MONJAS.

HOGAR DE LOS ANGELES 10

" HOGAR DE LOS ANGELES " es una casa HOGAR DE NIÑOS DIRIGIDA POR LA CONGREGACIÓN DE MISIONERAS SOMASCAS. ESTOS NIÑOS NO SON TODOS HUERFANOS, ALGUNOS SON CON PROBLEMAS LEGALES LOS CUALES NO PUEDEN ESTAR CON SUS PADRES, OTROS HAN SIDO ABANDONADOS Y TOMADOS POR LAS MONJAS.

H. Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,?()&!@

HOGAR DE LOS ANGELES **14 bold italic**
HOGAR DE LOS ANGELES *14 italic*
HOGAR DE LOS ANGELES **14 bold**
HOGAR DE LOS ANGELES **12 BOLD**

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
1	2	3	4	5
6	7	8	9	

HOGAR DE LOS ANGELES 12

" HOGAR DE LOS ANGELES " es una casa hogar de niños dirigida por la congregación de misioneras somascas. Estos niños no son todos huérfanos, algunos son con problemas legales los cuales no pueden estar con sus padres, otros han sido abandonados y tomados por las monjas.

✓ I. Futura Md BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,?()&!@
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

HOGAR DE LOS ANGELES 10 plain

" HOGAR DE LOS ANGELES " es una casa hogar de niños dirigida por la congregación de misioneras somascas. Estos niños no son todos huérfanos, algunos son con problemas legales los cuales no pueden estar con sus padres, otros han sido abandonados y tomados por las monjas.

HOGAR DE LOS ANGELES 12 light italic

" HOGAR DE LOS ANGELES " es una casa hogar de niños dirigida por la congregación de misioneras somascas. Estos niños no son todos huérfanos, algunos son con problemas legales los cuales no pueden estar con sus padres, otros han sido abandonados y tomados por las monjas.

12 light



HOGAR DE LOS ANGELES 14 light
 HOGAR DE LOS ANGELES 14 plain
HOGAR DE LOS ANGELES 14 bold

enero febrero marzo abril

Enero Febrero Marzo Abril

ENERO FEBRERO MARZO ABRIL

HOGAR DE LOS ANGELES 12 plain bold

“ HOGAR DE LOS ANGELES ” es una casa hogar de niños dirigida por la congregación de misioneras somascas. Estos niños no son todos huérfanos, algunos son con problemas legales los cuales no pueden estar con sus padres, otros han sido abandonados y tomados por las monjas.

12 plain

HOGAR DE LOS ANGELES 12 bold

“ HOGAR DE LOS ANGELES ” es una casa hogar de niños dirigida por la congregación de misioneras somascas. Estos niños no son todos huérfanos, algunos son con problemas legales los cuales no pueden estar con sus padres, otros han sido abandonados y tomados por las monjas.

Para que una tipografía sea legible, esta debe de ser simple, sencilla y clara, a la vez debe de tener armonía.

Las 3 tipografías escogidas de las pruebas, fueron los incisos D., H., y F. las cuales son legibles y claras. Las 3 tipografías son diferentes aún así cumplen con la expresión de formalidad, lo cuál se quiere proyectar, haciendo que las tres sean funcionales.

Se decidió trabajar con 2 tipografías, ARRIERE GARDE (D.) ya que es una tipografía que no contiene caracteres ascendentes ni descendentes, es toda a un nivel la cual proyecta bastante estabilidad, ésta será utilizada para los títulos y meses; y FUTURA (I.) para las cajas de textos ya que resulta ser bastante clara y legible.

10. BOCETAJE

2 B. TIPOGRAFÍAS PARA CALENDARIO

Tipografía para material promocional

El material promocional va dirigido a jóvenes, por lo tanto la tipografía deberá de identificarse con ellos. Ya que el material no lleva cajas de texto se probó con letras tipo manuscritas o grafiti.

E. BASE 02

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
0123456789.,?!@

HOGAR DE LOS ANGELES 12 PTS

CONCIERTO

SABADO 3 DE DICIEMBRE

6 P.M

Q 60

HOGAR DE LOS ANGELES 10 PTS

CONCIERTO

SABADO 3 DE DICIEMBRE

6 P.M

Q 60

HOGAR DE LOS ANGELES 14PTS
CONCIERTO

SABADO 3 DICIEMBRE

6 P.M

F. BRENCHA NPOZO
ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
0123456789.,?!@

HOGAR DE LOS ANGELES 12 PTS

CONCIERTO

SABADO 3 DE DICIEMBRE

6 P.M

Q 60

10. BOCETAJE

HOGAR DE LOS ANGELES

10 PTS

CONCIERTO

SABADO 3 DE DICIEMBRE

6 P.M

Q.60

En esta prueba de tipografías se descartó el inciso E y F ya que en el momento de conformar una caja de texto no son legibles. Estas dos tipografías contienen caracteres que resultan molestos en el momento de una lectura continua. Este análisis determinó que la mejor tipografía a utilizar en el material promocional es la misma tipografía que en el calendario ya que la información debe de ser recibida claramente.

HOGAR DE LOS ANGELES
CONCIERTO

14PTS

SABADO 3 DICIEMBRE

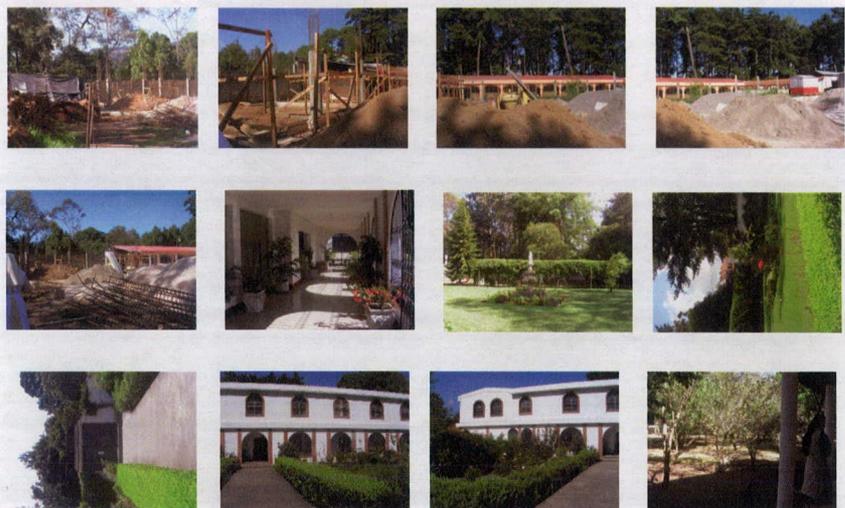
6 P.M

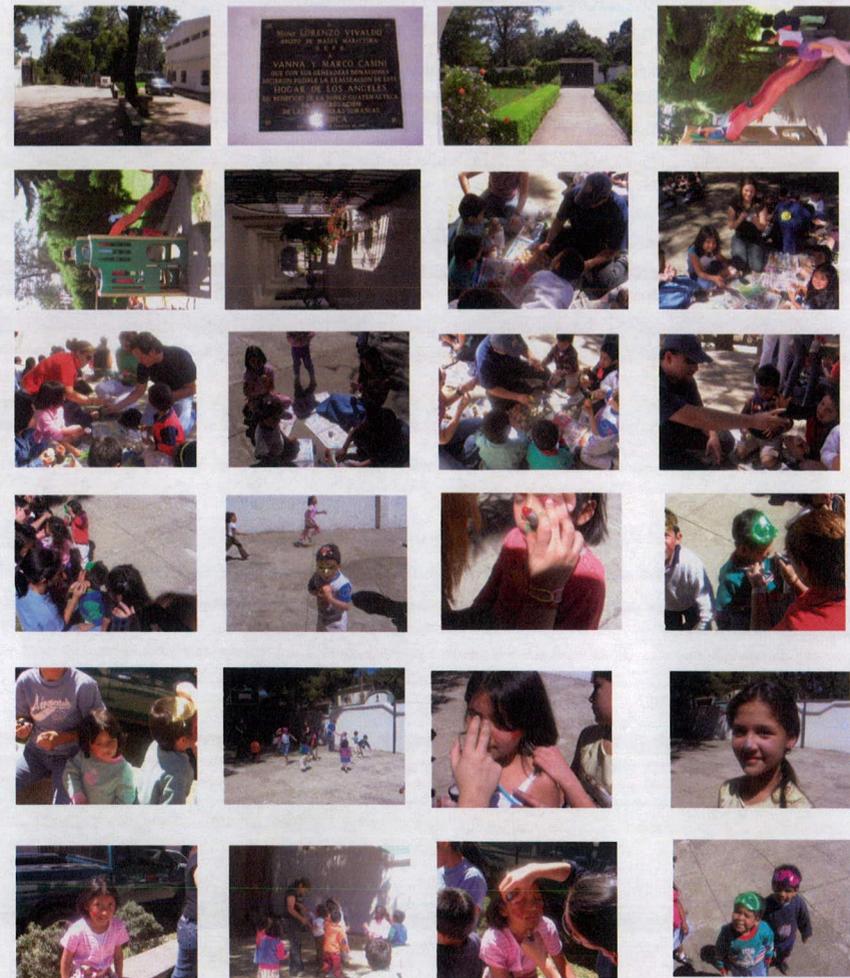
10. BOCETAJE

3. FOTOGRAFÍAS

Las fotografías fueron proporcionadas por Club Activo 20-30, todas son de Hogar Casa Los Angeles y Actividades realizadas con el Hogar. Las fotografías deberán tener la función de sensibilizar al grupo objetivo, y motivarlos a realizar un donativo para el proyecto de la construcción de la escuela. De todas estas fotos se escogerá las que a mi criterio cumplen. Las fotografías serán validadas con expertos en fotografía antes de utilizarlas en el material.

(ver anexo 3)





Las fotos serán divididas en 3 áreas:

- a. fotos que presenten y muestren el Hogar
- b. el área de construcción de la escuela
- c. actividades que ha realizado el club con y en beneficio del Hogar.

a. Hogar Casa Los Angeles



b. área de construcción



c. actividades Club 20-30 con Hogar Casa Los Angeles



Estas fotografías fueron seleccionadas en base a mi criterio eran las que mejor cumplían con los objetivos del material, estas debían representar y crear identificación real de Hogar Casa Los Angeles, así mismo sensibilizar al grupo objetivo.

Se decidió dividir las por áreas para llevar un orden así como lo lleva el calendario. Los expertos comentaron que para crear un tipo de sensibilización, las fotos se deben de ver los más reales posibles, no deberán ser fotos posadas si no espontáneas.

Las áreas quedaron divididas de la siguiente manera: un grupo para dar a conocer el Hogar, sus instalaciones etc.

La siguiente área mostrando la ubicación en dónde se realizará la construcción, de la escuela.

La tercer área tiene de diferentes actividades, éstas son para proyectar credibilidad y confianza en el Club, mostrando actividades que han realizado con los niños del Hogar.

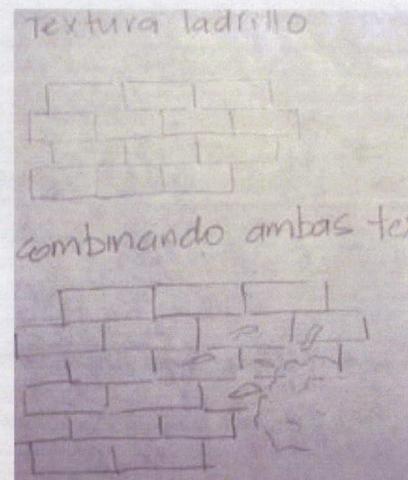
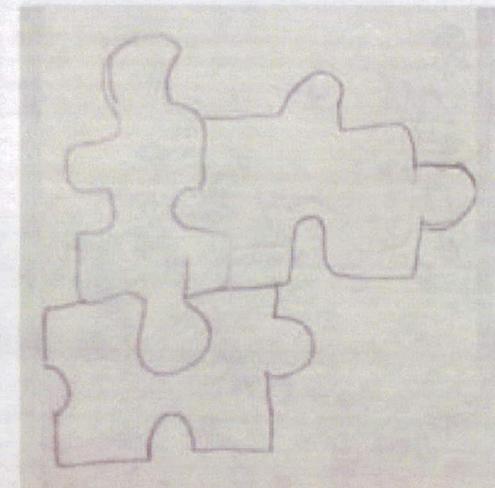
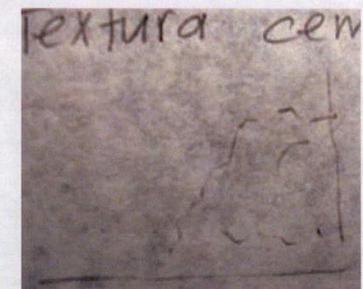
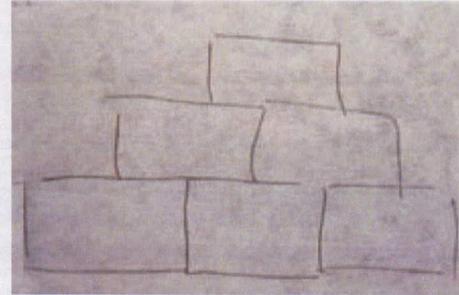
10. BOCETAJE

4. ELEMENTOS GRÁFICOS DE APOYO

Se inició a realizar bocetos del concepto en general del proyecto, como lograr con elementos gráficos proyectar el concepto de diseño "DONANDO, CONSTRUIMOS EDUCACIÓN", siempre teniendo en mente el concepto de apoyo para el material promocional, "Un ladrillo por la educación".

Por medio de imágenes gráficas e ilustraciones se llegó a una línea de diseño para poder trabajar todo el material en base a eso.

Los elementos se bocetaron en base a construcción, materiales y utensilios que se utilizan para construir.

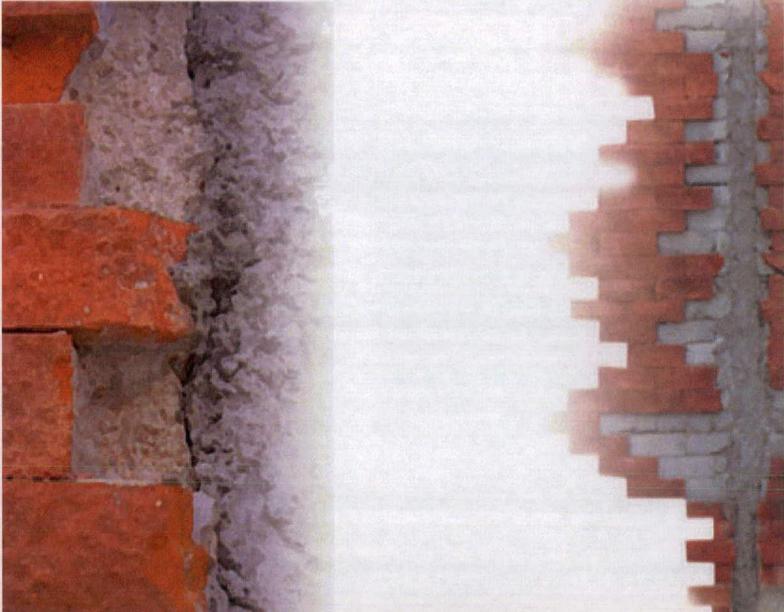


La mejor forma de transmitir el concepto "Donando Construimos Educación", es a base de texturas reales de materiales de construcción. Para lo cual se tomaron fotografías de una construcción real en donde se pudieran apreciar las texturas para luego poder crear un elemento gráfico de apoyo para la propuesta.



Luego de haber tomado las fotografías, se utilizaron en las que mejor se parecía la textura. En el proceso de digitalización se jugó con la saturación de color, brillo y contraste. Por medio de filtros se resalta y observa mejor la textura, de esta manera creando 2 texturas, ambas representando lo mismo solo que diferentes en tamaño y proporción de elementos.

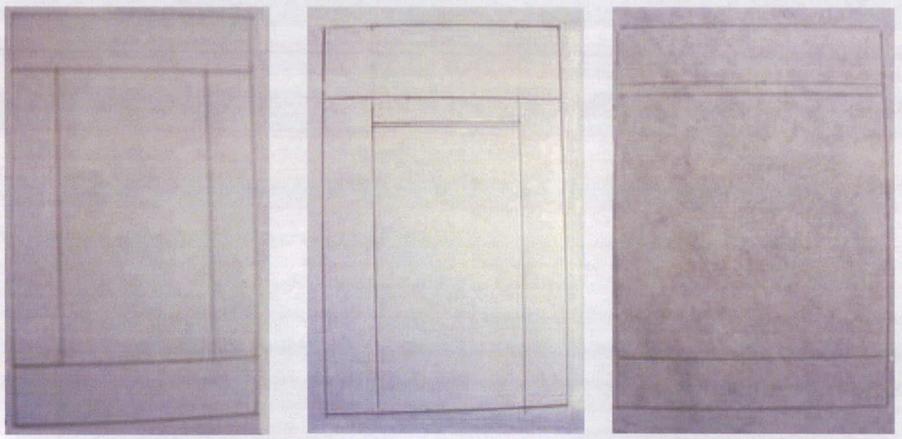
Luego de definir el elemento gráfico de apoyo empecé a bocetar por pieza de material, tomando en cuenta el elemento gráfico de apoyo, así como los bloques de texto y las imágenes que incluirá el material.



5. RETÍCULA

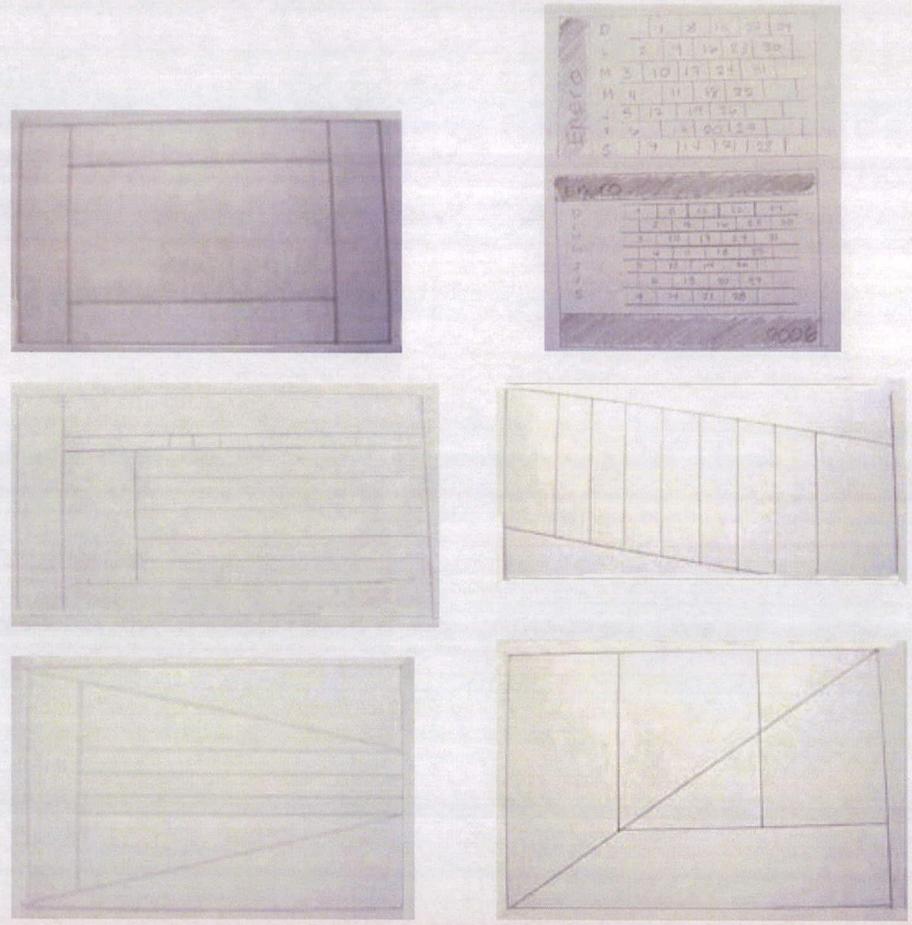
RETÍCULA CALENDARIO

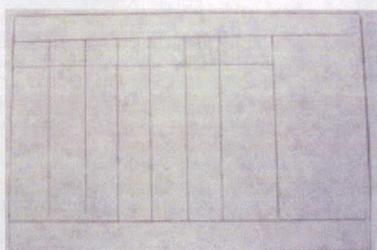
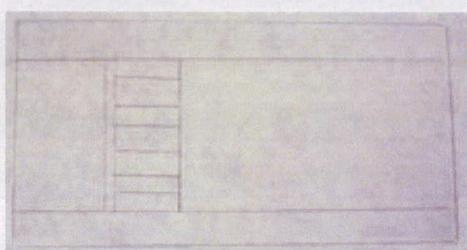
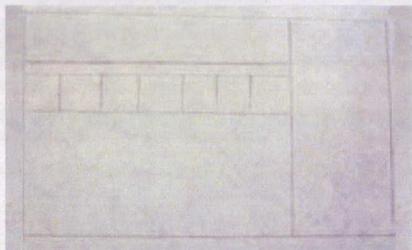
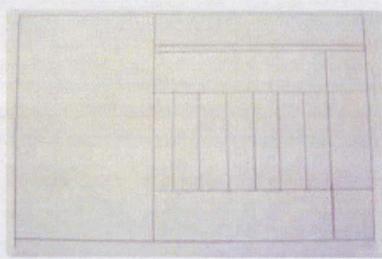
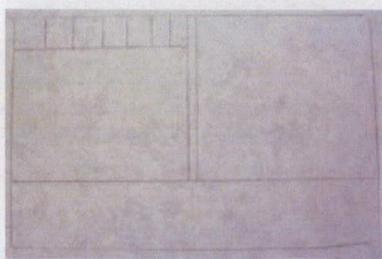
La retícula del calendario debe de transmitir fortaleza, se inició a bocetar la reticula para definir el layout del material, se probó en un formato vertical.



Según la tabla de requisitos los ejes a utilizar son ejes horizontales, verticales, y transversales. Los ejes transversales no son aplicables en este caso, por el tipo de material, y el grupo objetivo al que va dirigido, además lo que se quiere proyectar a través de los ejes es fortaleza, creando una diagramación limpia y legible por lo que los ejes transversales no son funcionales.

Por lo tanto se continuó con los ejes verticales y horizontales, tomando en cuenta para el layout, los días de la semana, el título del mes y el elemento gráfico de apoyo.

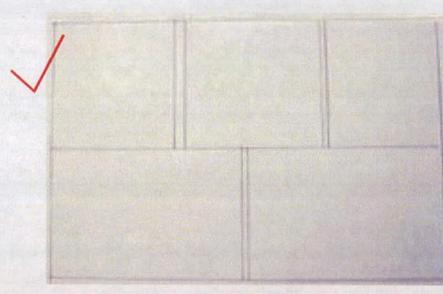
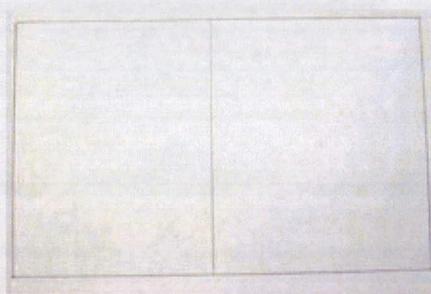
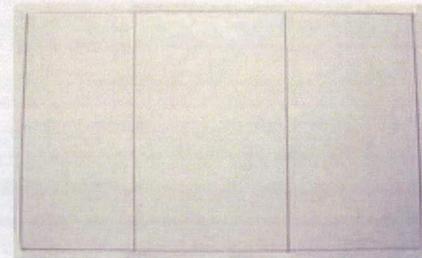
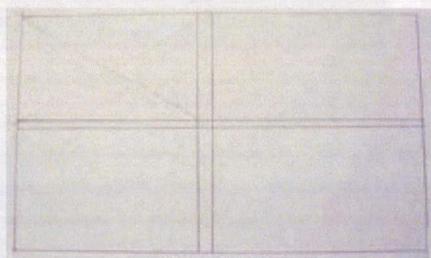




RETÍCULA FOTOGRAFÍAS

Luego de definir los ejes verticales y horizontales la retícula para las fotografías se basó en la misma línea de diseño conforme la ubicación de ladrillos reales.

En cada mes habrán de 2-4 fotografías. Se desea integrarlas de una forma que refleje el concepto de diseño pero que a la vez muestre de la mejor manera cada fotografía. A través de las misma se debe lograr sensibilizar al grupo objetivo, la mejor manera para lograr esto es mostrando la fotografía en su totalidad.

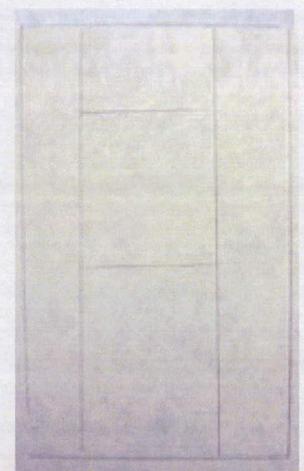
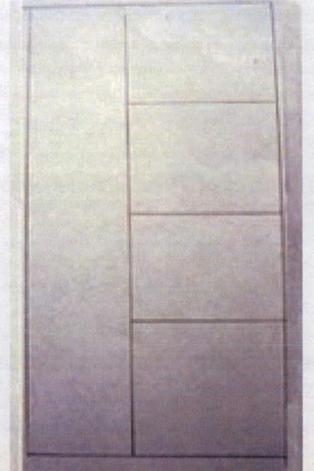
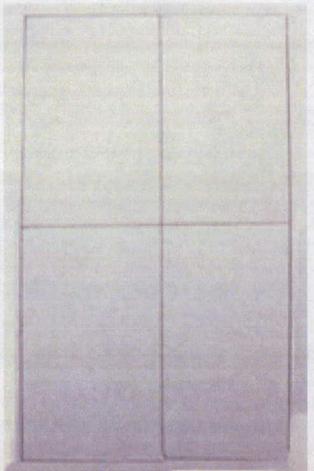
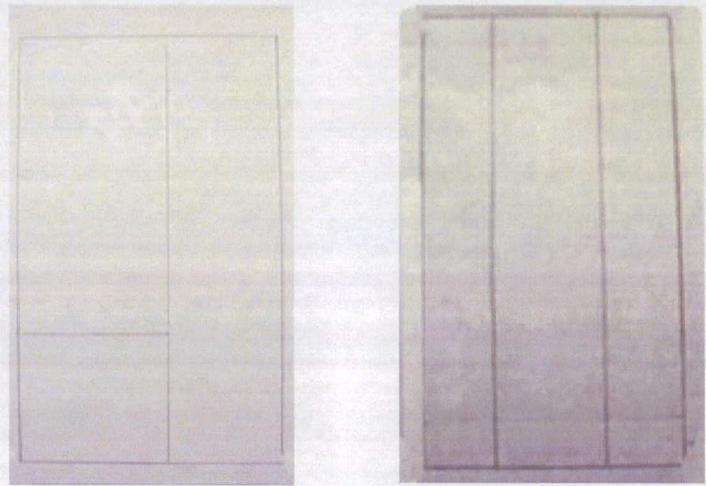


RETÍCULA anuncio PrensA

El espacio de la publicación es en 1/2 página vertical, siendo este un espacio delimitado por lo que las retículas deberán de trabajarse en base a este formato.

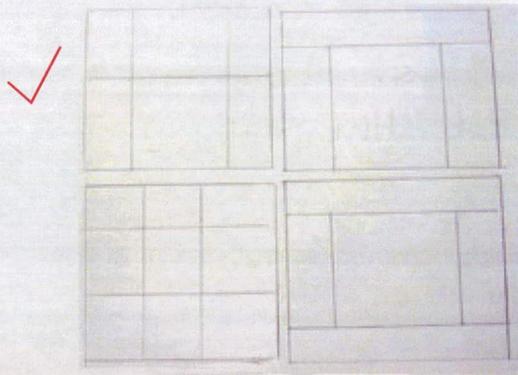
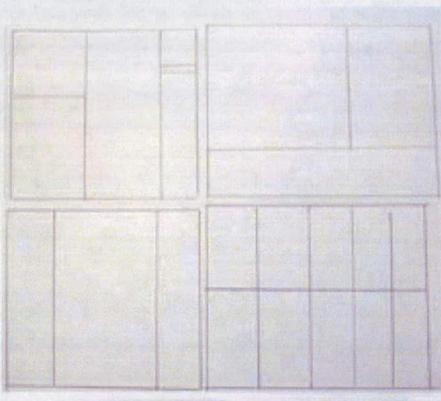
La información fué distribuida de una forma que se entienda y llame la atención del grupo objetivo, siempre reflejando el concepto de diseño el cuál en este material es "UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN" y cumpliendo con la tabla de requisitos a través de los elementos de diseño. Siguiendo la misma línea de diseño se hicieron diferentes propuestas utilizando los mismos elementos.

Aquí se tomó en cuenta la información del evento así como los logotipos del Club y de los grupos.



RETÍCULA POP-UP

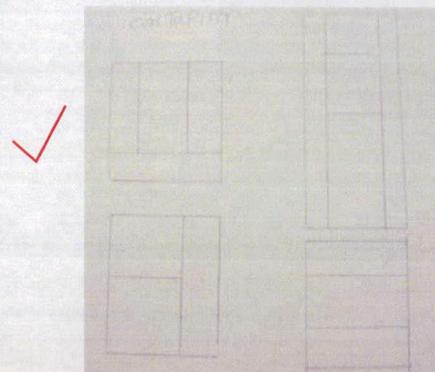
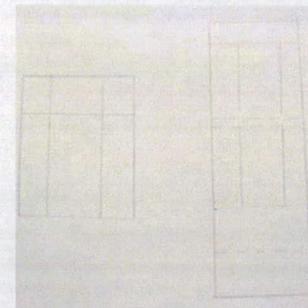
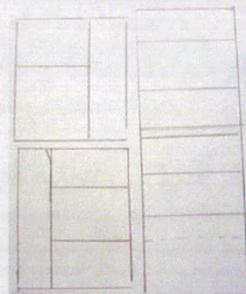
La dimensión del pop-up es de 250 x250 pixels. La propuesta fué desarrollada en base a los mismos elementos, integrando cada uno de ellos, manteniendo así unidad en todos los materiales.



RETÍCULA CARTERITA

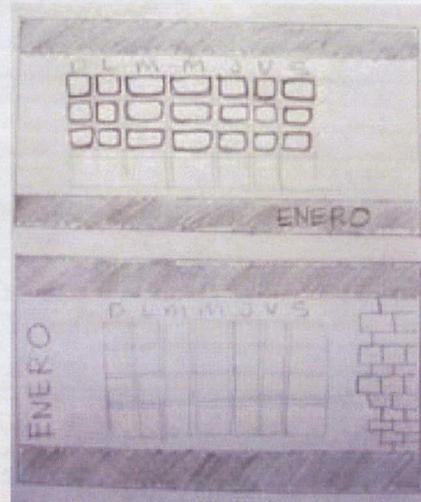
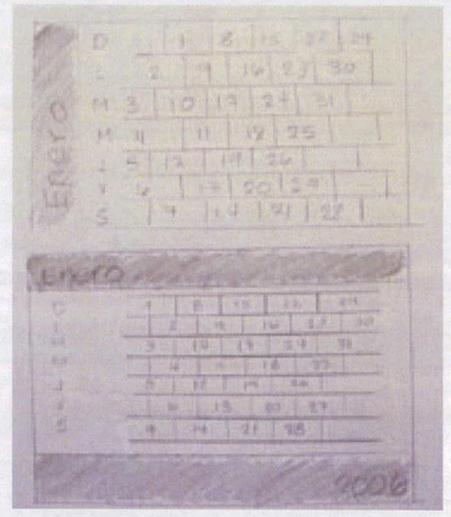
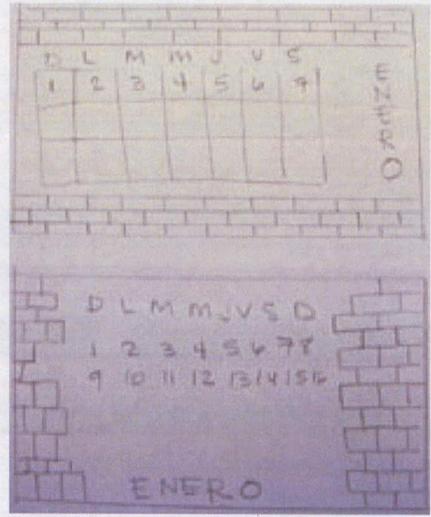
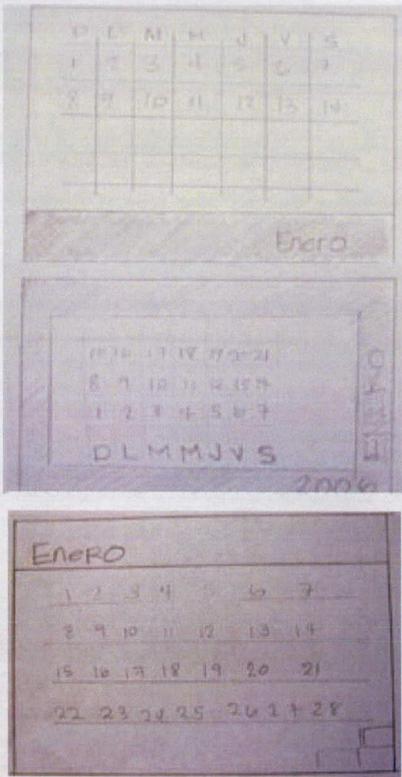
Para la carterita se utilizaron los mismos ejes horizontales y verticales acomodando de la mejor manera la información ya que el tamaño del formato es diferente.

Luego de hacer diferentes opciones integrando todos los elementos de diseño, se determinó que la siguiente opción cumple con la necesidad en la tabla de requisitos.



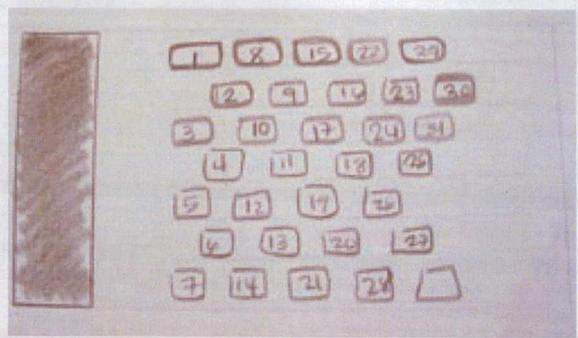
composición CALENDARIO

Sin integrar el elemento de apoyo con la fotografía, si no utilizando el mismo concepto de ladrillos en la diagramación de los números, la diagramación resulta desordenada por lo tanto se utilizó siempre el elemento gráfico de apoyo con una diagramación más formal para los números.



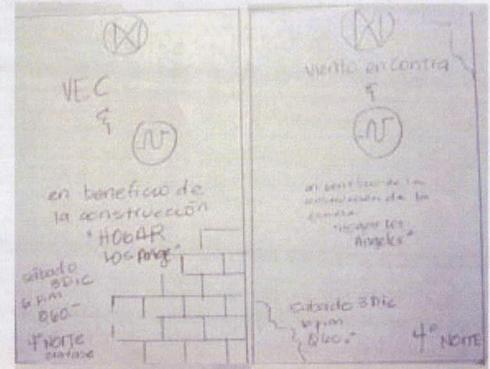
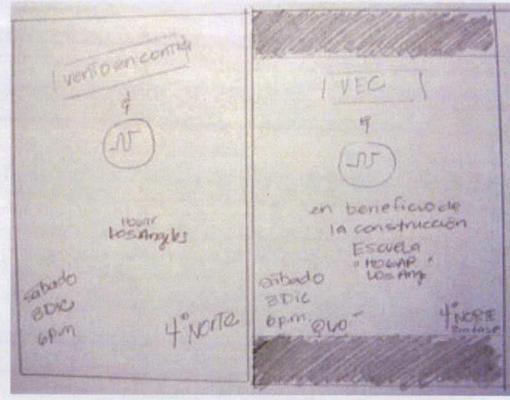
COMPOSICIÓN CALENDARIO

Se probó de distintas formas incluyendo el elemento gráfico de apoyo, en estas opciones se satura demasiado distrayendo al lector del material. Al no integrar el elemento de apoyo, no se proyecta de la mejor manera el concepto de diseño.



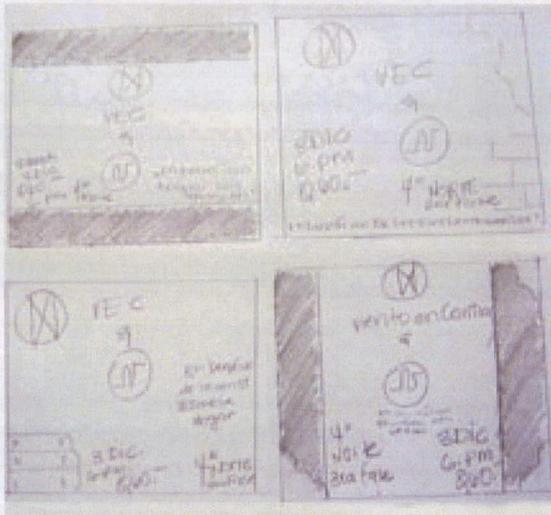
COMPOSICIÓN anuncio PRENSA

De esta manera el bocetaje de las demás piezas se desarrolló en base a lo definido en la propuesta del calendario, siguiendo una misma línea de diseño.



COMPOSICIÓN POP-UP

En cada pieza se adaptaron las piezas de acuerdo al formato.



DIGITALIZACIÓN CALENDARIO

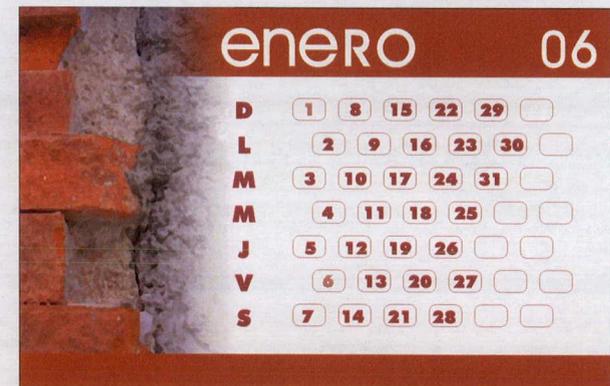
En base a las opciones anteriores se digitalizaron 2 opciones, una con la textura de ladrillo en ilustración, y la otra opción con textura real de ladrillo y cemento, utilizando el elemento gráfico de apoyo para desarrollar la propuesta. De esta manera se digitalizó el boceto del calendario, ya con los elementos y retícula determinada.



DIGITALIZACIÓN CALENDARIO

Utilizando el elemento gráfico de apoyo en ilustración, se realizaron pruebas de diseño en las que se observó que esta manera no era la mejor para transmitir el concepto de diseño, igualmente no reflejaba seriedad ni formalidad debido al tipo de ilustración.

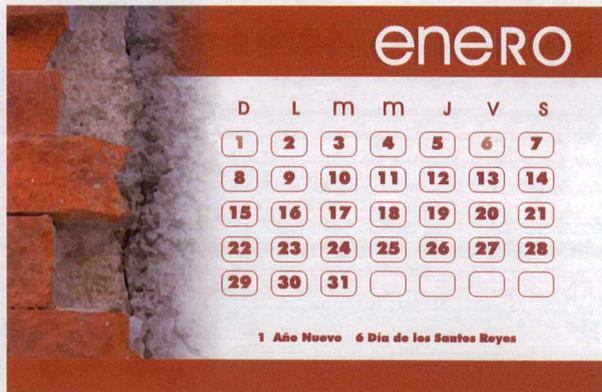
Luego de observar esto, se realizaron pruebas con los 2 elementos gráfico de apoyo, definidos anteriormente.



DIGITALIZACIÓN CALENDARIO

Se seleccionaron 2 colores para realizar una propuesta, en esta prueba se determinó que el segundo elemento gráfico refuerza mejor el concepto de diseño, el primero se ve un poco saturado. En cuanto a la diagramación de los números se probaron 2 opciones en las que se definió esta opción ya que la anterior provoca desorden.

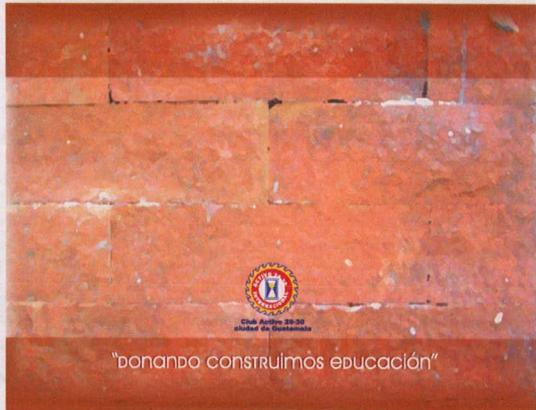
Se decidió quitar el año en todas las paginas interiores ya que no es necesario. El mes se colocó corrido hacia la izquierda sobre el fondo liso ya que sobre la textura estaba un poco ilegible.



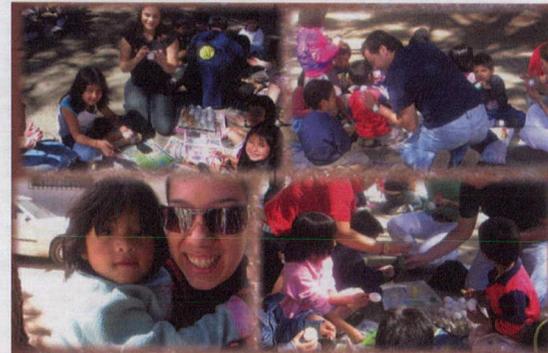
En la portada y contraportada, se continuó con la misma línea definida para las hojas interiores de los meses. La textura utilizada relaciona al grupo objetivo con el tema o proyecto a desarrollar, no se utilizó la misma textura para no crear monotonía, de esta manera crea un impacto visual.



DIGITALIZACIÓN CALENDARIO



Se colocaron 4 fotos siguiendo el concepto de ladrillo con el diseño de las hojas interiores, no se utilizó la imagen de ladrillo ya que se le quiere dar importancia a las fotografías del Hogar. Aplicándole textura de ladrillo resultaba haciendo que las fotografías se miraran sucias, por lo que se probó sin aplicarle ni una textura, con un fondo liso para apreciar de la mejor manera las imágenes.



digitalización calendario



instalaciones, terreno para Los Angeles

digitalización anuncio prensa

Continuando con el proceso de bocetaje se realizaron todas las piezas para llegar a una propuesta con cumpliera con los objetivos planteados.

GRAN ACTIVE 2000 INTERNATIONAL

VIENTO EN CONTRA & el Tambor de la Tierra

a beneficio de la construcción de Escuela Hogar Los Angeles

CONCIERTO

3 Diciembre Q 60 6p.m

4grados distrito cultural

Club Activo 20-30 Ciudad de Guatemala

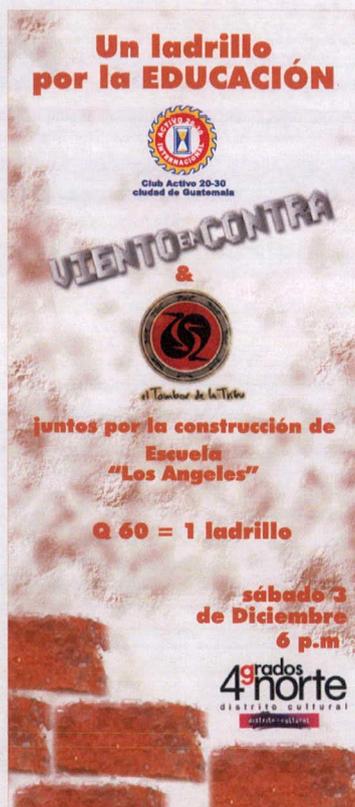
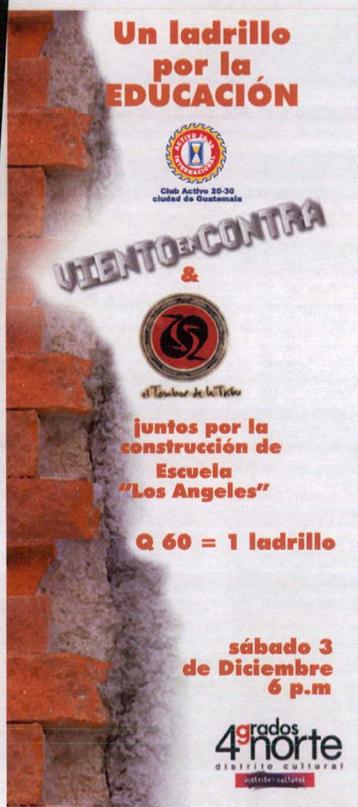
CONCIERTO VIENTO EN CONTRA & el Tambor de la Tierra

a beneficio de la construcción de Escuela Los Angeles

SABADO 3 DE DICIEMBRE 6:00 P.M Q 60

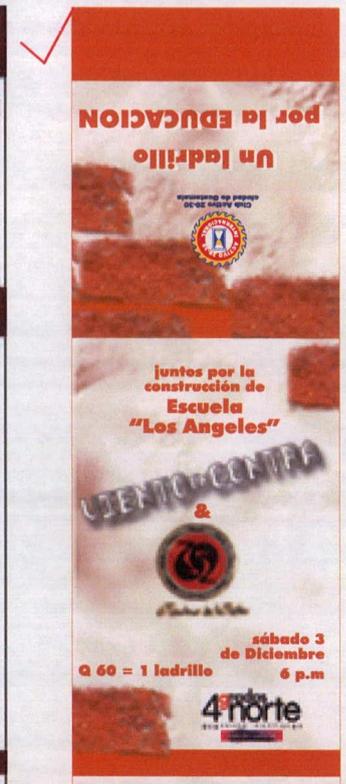
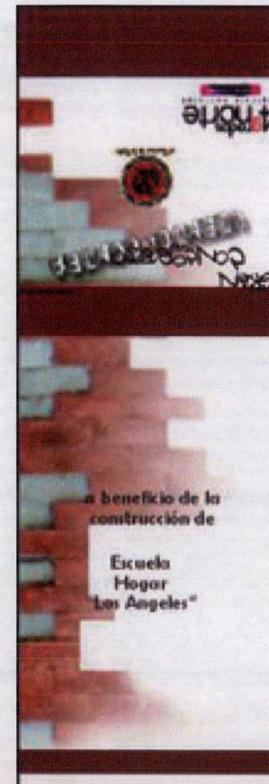
4grados distrito cultural

Digitalización anuncio Prensa

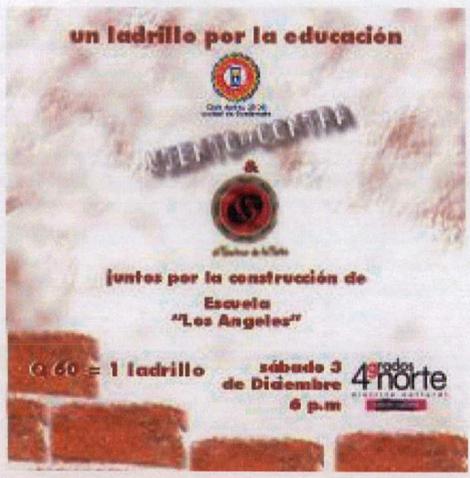
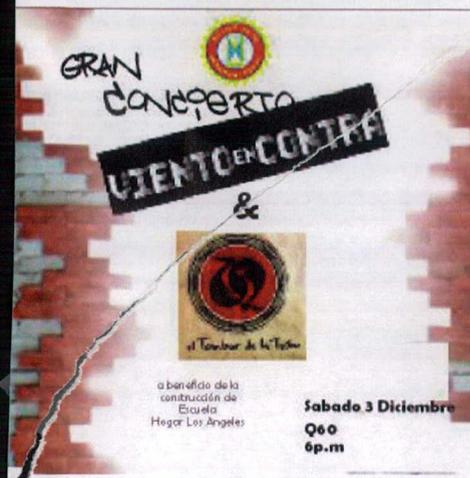


Digitalización CARTERITA

Se definió que el color a utilizar en este material debía ser uno que llamara la atención y se identificara con el grupo objetivo.

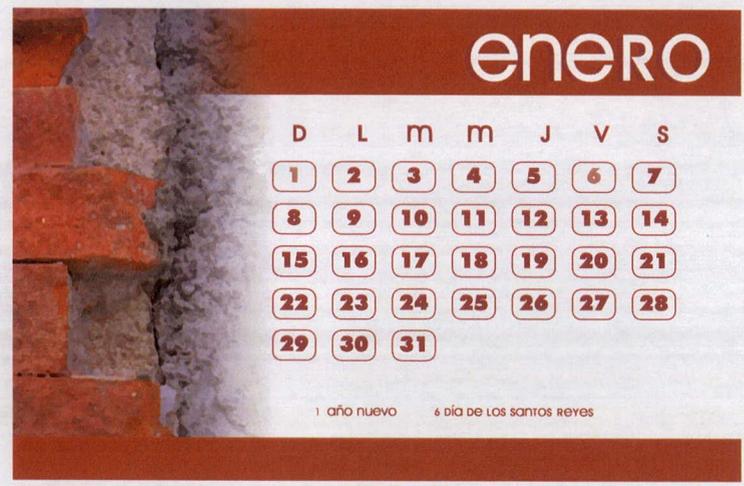


DIGITALIZACIÓN POP-UP



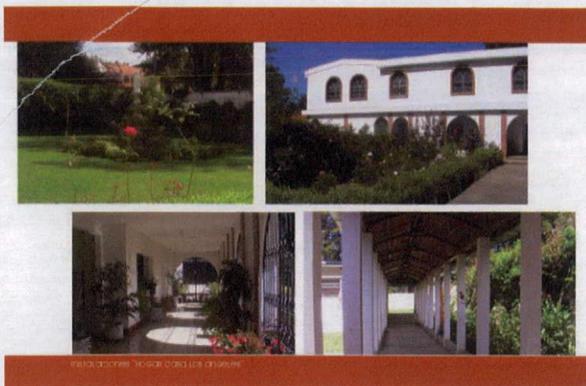
PROPUESTA PRELIMINAR CALENDARIO

Como propuesta preliminar se llegó a ésta opción en la cuál decidí eliminar el año en cada mes, así como los cuadros sin fecha que son innecesarios.



PROPUESTA PRELIMINAR

En cada pagina de fotografías, hay frases que sensibilizaran a las personas a realizar un donativo. Las fotografías fueron ubicadas en ejes horizontales siguiendo la línea de ladrillos.



El nombre de la escuela será utilizado como el título o nombre del calendario..

Como base se se usó el diseño de las hojas interiores de los meses para mantener unidad en el material.

En la contraportada se encuentra el logotipo del Club Activo 20-30 que son los que están trabajando por el proyecto y el concepto de diseño, "Donando Construimos Educación" ya que así el grupo objetivo, se puede sentir parte del proyecto y así lo motive a participar dentro de el.



PROPUESTA PRELIMINAR anuncio prensa

De esta manera digitalizé el boceto del anuncio de prensa integrando todos los elementos del mismo manteniendo unidad con todo el material, queriendo reflejar el concepto de diseño, "Donando Construimos Educación".

La imagen a proyectar debía ser juvenil por el grupo objetivo al que va dirigido, no tan formal como el calendario. Las imágenes están trabajadas en photoshop. La tipografía utilizada es FUTURA BOLD en cada pieza varía el tamaño de tipografía por la variación de tamaño con respecto al material. En estos materiales fueron desarrollados bajo un concepto complementario el cual es "Un ladrillo por la Educación".

Se logra proyectar de una forma clara el concepto de diseño, así mismo invita a asistir al concierto colaborando con el proyecto.



PROPUESTA PRELIMINAR POP-UP

Cada pieza fue desarrollada según el formato y medida de que cada una. Se utilizaron los mismos elementos en todas las piezas acomodandolos de la mejor manera en cada una.



PROPUESTA PRELIMINAR CARTERITA

Como un material alternativo, se propuso una carterita, la cual reemplaza lo que podría haber sido un volante.

En base a la misma línea de diseño se llegó a esta propuesta para las carteritas, la viariación con el material anterior es como se manejó el fondo, utilizando siempre la misma línea para mantener unidad.



11. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

Se realizó una validación técnica para evaluar los elementos gráficos y la funcionalidad de la propuesta. Para esto se desarrollaron 3 instrumentos de validación (ver anexo 4), uno para profesionales en diseño gráfico y los otros para cada uno de los grupos objetivos, empresarios y jóvenes adolescentes. La validación fué desarrollada con 5 diseñadores, 5 empresarios y 5 jóvenes. Las preguntas tenían la función de comprobar si el diseño así reflejaba el concepto de diseño manejado en la propuesta, "Donando Construimos Educación" y si respondía a la necesidad.

En la validación se comprueba que la función del material es informar, un 67% de los diseñadores encuestados respondieron que su función es informar y el 33% respondieron promocionar, afirmando que cumplía con ambas funciones. Las frases en sí generan una motivación en el grupo objetivo para colaborar siendo esta la expresión principal que se deseaba lograr, de igual forma generan sensibilización como confianza. El formato del calendario en cuanto a su estructura, según el 83%, es estable. Así mismo la tipografía utilizada un 84% respondieron que expresa formalidad, lo cual refleja la imagen de Club Activo 20-30. El interlineado utilizado es adecuado, permitiendo una lectura ordenada, lo cual lo afirman en un 100% los diseñadores encuestados. Con respecto a la textura utilizada en las páginas interiores en donde se presenta la información, un 67% de los diseñadores profesionales respondieron que no provoca ilegibilidad, el otro 33% comentaron que la textura genera un contraste favorable, esta mantiene

unidad con la textura del resto del material, se definió que la textura no genera saturación. Si se percibe una jerarquía visual en los títulos por la ubicación en que se encuentran. La propuesta es funcional en cuanto a la utilización del color para ambos grupos objetivos. Un 67% afirman que las fotografías sensibilizan al grupo objetivo ante la situación, esto es confirmado en un 100% por el mismo grupo objetivo en las validaciones que ellos respondieron.

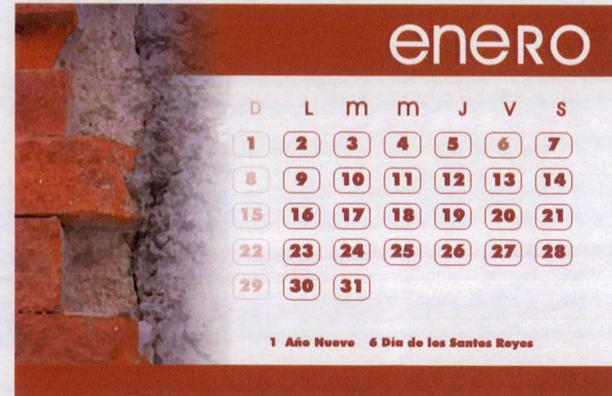
Una opinión relevante en cuanto al material informativo (calendario), creen necesario mantener presencia de la institución en todos los meses, ya que solo se indica en la contraportada y la institución es la más importante por lo que deberá ser recordado.

En cuanto al material promocional (prensa/pop-up/carterita), según el grupo objetivo, el material si les llama la atención a simple vista, si les gusta. La propuesta de la carterita les parece en un 100% creativa así como util.

A continuación se presentarán las preguntas con los resultados más relevantes que se tomaron en cuenta para realizar cambios en la propuesta. (ver resultados completos en anexo 5)

11. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

Debido a los resultados obtenidos en la pregunta acerca de la diagramación de los feriados, un 50% respondió que eran poco legibles, según los comentarios, los diseñadores opinaron que no era necesario escribir la fecha y el feriado si se estaba señalado en el mes, que se debería de hacer un mayor énfasis señalándolo de otra manera, podría probar con un cambio de color a más fuerte en lugar de más claro o invertido. Se tomaron en cuenta estas opiniones de los diseñadores para mejorar la propuesta. El análisis determinó que los feriados estaban mejor indicados en color invertido que en una tonalidad menor. Se eliminó escribir la fecha y el feriado ya que era innecesario.



ANTES

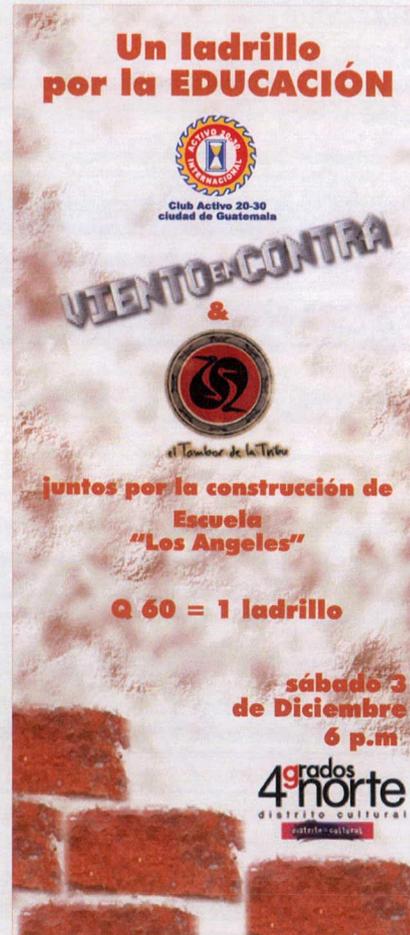


DESPUES

11. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

En cuanto a la diagramación del material promocional, un 50% de los diseñadores gráficos respondieron que les transmite limpieza, mientras que un 33% respondieron que transmite desorden, los comentarios que respaldan esto, es que consideran que el titular no impacta lo suficiente, a pesar de la ubicación, si tiene una jerarquía visual, pero no genera en el grupo objetivo la atención suficiente para invitarlos al evento. A pesar de ser un porcentaje menor, el resultado es significativo por lo que se tomó en cuenta para realizar ciertos cambios que hicieran más efectiva la propuesta y ayuden a mejorarla. La información no tenía un orden lógico y parecía estar solo puesta. De esta manera el titular genera un impacto visual, se le da más importancia al motivo del evento e invita a asistir al concierto.

(ver cambios de propuesta en anexo 6)



ANTES



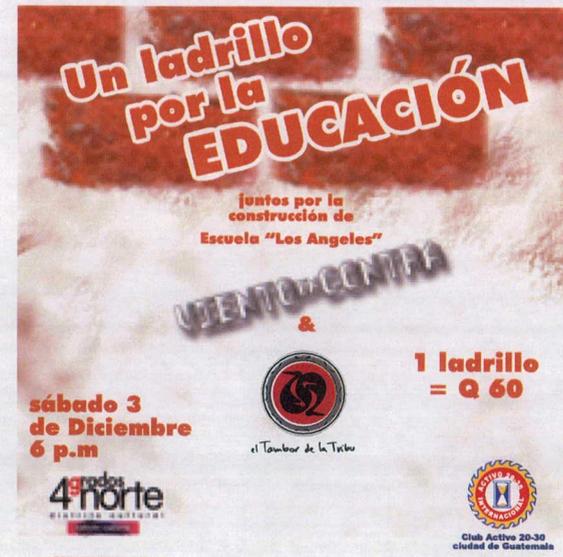
DESPUÉS

11. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

Definiendo la propuesta del anuncio de prensa, se observó que si es necesario generar un impacto visual con el titular, por lo que se realizó el mismo cambio en la carterita y el pop-up, buscando lo que se mejor adecua a cada pieza. Se necesita mantener unidad la cual se logra con un hilo conductor, no necesariamente clonando el diseño, decidiendo mantener una misma línea de diseño.



ANTES

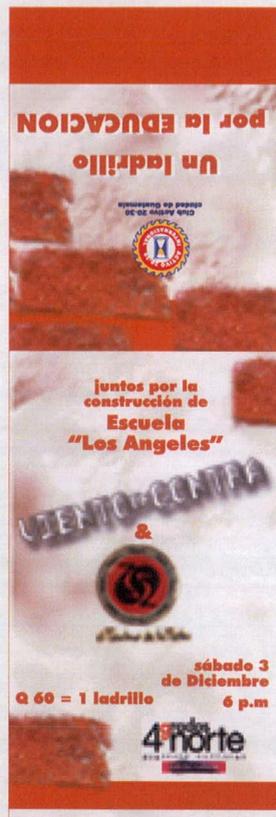


DESPUÉS

"UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

11. VALIDACIÓN TÉCNICA DEL DISEÑO PRELIMINAR

En la carterita se decidió utilizar el titular en la parte frontal captando el interés del grupo objetivo, el resto de la información se colocó en la parte de atrás siguiendo la misma secuencia de las piezas anteriores distribuyéndola de la mejor manera para no caer en desorden.



ANTES



DESPUÉS

"UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Para dar respuesta a la necesidad y los objetivos planteados y trabajando en base al concepto general utilizado en la propuesta, "Donando, Construimos Educación", se presenta como propuesta final un material informativo siendo éste un calendario en el cual se presenta la información necesaria para dar a conocer el Club Activo 20-30 de Guatemala, como hogar Casa Los Angeles y el proyecto de recaudación de fondos para la construcción de la escuela para el Hogar, así como un material promocional el cual incluye un anuncio de prensa, un pop-up, y una carterita los cuales invitan a participar a un evento especial que está realizando el Club para esta causa.

Tipografías:

Se necesitaba una tipografía que reflejara solidez y confianza, proyectando la imagen del Club. Debido al grupo objetivo primario, este requiere una tipografía formal, sencilla que a su vez sea confiable. Se utilizaron 2 tipografías, FUTURA LT BT, y **ARRIERE GARDE**.

FUTURA LT BT, fue la tipografía que cumplía con las necesidades, por su línea sencilla y sus formas redondas facilita la lectura en los bloques de texto. En el momento de utilizarla para titulares es simple y legible se logra leer a distancia, de esta forma se utilizó en el material promocional.

ARRIERE GARDE es una tipografía redonda sin caracteres altos y bajos, en el momento de utilizar la tipografía esta genera estabilidad. Esta tipografía debía reflejar confianza, únicamente se utilizó en el calendario para los títulos y días del mes porque resulta ilegible en el momento de utilizarla en bloques de texto.

Color:

El color es uno de los elementos fundamentales en un diseño. Según Ruiz (2002), este debe atraer y lograr la atención del grupo objetivo. El tipo de color que predomina en la propuesta son los colores tierra, por su relación a los ladrillos. La función principal del color debía reflejar solidez por lo que se utilizaron 2 colores ya que el material promocional va dirigido a otro grupo objetivo más joven en el cual el color debía llamar la atención e identificarse con ellos. Estos colores logran contrastar y complementar con los demás elementos utilizados sin saturar la composición.

Los colores utilizados son:

24c 86m 100y 20k



5c 73m 93y 0k



Diagramación:

En la diagramación se utilizaron ejes verticales y horizontales para la colocación de la información. Esta debía de ser encontrada fácil y comprendida por el grupo objetivo. Debido al tipo de material en si no lleva mucho texto por lo que se quiso poner de una forma simple y sencilla para facilitar la lectura. En el calendario se colocó en dos columnas. En el material promocional sigue con ejes verticales y horizontales, se utiliza un eje transversal para el titular de cada material.

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

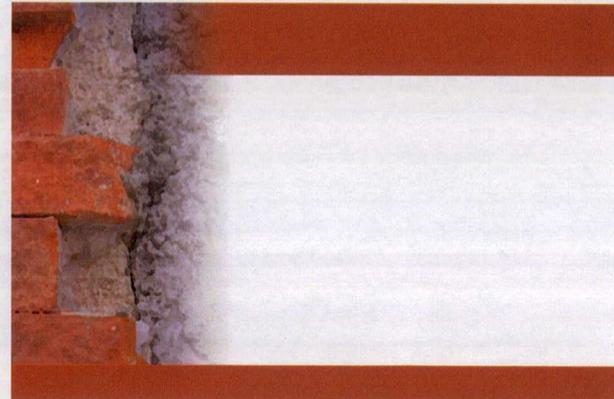
Formato:

La función principal del formato es que sea manejable y práctico así como crear estabilidad, por lo que se decidió utilizar un formato horizontal 8.5 x 5.5" para el calendario ya que es un calendario para escritorio. El material promocional se adecuó a las medidas standards de cada uno, el anuncio de prensa debía ser 1/2 página vertical 5.5 x 12.5", el pop-up de 350 x 400 pixels, carterita 1.5 x 4.4" abierto.

Elemento gráfico de apoyo:

Textura de ladrillo, este elemento caracteriza todo el material porque se identifica y refleja el concepto general de diseño "Donando, Construimos Educación", así mismo adaptándolo al concepto complementario utilizado en el material promocional dirigido a los jóvenes "Un ladrillo por la educación".

Se utilizó una textura real de ladrillo ya que lo que se desea en sí es lograr la construcción de la Escuela, por lo que se quiso reflejar a través de materiales reales de construcción. Para crear estabilidad y seriedad en la propuesta se utilizaron plekas, una superior y una inferior de un color sólido dependiendo del material que se estaba trabajando. Así mismo se utilizó una textura en los fondos blancos para crear sensación de pared e unificar el material por medio de texturas.



calendario



material
promocional

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Fotografías:

Las fotografías utilizadas fueron proporcionadas por Club Activo 20-30 las cuales muestran el Club, el Hogar así como actividades realizadas por los mismos con los niños del Hogar. Las fotografías debían sensibilizar al grupo objetivo y motivarlos a ser parte del proyecto de construcción de la Escuela. Las fotografías fueron usadas a full color, no llevaron ningún manejo digital relevante, para apreciar de mejor manera cada una de ellas. Fueron colocadas de forma rectangular como si fueran ladrillos. Todas fueron validadas con expertos para utilizar las más adecuadas a las necesidades de diseño.

PIEZAS FINALES

Calendario

Se diseñó un calendario de escritorio debido al grupo objetivo de empresarios al que el material va dirigido, un calendario de escritorio puede ser útil para el mismo y dentro de él se presenta la información que se desea dar a conocer. En ciertas ocasiones, el material no llega a las manos del grupo objetivo directamente, por lo que se buscó una opción alternativa para informar y cumplir con el objetivo del material. En la portada y contraportada se puede observar la textura de los ladrillos, la cual genera un impacto y lo relaciona con construcción. Las texturas utilizadas son el hilo conductor en todos los materiales. En la portada se puso el nombre de la Escuela y el año del calendario.

En la contraportada, el logotipo de la institución Club Activo 20-30 y el concepto del proyecto, "Donando, Construimos Educación" para que se lleguen a sentir parte del proyecto. En las hojas interiores se presenta la información acerca de qué es Club Activo 20-30 de Guatemala, qué es Hogar Casa Los Angeles y el proyecto de construcción de Escuela Los Angeles. Luego se presentan las hojas de los meses en las que se decidió colocar el logotipo de la institución como forma de recordatorio de los responsables del proyecto de construcción de la Escuela, así mismo el concepto del proyecto para recordar el fin del calendario. En las hojas interiores de las fotografías se colocaron frases diferentes en cada mes las cuales incentivarán al grupo objetivo a realizar un donativo. Detrás de cada mes hay 4 fotografías las cuales tienen la función de sensibilizar al grupo objetivo.

A continuación se presentará la propuesta final desarrollada para el material informativo y las piezas del material promocional:

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Portada
tiro

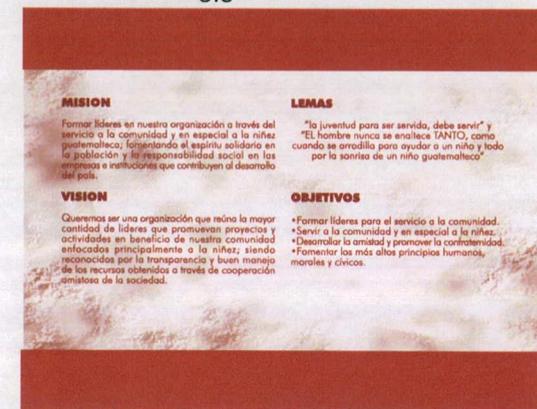
8.5 "



6.5 "

hojas interiores
retiro

6.5 "



8.5 "

hojas interiores
retiro

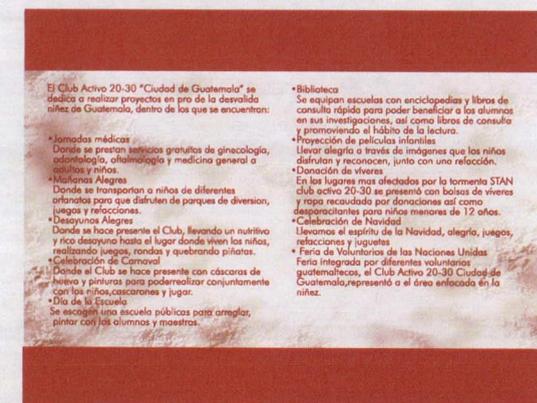
8.5 "



6.5 "

hojas interiores
retiro

6.5 "



8.5 "

"UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

mes
tiro

8.5 "



5.5 "

mes
tiro

8.5 "



5.5 "

hojas interiores
retiro

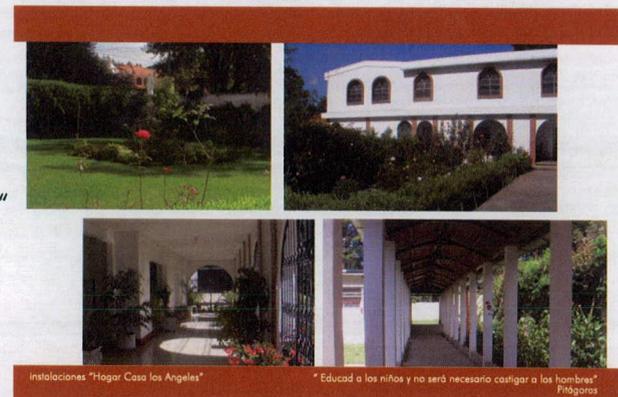
8.5 "



5.5 "

fotografías
retiro

8.5 "



5.5 "

"UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

mes
tiro

fotografías
retiro

8.5 "



mes
tiro

fotografías
retiro

8.5 "

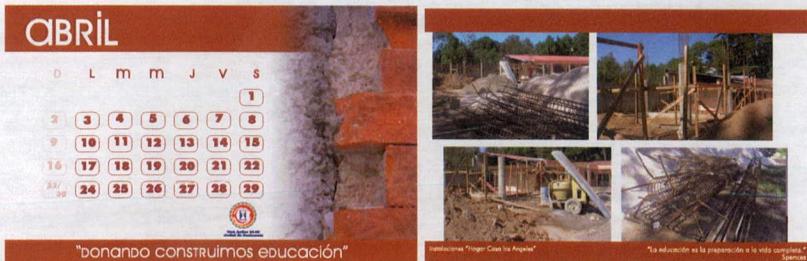
5.5 "



mes
tiro

fotografías
retiro

8.5 "

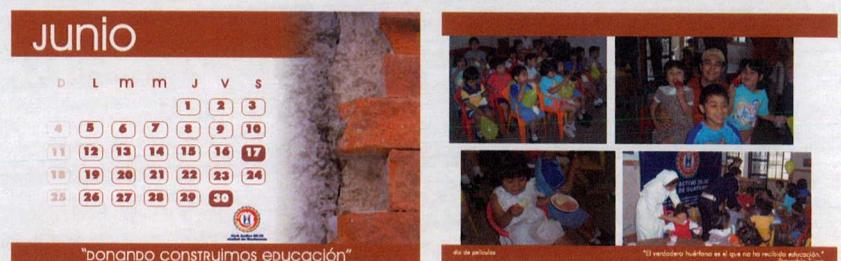


mes
tiro

fotografías
retiro

8.5 "

5.5 "



"UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

mes
firo

fotografías
retiro

8.5 "



5.5 "

contraportada

8.5 "



doble

doble

doble

16 "

mes



"UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Material promocional
(anuncio prensa / pop-up / carterita):

La función de este material es el de dar a conocer e invitar a un evento especial realizado por Club Activo 20-30 en la recaudación de donativos para la construcción de la Escuela, en este caso es un concierto dirigido a jóvenes adolescentes entre los 15-20 años de edad de la ciudad capital.

Para estos materiales se trabajó un concepto complementario el cual apoya la propuesta, "Un ladrillo por la Educación", éste motiva e invita a los jóvenes a participar en el evento por la causa, no solo por los grupos que amenizaran. Estos contienen la información necesaria del concierto, lugar, fecha, costos y los grupos que participaran, y el logotipo de la institución que sería el Club Activo 20-30 que respalda el evento. En los tres materiales se utiliza la textura de ladrillos que refuerza el concepto de diseño. Cada una aplicada dependiendo de cada pieza, manteniendo unidad en las mismas.

El anuncio de prensa por ser un medio de comunicación masivo es importante para abarcar a una población mayor. Este se publicará únicamente en Siglo XXI, debido a que es el único medio que dona el espacio a la institución. Deberá ser publicado a la par de la sección de los cines debido al grupo objetivo al que va dirigido. Se propuso un pop-up como un medio alterno para ser publicado en las páginas www.zonagallo.com así como www.guate2night.com, ya que el grupo objetivo visita continuamente éstas páginas, debido a los patrocinios

de los grupos amenizadores del concierto, el pop-up será publicado en www.zonagallo.com. La carterita se repartirá como tipo volante en lugares a los que más frecuenta el grupo objetivo, en especial en 4° Norte ya que aquí se realizará el concierto, se quiso presentar algo innovador que les llamara la atención y lo leyeran además en este caso, el grupo objetivo de jóvenes son fumadores por lo que les es útil, por lo que la mejor propuesta fue una carterita.

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

anuncio de prensa
1/2 página
vertical

5.5 "

Un ladrillo por la EDUCACIÓN

juntos por la construcción de Escuela "Los Angeles"

VIENTO EN CONTRA

&

el Tumbador de la Torta

1 ladrillo = Q 60

sábado 3 de Diciembre 6 p.m

4grados norte distrito cultural

Club Activo 20-30 ciudad de Guatemala

12.5 "

pop-up
280x280 pixels

Safari File Edit View History Bookmarks Window Help

Bienvenidos al Nuevo ZonaCafé.com

http://www.zonacafe.com/fotos/

Un ladrillo por la EDUCACIÓN

juntos por la construcción de Escuela "Los Angeles"

VIENTO EN CONTRA

&

el Tumbador de la Torta

1 ladrillo = Q 60

sábado 3 de Diciembre 6 p.m

4grados norte distrito cultural

Club Activo 20-30 ciudad de Guatemala

"un LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

12. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

carterita

1.5 "

4.4 "



doble

doble

doble

"UN LADRILLO POR LA EDUCACIÓN"

13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

13.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS PARA EL DESARROLLO DE LAS PIEZAS

CALENDARIO

Medio: impreso litográfico

Soporte:

Portada / Contraportada: 8.5 x 6.5" Texcote

Páginas Interiores: 8.5 x 5.5" opalina

Espiral negro de metal en la parte superior

Color: full color (CMYK)

ANUNCIO DE PRENSA:

Medio: impreso

Soporte: 5.5 x 12.5" media página vertical

Color: full color (CMYK) (siglo XXI)

CARTERITA:

Medio: impreso digital

Soporte: 1.5 x 4.4" texcote

Color: full color (RGB)

POP-UP:

Tamaño: 375 x 245 pixels

Medio: digital

Soporte: internet www.zonagallos.com y www.guate2night.com

Color: full color RGB

13.2 INFORME TÉCNICO QUE ACOMPAÑA LOS ARCHIVOS DIGITALES PARA IMPRENTA

CALENDARIO Y CARTERITA

Se entregará un CD a imprenta en el cual el contenido y orden es el siguiente:

Dentro del CD se encontrarán 2 carpetas una llamada CALENDARIO y la otra CARTERITA. Dentro de la carpeta calendario se encuentran el archivo CALENDARIO en FREEHAND MX y FREEHAND 10 así como el mismo archivo CALENDARIO PATH convertido a path, una carpeta de IMÁGENES la cual contiene todas las imágenes utilizadas en formato TIFF y CMYK todas fueron trabajadas en photoshop, así mismo se incluye una carpeta llamada FONTS la cual contiene todas las tipografías utilizadas dentro del archivo.

Dentro de la carpeta carterita se encuentra el archivo CARTERITA en FREEHAND MX y FREEHAND 10 así como el mismo archivo CARTERITA PATH convertido a path, una carpeta IMÁGENES la cual contiene todas las imágenes utilizadas en formato TIFF y CMYK todas fueron trabajadas en PHOTOSHOP, así mismo se incluyó una carpeta llamada FONTS la cual contiene todas las tipografías utilizadas dentro del archivo.

13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

ANUNCIO DE PRENSA

Se entregará un CD en el cual el contenido y orden es el siguiente: Dentro del CD encontrará el archivo ANUNCIO FINAL y ANUNCIO FINAL PATH en FREEHAND MX y FREEHAND 10, una carpeta llamada IMÁGENES con las imágenes utilizadas, en formato TIFF, trabajadas en PHOTOSHOP, y una carpeta llamada FONTS que contiene las tipografías utilizadas. Así mismo habrá una carpeta llamada ANUNCIO TIFF dentro del cual se encontrara el archivo ANUNCIO FINAL en fomato TIFF

(CMYK), se incluye este archivo como back-up si llegaran a tener algun problema con los archivos enviados en FREEHAND.

POP-UP

Se entregará un CD en el cual el contenido y orden es el siguiente: Dentro del CD encontrará el archivo con nombre POP-UP en formato TIFF y JPEG este fue trabajado en PHOTOSHOP RGB.

13.3 PRESUPUESTO DE DISEÑO Y DE IMPRESIÓN

El costo de diseño de los materiales para dar a conocer el proyecto de construcción Escuela Los Angeles realizado por Club Activo 20-30 es:

Diseño de imagenQ 7,500.00
Presupuesto de impresión	
500 calendarios 24 pag. full color tiro / retiro 8.5 x 5.5" coushe 100 portada y contraportada en texcote 14 8.5 x 6.5" espiral metalicoQ 12,375.00
1/2 página anuncio de prensa 5.5 x 12.5" vertical siglo XXIQ 15,120.00
1,000 carteritas 1.5 x 4.4" texcoteQ 4,572.00

13. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

POP-UP	
Banner fijo (pop under) \$300.00
Banner rotativo en portada \$700.00
Banner rotativo interno \$650.00

(ver anexo 6)

13.4 SISTEMA DE IMPRESIÓN O REPRODUCCIÓN

CALENDARIO: impresión litográfica

CARTERITA: impresión litográfica

PRENSA: prensa

POP-UP: internet

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

14.1 conclusiones

- Se diseñó un calendario de escritorio como el material informativo, que diera a conocer a Club Activo 20-30 de Guatemala y Hogar "Casa Los Angeles", así como también el proyecto de recaudación de fondos para la construcción de la escuela de San Lucas, que sensibilizara a personas empresarias que puedan colaborar y ayudar al proyecto, ya que se necesitaba algo que estuviera presente y recordara constantemente acerca del proyecto y que fuera un material útil para el grupo objetivo.
- Por ser medios de comunicación masiva, para el material promocional se decidió hacer un anuncio de prensa, un pop-up y una carterita que dieran a conocer la actividad que se realizará para apoyar el proyecto de recaudación de fondos y donaciones para la construcción de la escuela, dirigido a jóvenes adolescentes. La carterita en este caso reemplaza lo que podría haber sido un simple volante.

14.2 Recomendaciones

- Se recomienda diseñar materiales alternos basándonos en la función y utilidad que el grupo objetivo pueda darle.
- Debido al grupo objetivo al que va dirigido, se recomienda que el anuncio de prensa sea ubicado en un lugar estratégico para que sea visto por los jóvenes, como por ejemplo, a la par del área de los cines.
- Se recomienda que en el momento de diseñar material promocional dirigido a jóvenes, buscar soluciones de medios alternos basándose en el gusto del grupo objetivo.

15. BIBLIOGRAFÍA

- CERVANTES, A., R., Editorial Herrera (1999). Títulos y operaciones de crédito, Nueva Edición.
- FELDMAN, R., Psicología con aplicaciones a los países de habla Hispana, 5ª. Edición Mc Graw Hill 2003.
- GIL ALVAREZ, P., (2004). La distorsión del espejo. Tesis inédita Universidad Rafael Landívar. Guatemala
- MORALES, M., Contabilidad de Sociedades, MC. GRAW-HILL (1996) 254P. México DF.
- PERDOMO, A., México DF., ECAFSA, 1998, 404 p. Contabilidad de Sociedades Mercantiles.
- PONCE, F., y PONCE, R., EDITORIAL BANCA Y COMERCIO (2001), 369 p. Nociones de Derecho Mercantil, México DF.
- PRODATOS, Niveles socioeconómicos, Ciudad de Guatemala Junio 2003
- RUIZ, J., (2002). La nueva guía del diseño gráfico (1ª ed.) Barcelona: editorial Blume.

Encuesta elaborada al grupo objetivo

anexo 1 INSTRUMENTO GRUPO OBJETIVO

1. Alguna vez ha recibido material con información acerca de Club Activo 20-30?

SI **20%** NO **80%**

(Si su respuesta es SI pase a la siguiente pregunta, si su respuesta es NO pase a la pregunta # 3)

2. Le ha llamado la atención o le ha interesado el material?

SI **10%** NO **10%** NO HAN RECIBIDO **80%**

3. Le gustaría recibir material acerca de Club Activo 20-30?

SI **90%** NO **10%**

4. Le gustaría que este material tuviera imágenes ?

SI **100%** NO

5. Le gusta que un material sea:

COLORES **100%** B/N 2 COLORES

6. Prefiere que un material tenga más texto que imágenes?

SI **30%** NO **70%**

7. Prefiere que el material sea formal o informal?

FORMAL **70%** INFORMAL **30%**

8. Prefiere un material impreso o digital?

IMPRESO **80%** DIGITAL **20%**

9. Qué actividades realiza en su tiempo libre?

actividades con la familia, leer

10. Ha sido voluntario o ha ayudado alguna vez a alguna asociación no lucrativa?

SI **90%** NO **10%**

(Si si pase a la siguiente pregunta.)

11. Ha sido ayuda

VOLUNTARIA **40%** ECONOMICA **60%**

anexo 2 BASE PRODATOS

anexo 3
INSTRUMENTO VALIDACIÓN FOTOGRAFÍAS

Instrumento A

Validación para las fotografías del material

A continuación se presentan una serie de preguntas que se deberá responder en base al Instrumento B, en el cual se presenta una serie de fotografías de Club Activo 20-30 y Hogar "Casa los Angeles", a utilizar en un material informativo.
Favor marcar con una X la respuesta que a su criterio sea la mas conveniente.

1. Considera que las fotografías del inciso a. enseñan lo que es Hogar Casa Los Angeles?
SI NO
2. Las fotografías generan algún impacto visual?
SI NO
3. Considera que las fotografías sensibilizan para motivar a las personas a dar un donativo?
SI NO
4. Las fotografías de los inciso c., d., e., proyectan confianza en el Club Activo 20-30?
SI NO
5. Considera que las fotografías del inciso b. muestran el área de construcción para la escuela?
SI NO
6. Las fotografías en general promueven actividades del Club Activo 20-30?
SI NO
7. Las fotografías de los inciso c., d., y e., muestran felicidad en los niños?
SI NO

Instrumento B

a. Hogar Casa Los Angeles



b. área de construcción



c. Carnaval / mañanas alegres



d. navidad



e. películas educativas/ recreativas



f. jornadas médicas



anexo 4

a. INSTRUMENTO VALIDACIÓN DISEÑADORES GRÁFICOS

Nombre: _____ tel: _____
 Lugar de trabajo: _____ Fecha: _____

**INSTRUMENTO DE VALIDACION
DISEÑADORES GRAFICOS**

Soy estudiante de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar, en el proceso de elaboración de mi proyecto final para Portafolio Académico. Le agradecería su colaboración para validar mi propuesta gráfica ya que su opinión técnica será de gran ayuda.

El proyecto se divide en 2 partes, un material informativo dirigido a personas empresarias de 25-50 años, de nivel socioeconómico A y B de la ciudad de Guatemala; en el cual se manejó el concepto, "Donando, Construimos Educación"; y un material promocional dirigido a jóvenes adolescentes entre los 15-20 años de nivel socioeconómico A y B de la ciudad de Guatemala, el cual se trabajo en base al concepto, " Un Ladrillo por la educación".
 Lo que se desea es sensibilizar para conseguir donaciones al donar para la construcción de la escuela estará ayudando a la formación de educación de los niños.

INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de preguntas de rasgos deseables a evaluar en el material impreso, favor marque con una X la respuesta que mejor evalúe ese rasgo.

GENERAL

1. El calendario cumple con la función de:
 informar educar promocionar ninguno
 por qué _____

2. Las frases que contiene el material generan:
 motivación para colaborar sensibilizan ante la situación confianza en la institución ninguno
 por qué _____

3. El formato del calendario (estructura) es:
 manejable estable práctico ninguno
 por qué _____

4. Considera que la retícula utilizada en el calendario transmite:
 seguridad balance fortaleza ninguno
 por qué _____

5. Considera que la diagramación en el material promocional, (prensa /pop-up / carterita) transmite:
 limpieza desorden fortaleza ninguno
 por qué _____

TIPOGRAFIA

6. La tipografía utilizada refleja:
 formalidad seriedad estabilidad ninguno
 por qué _____

7. El interlineado utilizado en las cajas de texto permite:
 lectura ordenada limpieza desorden ninguno
 por qué _____

8. La tipografía utilizada en títulos transmite:
 formalidad confianza inseguridad ninguno
 por qué _____

9. La jerarquía visual en los materiales se percibe por medio de:
 ubicación negritas itálicas ninguno
 por qué _____

10. La diagramación de los feriados de cada mes es:
 legible ilegible confuso ninguno
 por qué _____

COLOR

11. Los tonos de colores utilizados en la propuesta los asocia con:

- seguridad solidez formalidad ninguno

por qué _____

12. Considera que el color en el material promocional (prensa/ pop-up/ carterita) :

- se identifica con el grupo objetivo llama la atención genera contraste con el fondo

por qué _____

PAGINAS INTERIORES

13. La lectura en las páginas interiores es:

- ordenada limpia confusa ninguna

por qué _____

14. La textura utilizada en el fondo provoca

- saturación ilegibilidad contraste ninguno

por qué _____

FOTOGRAFÍAS

15. Las fotografías generan en el grupo objetivo (empresarios)

- confianza sensibilizan ninguno

por qué _____

OBSERVACIONES Y COMENTARIOS:

GRACIAS !!!!!!!!!

anexo 4

B. INSTRUMENTO VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO (EMPRESARIOS)

Nombre: _____ tel: _____
 Lugar de trabajo: _____ Fecha: _____

INSTRUMENTO DE VALIDACION
 Grupo Objetivo (empresarios material informativo)

Soy estudiante de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar, en el proceso de elaboración de mi proyecto final para Portafolio Académico. Le agradecería su colaboración para validar mi propuesta gráfica ya que su opinión será de gran ayuda.

INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de preguntas de rasgos deseables a evaluar en el material impreso, favor marque con una X la respuesta que mejor evalúe ese rasgo.

1. Considera que la información se presenta de una manera:

ordenada clara accesible ninguno

por qué _____

2. Cree que las fotografías en el material crean:

motivación para colaborar sensibilización ante la situación confianza en la institución ninguno

por qué _____

3. El color lo asocia con:

seriedad alegría solidez ninguno

por qué _____

4. La tipografía utilizada le transmite:

formalidad inseguridad confianza ninguno

por qué _____

5. El tamaño de tipografía en los textos:

permite una lectura rápida cansa la vista al leerlo es muy pequeño y no se lee

6. La distribución del texto en el calendario:

satura la pieza muy espaciada buena distribución ninguno

7. El tamaño del calendario le es:

manejable muy grande práctico ninguno

por qué _____

8. El material propuesto tiene la siguiente función:

promocionar informar sobre la institución educar ninguno

por qué _____

GRACIAS !!!!!!!

anexo 4
 c. INSTRUMENTO VALIDACIÓN GRUPO OBJETIVO (JÓVENES)

Nombre: _____ tel: _____
 Lugar de trabajo: _____ Fecha: _____

INSTRUMENTO DE VALIDACION
 Grupo Objetivo (jóvenes material promocional)

Soy estudiante de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar, en el proceso de elaboración de mi proyecto final para Portafolio Académico. Le agradecería su colaboración para validar mi propuesta gráfica ya que su opinión será de gran ayuda.

El siguiente material a evaluar consiste en dar a conocer y promocionar un evento de recaudación de fondos para la construcción de una escuela para el Hogar Casa Los Angeles en San Lucas. El concepto del proyecto es " UN LADRILLO POR LA EDUCACION"

INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de preguntas de rasgos deseables a evaluar en el material impreso, favor marque con una X la respuesta que mejor evalúe ese rasgo.

1. Considera que la información en el anuncio de prensa está:
 ordenado claro accesible ninguno
 por qué _____

2. En la carterita la información es:
 legible ordenada clara ninguno
 por qué _____

3. El color lo relaciona con:
 confianza alegría solidez ninguno
 por qué _____

4. La tipografía utilizada la asocia con:
 formalidad inseguridad confianza ninguno
 por qué _____

5. El tamaño de la carterita es:
 manejable estable práctico ninguno
 por qué _____

6. El material propuesto a simple vista :
 llama la atención no le interesa
 por qué _____

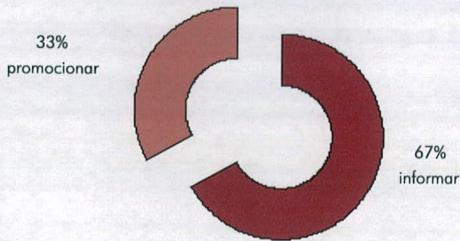
7. El uso de la carterita para informar le parece:
 creativo aburrido interesante ninguno
 por qué _____

GRACIAS !!!!!!!

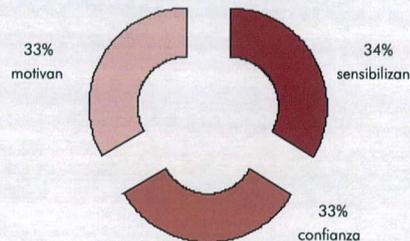
anexo 5

a. RESULTADOS VALIDACIONES (DISEÑADORES GRÁFICOS)

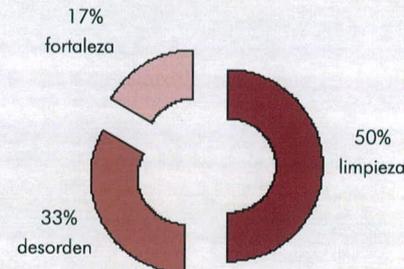
1. El calendario cumple con la función de:



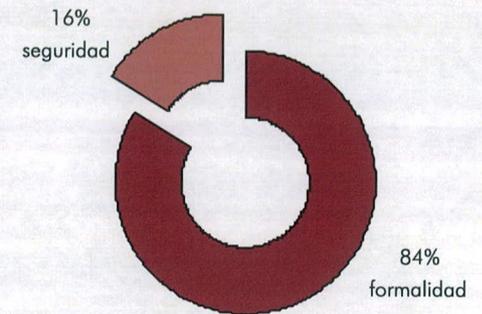
2. Las frases que contiene el material generan:



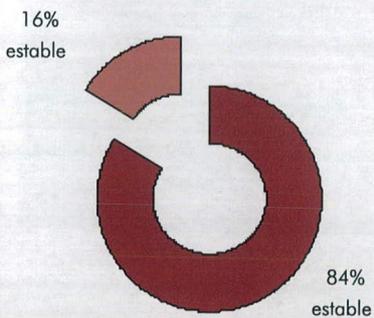
5. Considera que la diagramación en el material promocional, (prensa/pop-up / carterita) transmite:



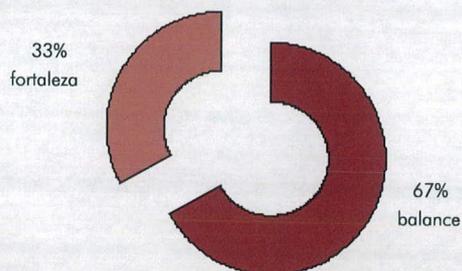
6. La tipografía utilizada refleja:



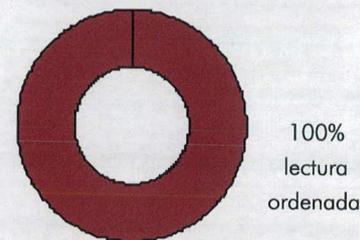
3. El formato del calendario (estructura) es:



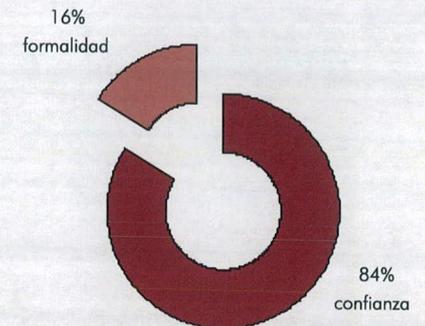
4. Considera que la retícula utilizada en el calendario transmite:



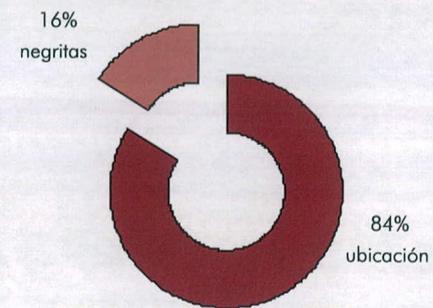
7. El interlineado utilizado en las cajas de texto permite:



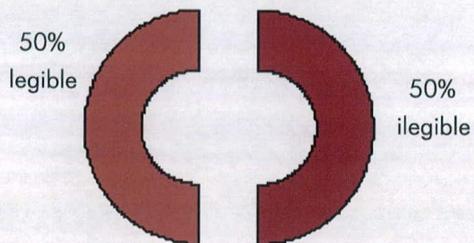
8. La tipografía utilizada en los títulos:



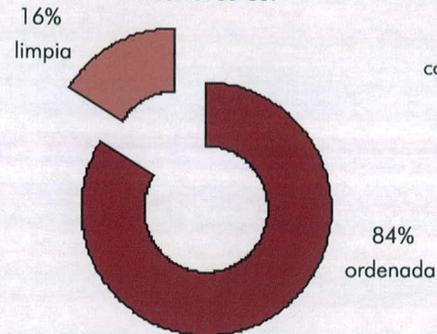
9. La jerarquía visual en los materiales se percibe por medio de:



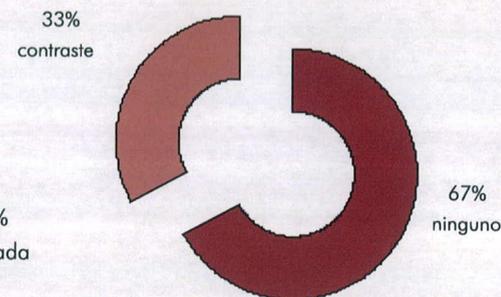
10. La diagramación de los feriados de cada mes



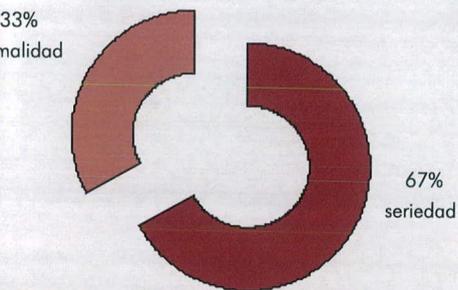
13. La lectura en las páginas interiores es:



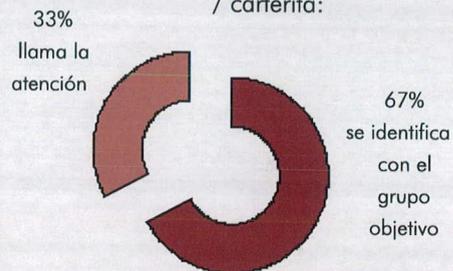
14. La textura utilizada en el fondo provoca:



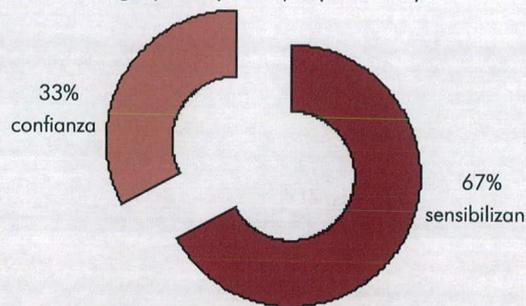
11. Los tonos de colores utilizados en la propuesta los asocia con:



12. Considera que el color en el material promocional (prensa / pop-up / carterita):



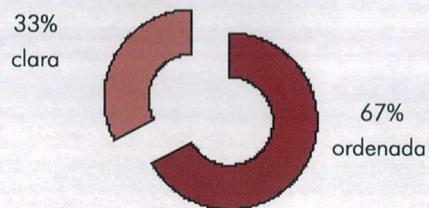
15. Las fotografías generan en el grupo objetivo (empresarios):



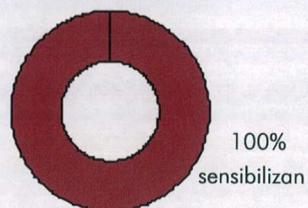
anexo 5

B. RESULTADOS VALIDACIONES (GRUPO OBJETIVO EMPRESARIOS)

1. Considera que la información se presenta de una manera:



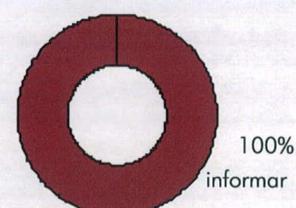
2. Cree que las fotografías en el material crean:



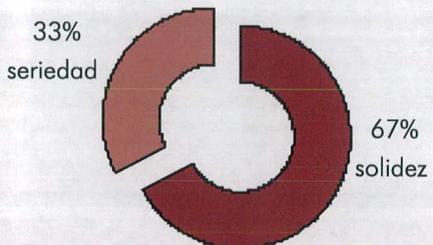
5. El tamaño de tipografía en los textos:



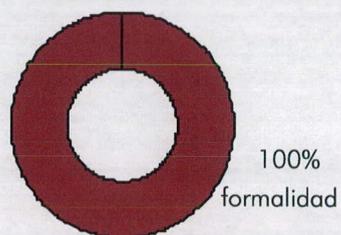
6. La distribución del texto en el calendario:



3. El color lo asocia con:



4. La tipografía utilizada le transmite:



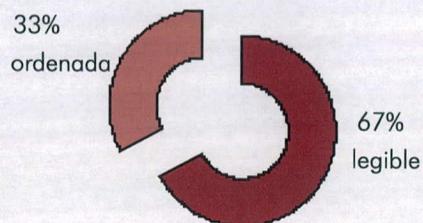
anexo 5

C. RESULTADOS VALIDACIONES (GRUPO OBJETIVO JÓVENES)

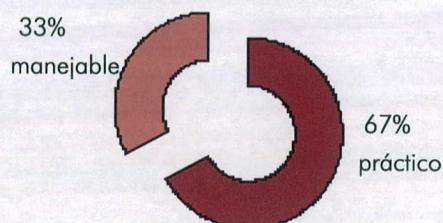
1. Considera que la información en el anuncio de prensa está:



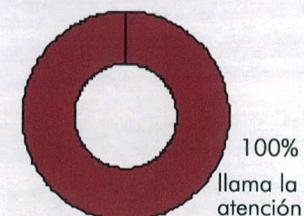
2. En la carterita la información es:



5. El tamaño de la carterita es:



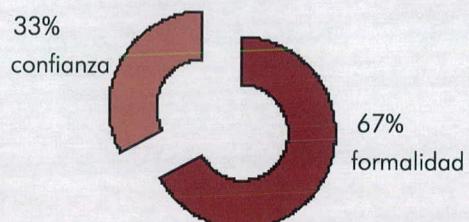
6. El material propuesto a simple vista:



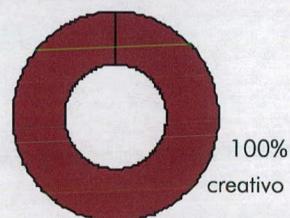
3. El color lo relaciona con:



4. La tipografía utilizada la asocia con:



7. El uso de la carterita para informar le parece:



anexo 6
CAMBIOS VALIDACIÓN

Un ladrillo por la EDUCACIÓN



Club Activo 20-30
ciudad de Guatemala

juntos por la construcción de
Escuela "Los Angeles"

VIENTO EN CONTRA



el Tambor de la Tierra

**Q 60 =
1 ladrillo**

sábado 3
de Diciembre
6 p.m

4grados
DISTRITO CULTURAL
cultural

Un ladrillo por la EDUCACIÓN

juntos por
la construcción de
Escuela "Los Angeles"

VIENTO EN CONTRA



el Tambor de la Tierra

1 ladrillo = Q 60

sábado 3
de Diciembre
6 p.m

4grados
DISTRITO CULTURAL
cultural



Club Activo 20-30
ciudad de Guatemala

Un ladrillo por la EDUCACIÓN

juntos por
la construcción de
Escuela "Los Angeles"

VIENTO EN CONTRA



el Tambor de la Tierra

1 ladrillo = Q 60

sábado 3
de Diciembre
6 p.m

4grados
DISTRITO CULTURAL
cultural



Club Activo 20-30
ciudad de Guatemala

anexo 7
cotizaciones

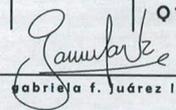
gabriela fernanda juárez lópez
Cotización

fecha 02 / 05 / 06

Cliente: Club Activo 20-30 Guatemala Atención a: Ximena Garcia

Telefono: 5528.7608 Fax: 2443.1742

Descripción	Valor Unitario	TOTAL
Diseño de:		
Carpeta/ calendario de escritorio		Q 3,000
fotos del calendario		Q 1,200
anuncio PRENSA		Q 2,000
Carteritas		Q 300
pop-up		Q 1,000
Cotización válida por 15 días		Q 7,500


 Gabriela f. Juárez López

Firma y sello de aceptación

Precios Va incluyen IVA
Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contraentrega

dirección: 14 ave. sector B-2 cond. bahará # 12 san cristobal. z. 8 mixco guatemala
tel: 2443-1743 / cel. 5308-3678
e-mail: gfuja@hotmail.com



Guatemala 4 de mayo 2006

Gabriela Juarez

Por medio de la presente le envío los precios de lo solicitado.

Banner fijo (pop under)	\$ 300.00
Banner rotativo en portada	\$700.00
Banner rotativo interno	\$650.00

15 a 20 días para tener el banner on-line

saludos

Melvin



guate2night
com

Guatemala 8 de mayo 2006

Gaby Juarez

A continuación le desgloso los precios de lo que le puedo ofrecer en el site. Espero que le sirvan cualquier duda se puede comunicar conmigo.

Banner fijo (pop under)
\$ 275.00

Banner rotativo en portada
\$775.00

Banner rotativo interno
\$685.00

Se tarda aproximadamente de 7 - 15 días hábiles para publicación

Att.

Rodrigo Mendizabal