



Universidad
Rafael Landívar

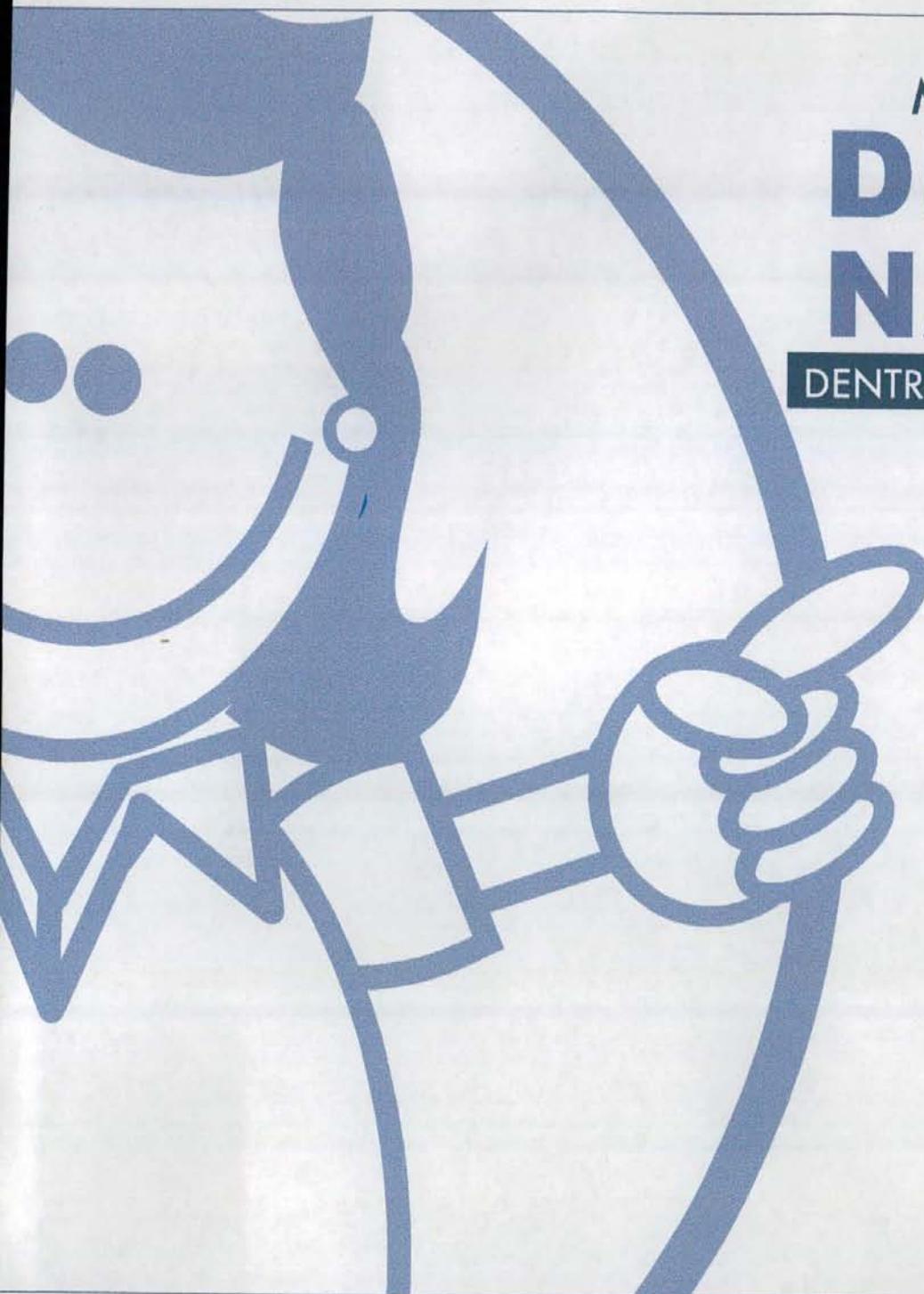
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

MATERIAL PARA EVITAR
**DESASTRES
NATURALES**

DENTRO DE LAS INSTALACIONES DE BANCAFÉ

Claudia Alejandra Girón Rodenas
Guatemala, Febrero 2006



MATERIAL PARA EVITAR **DESASTRES NATURALES**

DENTRO DE LAS INSTALACIONES DE BANCAFÉ

Proyecto con Estrategia E presentado al consejo de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Rafael Landívar por Claudia Alejandra Girón Rodenas, previo a optar el Título en Diseño Gráfico en el Grado Académico de Licenciada.

ASESORES :

Estrategia E .Lisa Quan.
Investigación .Ana Lucía Figueroa.
Portafolio Digital .Ximena Chaperó.

Universidad Rafael Landívar

Licda. Guillermina Herrera Peña
Ing. Jaime A. Carrera
Padre Rolando Alvarado S.J.
Lic. José Alejandro Arévalo
Lic. Luis Estuardo Quan Mack

RECTORA
VICERRECTOR GENERAL
VICERRECTOR ACADÉMICO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
SECRETARIO GENERAL

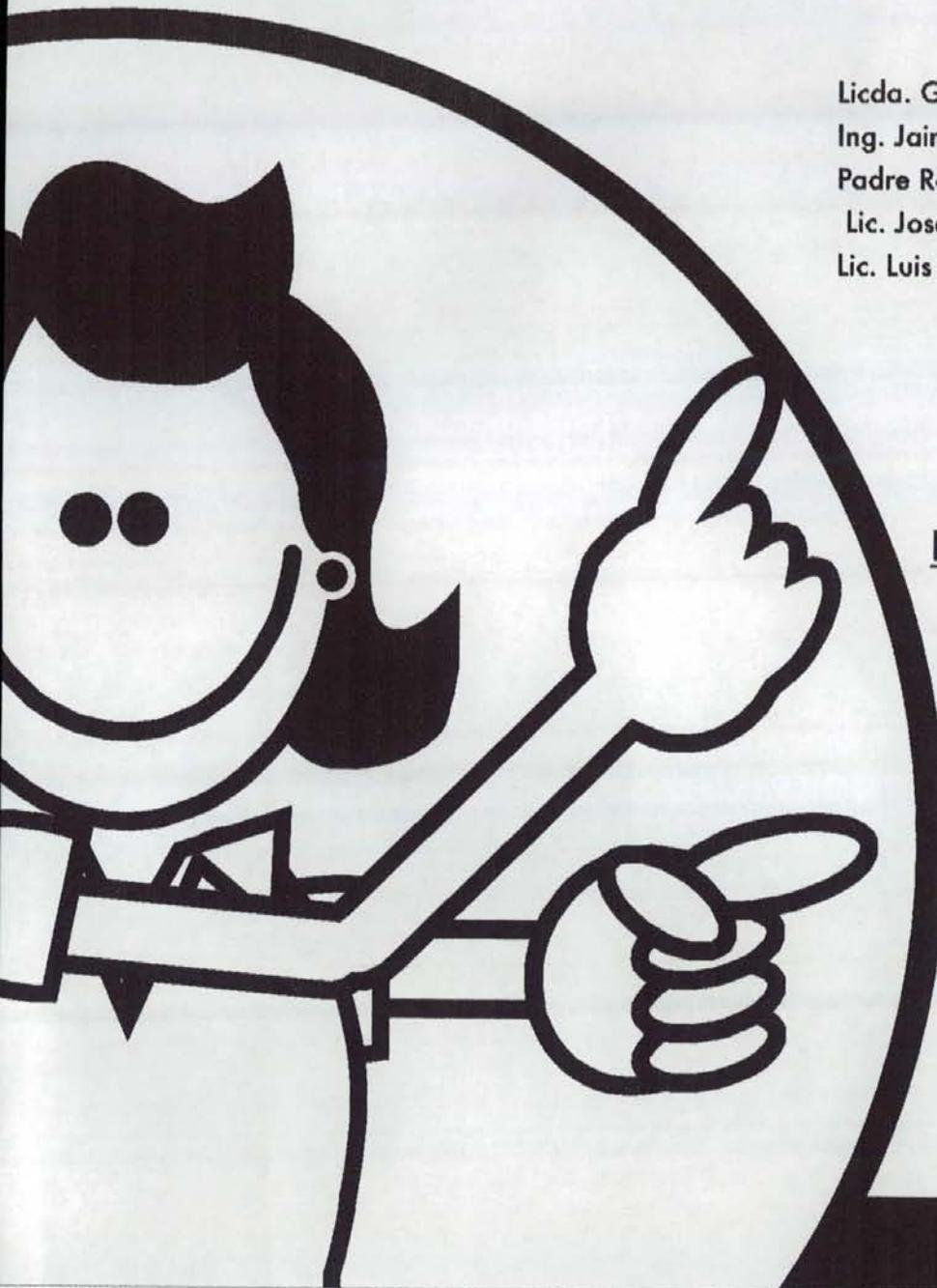
Facultad de Arquitectura y Diseño

Arq. Sergio Tulio Castañeda
Arq. Byron Rodríguez
Arq. Karin Grajeda Godínez
Arq. Isabel Valle de Asturias

Lic. Leizer Kachler Solares

Lic. Ovidio Morales Calderón

DECANO
VICEDECANO
SECRETARIA
DIRECTOR DEPTO.
ARQUITECTURA
DIRECTOR DEPTO. DISEÑO
GRÁFICO
DIRECTOR DEPTO. DISEÑO
INDUSTRIAL



Autoridades



En especial quiero dar gracias a:

**A Dios por permitirme llegar
hasta aquí a pesar de tantos obstáculos...**

**A mis padres por darme la vida, amor,
comprensión y sobretodo por darme
esta oportunidad sin importar el sacrificio...
no se imaginan cuánto los AMOI...**

A mis hermanos por su amor y apoyo...

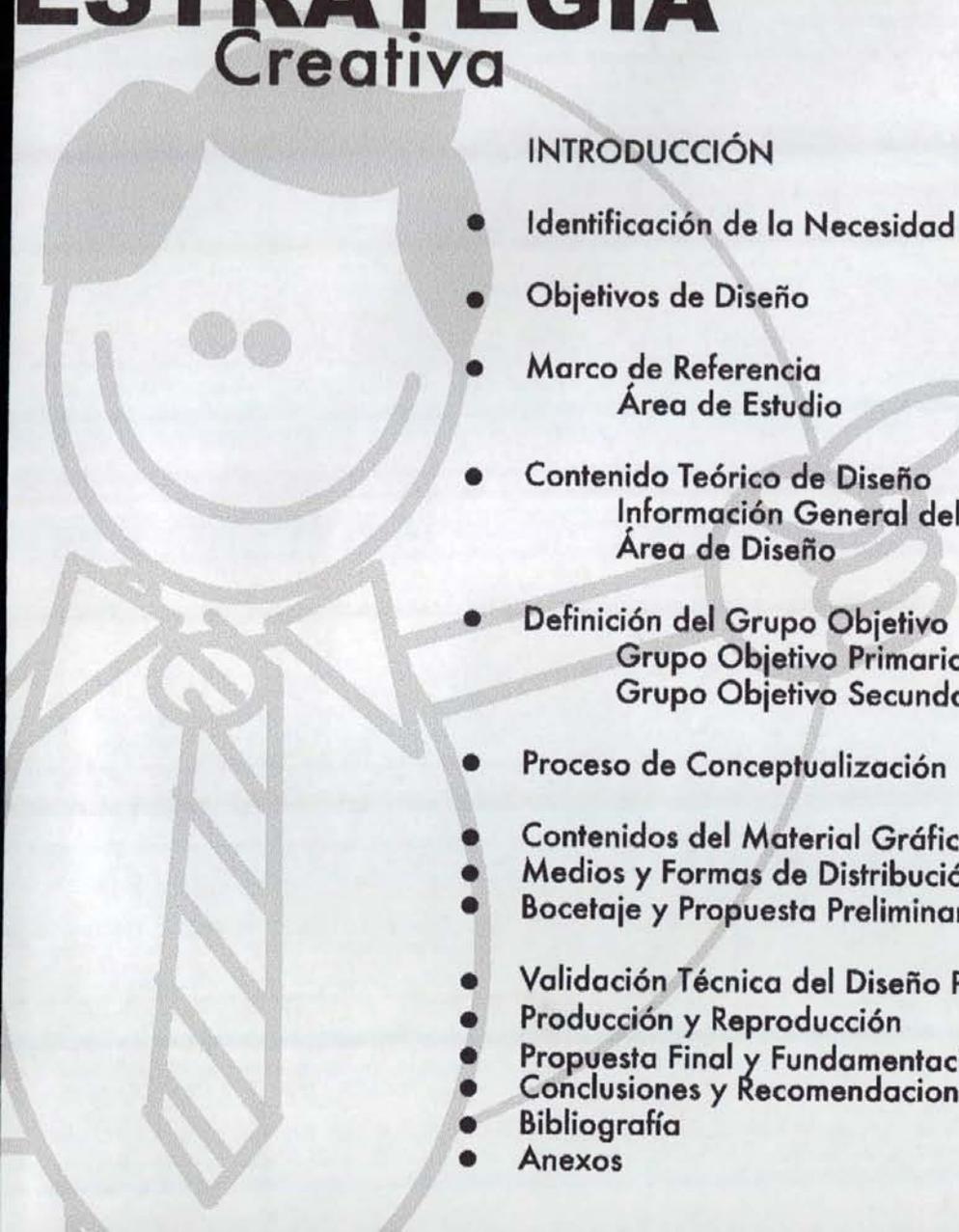
**A mis inseparables amigas que saben que
las adoro y que forman parte de mi vida y
mi corazón!...**

...Dedico este proyecto de
estrategia creativa e, a todas aquellas personas
que estuvieron conmigo en todo momento ,
apoyandome siempre para continuar y
no dejarme vencer... muchísimas gracias...
de verdad!!!

Dedicatoria

ESTRATEGIA

Creativa



INTRODUCCIÓN	3
● Identificación de la Necesidad	4
● Objetivos de Diseño	5
● Marco de Referencia Área de Estudio	6
● Contenido Teórico de Diseño Información General del Cliente Área de Diseño	11 12
● Definición del Grupo Objetivo Grupo Objetivo Primario Grupo Objetivo Secundario	28 29
● Proceso de Conceptualización	31
● Contenidos del Material Gráfico	32
● Medios y Formas de Distribución	34
● Bocetaje y Propuesta Preliminar	36
● Validación Técnica del Diseño Preliminar	55
● Producción y Reproducción	68
● Propuesta Final y Fundamentación	70
● Conclusiones y Recomendaciones	78
● Bibliografía	81
● Anexos	83

ESTRATEGIA

Creativa



Introducción

ESTRATEGIA

Creativa

3

El proyecto de diseño se desarrolló en base a la temática "Prevención y Manejo de Desastres", debido a que se ha observado cómo nuestro país se ve afectado constantemente por algún fenómeno natural que deja devastadoras consecuencias por falta de conocimiento de la forma adecuada de actuar en caso de que alguno de éstos ocurra o cómo evitarlos.

Es erróneo creer que sólo las personas de escasos recursos económicos están expuestos a ellos, ya que todos lo estamos de alguna forma, sobretodo por el descuido o la irresponsabilidad que existe de parte de nosotros, lo cual muchas veces son la causa del peligro, que puede presentarse incluso estando dentro de nuestra casa o lugar de trabajo.

Es por esto que Bancafé, Grupo Financiero del País, creyó necesario darle a conocer a sus empleados y clientes la forma adecuada de actuar en caso de que algún fenómeno natural se presente y evitar un desastre dentro de la misma como consecuencia. El diseñador gráfico, siendo capaz de facilitar la comunicación entre las personas y el mensaje a transmitir a través de materiales que logra desarrollar con un previo estudio de la problemática y el grupo objetivo afectado o involucrado, es por medio de esta propuesta gráfica que logra contribuir a informar y educar sobre el tema a las personas que se encuentren dentro de la empresa para así prevenir pérdidas humanas y materiales.

Para desarrollar la propuesta gráfica, se conoció de antemano la necesidad y los objetivos que se pretendía lograr con esto, utilizando una frase conceptual como base del proyecto haciendo énfasis en la seguridad y confianza que se quería lograr en las personas a través de las piezas realizadas tanto la serie de stickers, fondo de pantalla, presentación gráfica y el presentador de escritorio, siendo éstas analizadas previamente por diseñadores gráficos y expertos en el tema para poder llevar a cabo los cambios necesarios a los resultados obtenidos.

Es así como se llegó a la propuesta final que se presenta a continuación, siendo ésta la más efectiva, directa y atractiva visualmente para los distintos grupos objetivos.

ESTRATEGIA Creativa



Identificación de la Necesidad

ESTRATEGIA

Creativa

4

- No existe un conocimiento por parte del empleado y los clientes que se encuentren dentro de Bancafé, acerca de cómo actuar en caso de ocurrir un terremoto o incendio dentro de la misma.

Identificación de la Necesidad

ESTRATEGIA

Creativa

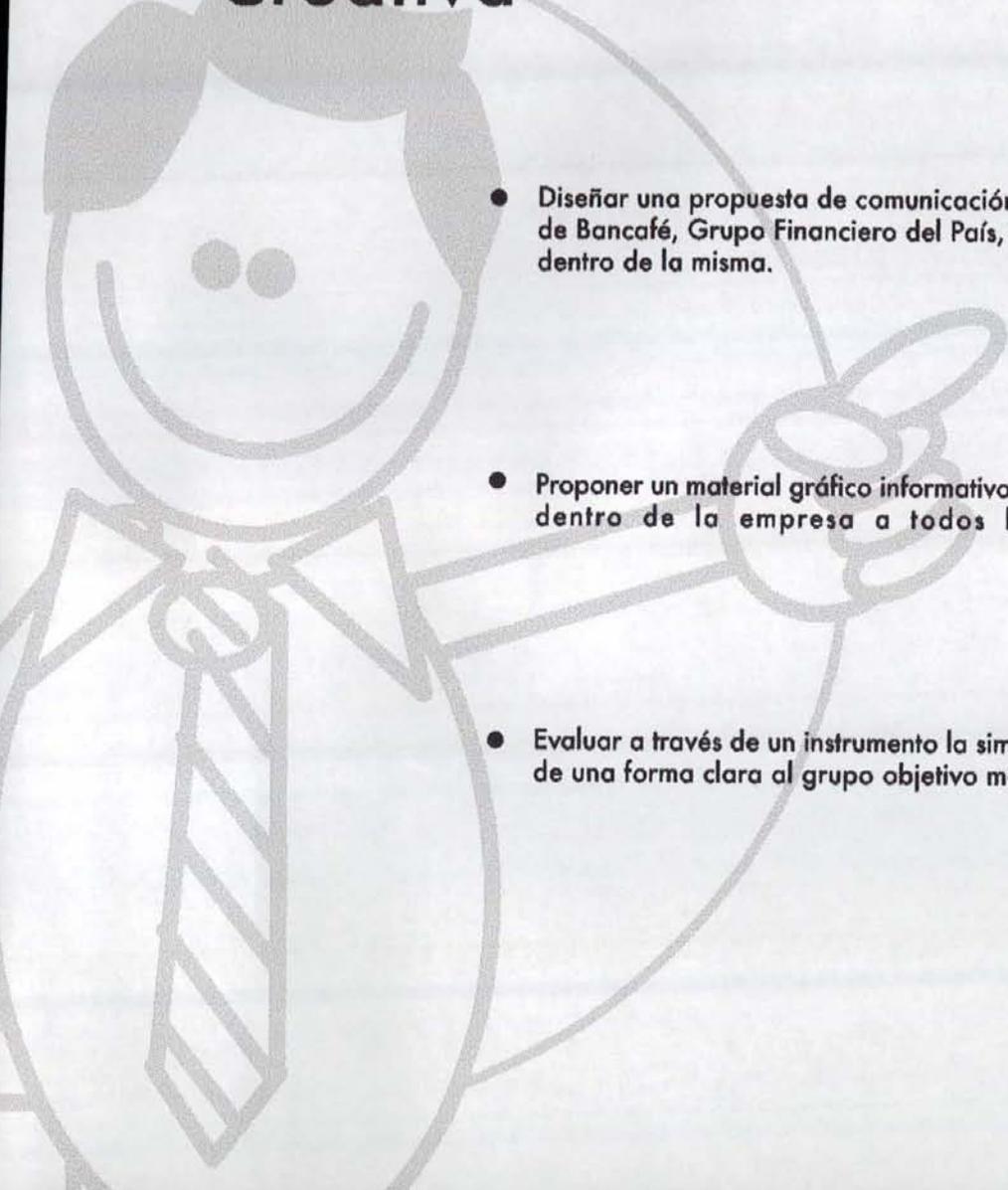


Objetivos de Diseño

ESTRATEGIA

Creativa

5

- 
- Diseñar una propuesta de comunicación visual para que en caso de ocurrir un terremoto o incendio dentro de Bancafé, Grupo Financiero del País, sepan a dónde dirigirse los empleados y clientes que se encuentren dentro de la misma.
 - Proponer un material gráfico informativo que de a conocer las medidas a tomar ante un terremoto o incendio dentro de la empresa a todos los empleados que se encuentren dentro de la misma.
 - Evaluar a través de un instrumento la simbología a emplear para conocer si sus formas transmiten el mensaje de una forma clara al grupo objetivo mencionado con anterioridad.

Objetivos

ESTRATEGIA

Creativa



Marco de Referencia

Área de Estudio

TERREMOTO:

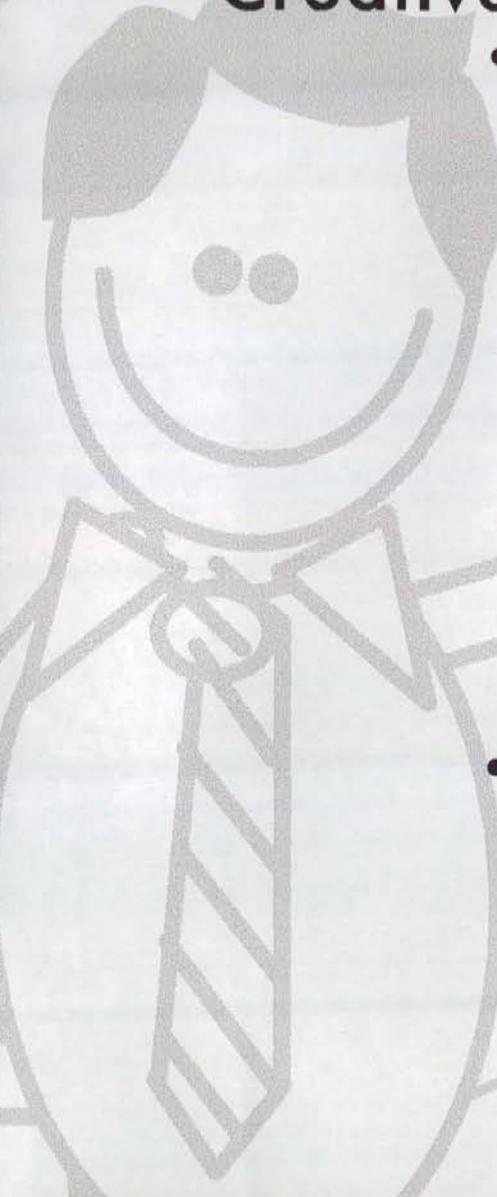
Según la página www.angelfire.com(2004), son movimientos sísmicos de dimensión considerable, que se producen por el acomodamiento de las placas tectónicas. Habitualmente estos movimientos son lentos e imperceptibles, pero en algunos casos estas placas chocan entre sí como gigantescos témpanos de tierra sobre un océano de magma presente en las profundidades de la Tierra, impidiendo su desplazamiento. Entonces una placa comienza a desplazarse sobre o bajo la otra originando lentos cambios en la topografía. Pero si el desplazamiento es dificultado, comienza a acumularse una energía de tensión que en algún momento se liberará y una de las placas se moverá bruscamente contra la otra rompiéndola y liberándose entonces una cantidad variable de energía que origina el Terremoto.

Qué hacer en caso de Terremoto?

- Antes. Como ciudadano, organizarse para formar o pedir a las autoridades apropiadas que formen una comisión capaz de llevar a cabo las siguientes tareas:
 - a. es particularmente importante asegurarse de que las construcciones tengan vías de escape funcionales para casos de evacuación.
 - b. revisar los ornamentos, marquesinas, balcones, anuncios, etc., que puedan desprenderse en caso de terremoto.
 - c. organizar cursos y editar folletos a fin de instruir a la gente acerca de cómo comportarse durante y después de un terremoto. Organizar instrucción y simulacros de evacuación.
 - d. dentro del edificio no debe haber partes notoriamente débiles en las construcciones, los muebles altos, como libreros, roperos, etc., deben estar fijados (de preferencia por su parte superior) a la pared; no colocar adornos u objetos pesados sueltos en lugares altos desde donde puedan precipitarse sobre las personas; no colocar objetos que impidan el paso por una puerta que pueda servir de escape-, es importante determinar de antemano cuál es la mejor manera de evacuar el edificio.

ESTRATEGIA

Creativa

- 
- **Durante:** Es probable que no alcance el tiempo para hacer mucho durante el terremoto. En este momento, el actuar correctamente dependerá, en gran parte, de qué tan bien se haya uno preparado:
 - a. Lo primero y más importante es mantener la calma, lo cual es más fácil de lograr si se tiene conciencia de qué es lo que está sucediendo y de la propia preparación para reaccionar adecuadamente. Es importante recordar que tanto una actitud calmada como una de pánico se contagian, por lo que no debe uno dejarse influir por las personas víctimas del pánico y es necesario tratar de comunicar la calma a los demás, especialmente a las personas que dependan de uno.
 - b. Manténgase alejado de ventanas, espejos, cuadros y chimeneas.
 - c. En caso de peligro, protéjase debajo de una mesa, escritorio, cama o dintel de puertas; cualquier protección es mejor que ninguna.
 - d. Si está en un gran edificio no se precipite hacia las salidas, ya que las escaleras pueden estar congestionadas de gente.
 - e. Si está en la calle, manténgase alejado de los edificios altos, postes de energía eléctrica y otros objetos que le puedan caer encima. Diríjase a un lugar abierto.
 - f. No utilice los ascensores; la fuerza motriz puede interrumpirse.
 - **Después:** Debe tomarse en cuenta que pueden producirse más terremotos. La ocurrencia de réplicas es segura, y algunas pueden ser de gran magnitud; el terremoto experimentado puede ser premonitor de otro mayor.
 - a. No trate indebidamente de mover a los heridos con fracturas, a no ser que haya peligro de incendio o inundación.
 - b. No encienda fósforos, mecheros o artefactos de llama abierta, en previsión de que pueda haber escapes de gas.
 - c. No ande por donde haya vidrios rotos, cables de luz, ni toque objetos metálicos que estén en contacto con los cables.

ESTRATEGIA

Creativa

- d. No utilice el teléfono, ya que se bloquearán las líneas y no será posible su uso para casos realmente urgentes.
- e. No encienda fósforos, mecheros o artefactos de llama abierta, en previsión de que pueda haber escapes de gas.
- f. Responda a las llamadas de ayuda de la policía, bomberos, protección civil, etc.

INCENDIO:

Según la Coordinadora Nacional para Reducción de Desastres (CONRED), existen dos tipos de incendios:

1. Naturales, que se dan en las zonas montañosas y boscosas por efecto de la acumulación de cantidades de musgo sobre musgo provocándose la combustión y autogeneración de calor interno.
2. Provocados por el ser humano, que se dan en especial por el descuido o irresponsabilidad del ser humano ya sea al tirar un filtro de cigarro sin apagar, tirar un fósforo encendido o no apagar una fogata en la montaña después de que nos ha servido.

Según la página www.angelfire.com, es uno de los riesgos que acrecientan en nuestros días por el uso intensivo de varias formas de energía y porque la concentración de ciudades aumenta el riesgo de que el fuego se propague.

Qué hacer en caso de Incendio?

• Antes:

- a. Estar siempre alerta.
- b. Cuide que los cables de lámparas, aparatos eléctricos y motores de maquinarias se encuentren en perfectas condiciones. No haga demasiadas conexiones en contactos múltiples, para evitar la sobre carga de los circuitos eléctricos. Redistribuya los aparatos o instale circuitos adicionales. Por ningún

ESTRATEGIA

Creativa

9

motivo moje sus instalaciones eléctricas. Recuerde que el agua es buen conductor de la electricidad. Todo contacto o interruptor debe tener siempre su tapa debidamente aislada.

- c. Antes de salir de su trabajo revise que los aparatos eléctricos estén apagados o perfectamente desconectados.
- d. Después de usar cerillos o fumar un cigarro, asegúrese de que han quedado apagados.
- e. Mantenga fuera del alcance de los niños, velas, veladoras, cerillos, encendedores y toda clase de material inflamable.
- f. Revise periódicamente que los tanques, tuberías, mangueras y accesorios del gas estén en buenas condiciones; coloque agua con jabón en las uniones para verificar que no existan fugas. En caso de encontrar alguna, repórtela a quien le surte el gas.
- g. No sustituya los fusibles por alambre o monedas, ni use cordones eléctricos dañados o parchados.
- h. Tenga a la mano los teléfonos de los Bomberos, Cruz Roja y Brigadas de Rescate. Recuerde: las tragedias ocurren cuando falla la prevención.

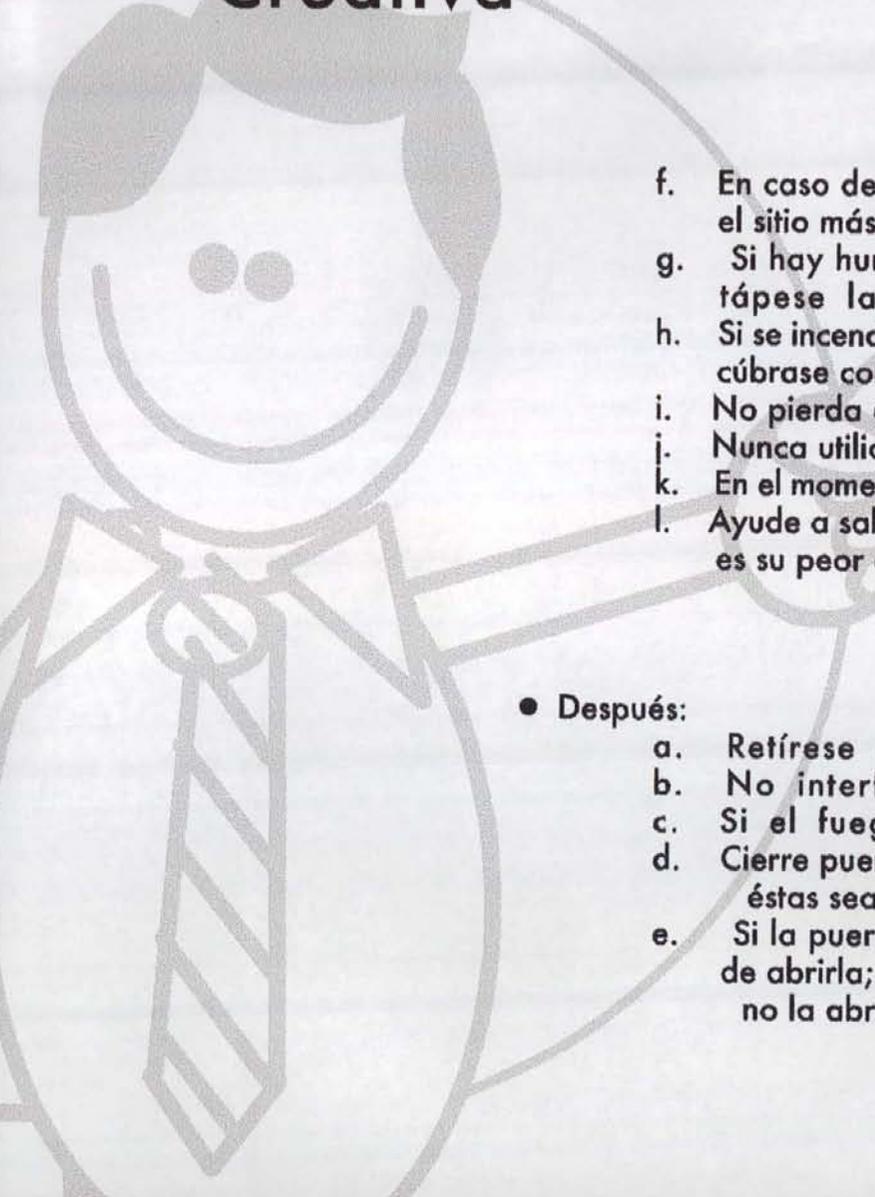
● Durante:

- a. Conserve la calma
- b. Busque el extintor más cercano y trate de combatir el fuego. Si no sabe manejarlo, busque a alguien que pueda hacerlo por usted.
- c. Si el fuego es de origen eléctrico no intente apagarlo con agua.
- d. Cierre puertas y ventanas para evitar que el fuego se extienda, a menos que éstas sean sus únicas vías de escape.
- e. Si la puerta es la única salida, verifique que la chapa no esté caliente antes de abrirla; si lo está, lo más probable es que haya fuego al otro lado de ella, no la abra.

ESTRATEGIA

Creativa

10

- 
- f. En caso de que el fuego obstruya las salidas, no se desespere y colóquese en el sitio más seguro. Espere a ser rescatado.
 - g. Si hay humo colóquese lo más cerca posible del piso y desplácese a gatas, tápese la nariz y la boca con un trapo, de ser posible húmedo.
 - h. Si se incendia su ropa, no corra: tírese al piso y ruede lentamente. De ser posible cúbrase con una manta para apagar el fuego.
 - i. No pierda el tiempo buscando objetos personales.
 - j. Nunca utilice los elevadores durante el incendio.
 - k. En el momento de la evacuación siga las instrucciones del personal especializado.
 - l. Ayude a salir a los niños, ancianos y minusválidos. Tenga presente que el pánico es su peor enemigo.

- Después:

- a. Retírese del área incendiada porque el fuego puede reavivarse.
- b. No interfiera con las actividades de los bomberos y rescatistas.
- c. Si el fuego es de origen eléctrico no intente apagarlo con agua.
- d. Cierre puertas y ventanas para evitar que el fuego se extienda, a menos que éstas sean sus únicas vías de escape.
- e. Si la puerta es la única salida, verifique que la chapa no esté caliente antes de abrirla; si lo está, lo más probable es que haya fuego al otro lado de ella, no la abra.

ESTRATEGIA

Creativa



Contenido Teórico de Diseño

Información general del cliente

BANCAFÉ, GRUPO FINANCIERO DEL PAÍS:

Según la página www.bancafe.com.gt(2004), Bancafé Grupo Financiero del País, es una institución financiera que opera bajo el concepto de Banca Universal. Tanto en sus oficinas centrales como en las 170 agencias, ofreciendo una amplia gama de servicios financieros tanto en moneda local como internacional.

Desde su fundación, Bancafé se ha caracterizado por ser una empresa innovadora, con alto sentido de servicio al cliente, lo cual se ha manifestado en diferentes aspectos de la operación, desde horarios prolongados, primeros en llegar a las comunidades del interior de la República, hasta la diversidad de servicios que ofrecemos en materia de almacenaje, fideicomisos, banca offshore, inversión de valores y los tradicionales productos bancarios.

Tiene como misión ser una institución confiable, en la cual laboran personas que entienden y se preocupan por las necesidades de sus clientes, con una presencia sólida y enfoque global, que combina los diferentes segmentos del mercado a través de soluciones financieras ágiles e innovadoras; una vocación de servicio y compromiso con sus clientes.

Sus estándares de servicio son:

- Cortesía
- Eficiencia
- Confianza

Bancafé nunca ha tratado el tema de desastres dentro de la empresa, por lo que no existe material sobre el mismo. Poseen únicamente un extinguidor dentro de las agencias, no hay señalización ni salidas de emergencias, pues en caso de peligro se utilizará la misma puerta de entrada y salida.

Área de Diseño

COMUNICACIÓN VISUAL:

Según González-Serna(2004), son todas las imágenes que ven nuestros ojos, imágenes que tienen un valor distinto, según el contexto en el que están insertas, dando informaciones diferentes.

La comunicación puede ser intencional o casual; la primera es aquella que comunica por medio de un código preciso, mientras que la segunda puede ser interpretada libremente por el que la recibe. En cambio una comunicación intencional debería ser recibida en el pleno significado querido en la intención del emisor.

La comunicación visual intencional puede, a su vez, ser examinada bajo dos aspectos: el de la información estética y la información práctica. La comunicación visual se produce por medio de mensajes visuales, a través de un emisor y un receptor, en donde el receptor está inmerso en un ambiente lleno de interferencias que pueden alterar e incluso anular el mensaje.

Signos lingüísticos y artificiales:

Los signos artificiales se dividen a su vez en lingüísticos y no lingüísticos, incluyendo entre los primeros los sistemas verbales de carácter natural o tradicional, es decir, las lenguas o idiomas.

Los no lingüísticos o signos propiamente dichos, que se oponen a los verbales se dividen en señales, símbolos e íconos.

Los símbolos se diferencian a su vez de los icónicos por 3 características:

- a. Son objetos materiales que representan ideas abstractas.
- b. Funcionan por ejemplificación, alegoría o metáfora, y van dirigidos a los sentidos.
- c. Su representación ha de tener un previo convenio para ser entendido.

ESTRATEGIA

Creativa

13

Serna(2004)los divide en dos grandes grupos:

- a. Indicios-Fenómeno natural, producido involuntariamente e inmediatamente perceptible, que nos da a conocer algo sobre otro hecho que no es inmediatamente perceptible.
- b. Señales-Indicio convencional, producido artificialmente. En lingüística, lo que nos interesa es este tipo de signo en el que a un objeto representante (ORT) se le hace corresponder un objeto representado (ORD). A esto se le llama función sígnica y presenta una serie de características:

- Es constante:una vez que la función sígnica ha actuado, el producto resultante se convierte en una asociación perdurable.
- Es irreversible:la señal es irreversible en virtud de su carácter constante.
- Es generalizadora: una vez que la función ha actuado, las señales pierden cualidades concretas que no sirven a la función.

Existen otros tipos de señales según el grado de semejanza con el ORT y ORD:

- Íconos:Semejanza total
- Símbolos:Semejanza parcial
- Signo: Ausencia de semejanza. Ésta es la base del signo lingüístico y por tanto del lenguaje natural humano.

Serna menciona que los signos icónicos funcionan de acuerdo con el principio de semejanza y en él pueden incluirse toda clase de imágenes, efigies, dibujos, pinturas, fotografías o esculturas.

ESTRATEGIA

Creativa

14

Según Documento recopilado por Erika Grajeda (2005):

SIGNO: Es la reducción gráfica que nos evoca (representa) un referente en cuestión. El signo es una entidad perceptible que reproduce información del objeto que representa. Los signos visuales se pueden clasificar en: Index, Icono y Símbolo.

ÍNDIX: también se le denomina índice o indicio. Es un signo que se encuentra en proximidad con el objeto al que hace referencia. Deja un antecedente de lo que ha ocurrido, son signos que se relacionan directamente con la realidad, ya que nos sirven como indicadores. Ejemplos: el aumento de la temperatura como indicio de enfermedad, el humo como indicio de fuego.

ÍCONO: viene del griego eikon que significa retrato, imagen, figura. En el lenguaje cotidiano se asume como ícono = imagen. Es un signo que exhibe y se refiere a las mismas cualidades, o la misma configuración de cualidades que el objeto denotado. Tiene similitud objetiva. Es desarrollado por semejanza. Es la copia de la realidad sin representarla con exactitud. Esta noción es importante es la teoría de los esquemas y de los símbolos normalizados, así como en la realización de los carteles o anuncios.

Iconografía: Descripción de imágenes, retratos, cuadros, estatuas, etc.

Los íconos se clasifican en imágenes, diagramas y metáforas.

Imagen: posee un alto grado de semejanza con su referente, es una representación con cierta exactitud. Ejemplos: esculturas, fotos, etc.

Diagrama: representa elementos abstractos de forma descriptiva. Estos no reproducen la realidad con exactitud. Reproduce las relaciones de la realidad; no reproduce elementos de percepción, sino relaciones internas de sus partes. Ejemplo: mapas geográficos y estadísticos, gráficas, etc.

Metáfora: representa al objeto estableciendo un paralelismo con algún otro elemento. Es trasladar el sentido de las voces en otro figurado. Consiste en expresar una idea con el signo de otra con la que guarda analogía o semejanza. Ejemplo: collar de perlas con blancura de dientes.

ESTRATEGIA

Creativa

15

Hoy el ícono es un elemento simbólico cuyo valor significativo se ha adquirido a lo largo de un proceso (tiempo y socialización) y es universal.

SÍMBOLO: es un signo que representa más que el referente en cuestión, es decir que significa más de lo que es. Es un elemento de comunicación y de construcción de mensajes que retiene una parte de la realidad de los objetos o actos que representa. Es incluso la base de toda comunicación, puesto que el lenguaje escrito, al menos en sus orígenes fue de naturaleza simbólica. Todo uso de símbolos es un intento de abstracción, un paso dado hacia la codificación general de cualquier expresión.

Los símbolos son sistemas de representación con un índice de iconocidad muy débil, pero nunca nulo, puesto que reflejan siempre un objeto simbolizado. Su significado es nominado por el hombre en forma arbitraria en el ámbito de la comunicación y su empleo o uso se realiza siguiendo leyes convencionales, gramaticales o estéticas. El símbolo tiene como función esencial evocar de modo breve, claro y universal, un conjunto bastante complejo de ideas o nociones. Es la ventaja que tiene sobre el signo puramente abstracto. Ejemplos: las banderas, las palabras de una lengua.

SEÑAL: signo o símbolo de orientación y/o indicación.

GRAFISMO: cualquier representación gráfica en cuyo proceso se aplique un grado de abstracción que permita una imagen simple.

PICTOGRAMA: Sistema de escritura gráfica o lenguaje visual en el que los elementos son representaciones sumamente simplificadas, aunque perfectamente reconocibles, de los objetos en cuestión. Se utiliza el término pictograma cuando se diseña un conjunto de signos. Se diferencian del símbolo, por cuanto pretenden representar tan sólo el elemento natural, simplificándolo; se distinguen de la caricatura por la ausencia de un juicio crítico o irónico sobre las cosas o los seres.

SEÑALIZACIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL LUGAR DE TRABAJO

Según la página www.mtas.es/insht/practice/g_senal.htm(2003), en las últimas décadas, debido al aumento de población en las ciudades, los espacios y edificios se hacen más grandes y, como consecuencia de esto, más complejos. Un programa de señalización claro y eficaz ayuda a esta población a encontrar el camino en estos entornos desconocidos. Encontramos sistemas de señalización en sectores muy variados de la actividad humana: hospitales, parques naturales, polideportivos, aeropuertos, otros transportes y carreteras, complejos industriales, comercios, museos y otros eventos culturales de la ciudad.

Un sistema de señalización es un conjunto de señales visuales o mensajes de comportamiento en un espacio diseñado para ser usado por un gran número de personas. El programa, mediante paneles informativos, planos, pictogramas y otros recursos visuales, ayuda a las personas a orientarse y encontrar un espacio en un entorno complejo, a tener una mejor accesibilidad a los servicios, a confirmar la seguridad en sus desplazamientos y a establecer el reconocimiento de una ubicación concreta.

Según la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres(CONRED), la clasificación de las señales se basa en el significado siguiente:

A. Señales Informativas: son las que se utilizan para guiar al usuario y proporcionar ciertas recomendaciones que se deben observar.

B. Señales Preventivas: son las que tiene por objeto advertir al usuario de la existencia y naturaleza de un riesgo.

C. Señales Prohibitivas o Restrictivas: son las que tienen por objeto indicar las acciones que no se deben ejecutar.

D. Señales de Obligación: son las que se utilizan para imponer la ejecución de una acción determinada, a partir del lugar en donde se encuentra la señal y el momento de visualizarla.

ESTRATEGIA

Creativa

17

E. Consideraciones: para que las señales y avisos sean entendibles y persevere su función de información, prevención, prohibición, obligación y se mantenga la uniformidad en la simbología, se debe tomar en cuenta:

- a. Entendibles para cualquier persona
- b. Evitar el uso de textos extensos
- c. Evitar el exceso de señales
- d. Realizar permanentemente simulaciones y simulacros

Especificaciones:

A. Significado de los colores de seguridad



ROJO: Alto, prohibición
identifica equipo contra incendio



AMARILLO: Precaución, riesgo



VERDE: Condición Segura
Primeros Auxilios



AZUL: Obligación
Información

ESTRATEGIA

Creativa

18

B. COLORES DE CONTRASTE



ROJO / BLANCO



AMARILLO / NEGRO



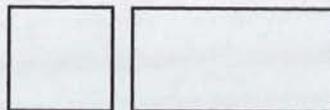
VERDE / BLANCO



AZUL / BLANCO

C. FORMAS GEOMÉTRICAS

Información



Proporciona información

Prevención



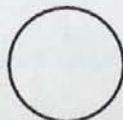
Advierte un peligro

Prohibición



Prohíbe una acción susceptible de provocar un riesgo

Obligación



Exige una acción determinada

D. SÍMBOLOS

Los símbolos a utilizar en la elaboración de las señales especialmente aquellas que informan y advierten respecto a la posibilidad de un riesgo, deben cumplir con el contenido expuesto en las normas A,B,C y D.

1. Las flechas utilizadas en las señales deberían iniciar en punta sin perder su dirección.
2. Los símbolos deben ser de trazo fuerte y claro para evitar confusiones.
3. Las letras de los textos de las señales o aviso, deben ser de trazo fuerte y claro; la proporción del trazo debe ser de 1:8 a 1:10.
4. La utilización de los símbolos contenidos en la presente guía no es restrictiva pero sí debe cumplirse con las características ya mencionadas.
5. Ubicación: Debe tomarse en cuenta para la colocación de las señales en mención, las condiciones del lugar y los resultados de estudios previos que indiquen la necesidad de su uso. Además debe tomarse en cuenta lo siguiente:
 - a. Las señales informativas se colocarán en un lugar en donde permita que las personas tengan tiempo suficiente para captar el mensaje.
 - b. Las señales preventivas se colocarán en un lugar donde permita que las personas tengan tiempo suficiente para captar el mensaje sin correr riesgo, de preferencia a una distancia de 1.00 metro del suelo.
 - c. Las señales prohibitivas o restrictivas serán colocadas en el punto donde exista la restricción como tal, lo anterior para evitar una determinada acción.
 - d. En el lugar en donde debe llevarse a cabo una actividad determinada se colocarán las señales de obligación.

ESTRATEGIA

Creativa

20

6. Dimensiones: La dimensión de las señales objeto de esta norma debe ser tal, que pueda ser observada de la mayor distancia del ambiente a señalizarse. Deve considerarse que los lugares a señalizarse pueden ser de espacios cerrados o sea confinados y en áreas abiertas. En ambas situaciones debe variar el tamaño de la misma por el efecto visual que tienen que presentar a los usuarios.

7. Disposición de Colores:

a. Para las señales informativas, preventivas y de obligación, el color de seguridad debe cubrir lo menos el 50% de la superficie total de la señal, aplicando en el fondo. El color de símbolo debe ser el de contraste, siendo para las preventivas el color de fondo amarillo y el de contraste y/o simbología blanco. Con respecto a las señales informativas el fondo deberá ser verde y su contraste blanco.

b. En el caso de la señal para identificar el equipo contra incendio y de emergencia, el color de símbolo a utilizar será el rojo y de contraste el blanco.

c. Para las señales de prohibición el color del fondo debe ser blanco, la banda transversal y la banda circular debe ser de color rojo, el símbolo deberá colocarse centrado en el fondo y no debe obstruir la barra transversal, el color rojo debe cubrir por lo menos el 35% de la superficie total de la señal. El color del símbolo debe de ser negro.

8. Materiales:

a. Los materiales a utilizar deben ser acordes a las características del medio ambiente existente en el lugar donde serán colocados, cumpliendo con los criterios establecidos en esta norma y que no serán tóxicos ni radiactivos.

ESTRATEGIA

Creativa

21

MATERIAL GRÁFICO INFORMATIVO:

Según Rivas Avilés (2003), Ríos(2000) dice que un material gráfico informativo es un medio concreto desarrollado o creado con el objetivo de comunicar ideas, mensajes o cierta información a una audiencia determinada. Se desarrolla esperando una respuesta o reacción de quienes los reciben. "Material Informativo es todo recurso que informa, comunica y con el cual se adquieren conocimientos que permiten ampliar o precisar los que se poseen sobre un tema determinado".

De acuerdo a Samayoa (2000), un material gráfico es todo aquello que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales, determinado tipo de información. Existen varios tipos de materiales gráficos: periódicos, revistas, volantes, sobres, desplegables, tarjetas, afiches, folletos, etc.

EL DISEÑADOR GRÁFICO Y EL MATERIAL INFORMATIVO:

Rivas Avilés(2003), menciona que el diseñador gráfico debe integrar los elementos visuales y gráficos con los fines y principios del aprendizaje 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 comunicación del mensaje a transmitir.

Todo material gráfico informativo debe ser realizado a través de una adecuada combinación y composición de formas, tamaños, colores, imágenes, ilustraciones, fotografías, etc. que darán una mejor visualización del tema expuesto y facilitarán la asimilación del contenido.

Al diseñarlo se debe procurar la participación cognoscitiva del grupo objetivo, esto implica que el grupo objetivo se interese por el material, lo comprenda, lo interprete, lo siga, lo desarrolle, se involucre en él mentalmente y logre identificarse con el material haciéndolo

ESTRATEGIA

Creativa

Según Barrios Méndez (2003) los tipos de materiales que encajan dentro del concepto de "material gráfico informativo" varían según las necesidades requeridas y a qué grupo objetivo van dirigido, dentro de los cuales se pueden enumerar los principales:

1. periódicos
2. revistas
3. volantes
4. sobres
5. desplegados
6. tarjetas
7. afiches
8. folletos
9. manuales/instructivos
10. páginas web
11. presentaciones interactivas
12. cd interactivos
13. audiovisuales, etc.

ALCANCE DE MEDIOS:

El alcance se refiere al número total de personas a las que se le hace llegar un mensaje, la frecuencia se refiere al número de veces en el que el mensaje aparece en un período determinado por lo general de una semana para facilitar la labor de plantación y la continuidad se refiere al transcurso de tiempo en el que se realiza el programa de medios solo los anunciantes de mayor tamaño pueden hacer énfasis en los tres factores a la vez, e incluso buscan distribuir de forma más eficiente su dinero.

En realidad las principales consideraciones son el alcance y la frecuencia. En circunstancias normales, el presupuesto está predeterminado y el responsable opera con un parámetro relativamente estricto en cuanto al que se refiere la continuidad de la campaña.

ESTRATEGIA

Creativa

23

VENTAJAS DEL INTERNET:

Costo eficiente. Los costos son independientes del tamaño de la audiencia. Por ejemplo, el costo será el mismo no importa cuántas personas visiten su página.

Los anunciantes pueden dirigirse a sus audiencias específicas al colocar sus cintillos en páginas de temas relacionados. Por ejemplo, si usted quiere dirigir su mensaje a personas que buscan una información precisa, puede adquirir un espacio publicitario en páginas relacionadas a esa categoría en los buscadores más importantes.

La estructura en que se catalogan estas páginas permite que usted se dirija a su audiencia por localización geográfica o por áreas de interés relacionadas. Los mensajes pueden actualizarse fácil y rápidamente.

Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos. Usted puede solicitar una respuesta inmediata del lector, puede tomar órdenes de compra o contestar preguntas instantáneamente. Los cintillos corren con la frecuencia que usted seleccione.

El Internet está disponible siempre. Los anunciantes en el Internet pueden alcanzar una audiencia global. A parte de las barreras lingüísticas, cualquier persona en cualquier parte del mundo puede obtener información sobre sus productos o servicios.

DESVENTAJAS DEL INTERNET:

La publicidad en el Internet no debe verse en el vacío. Debe ser un componente más de su estrategia de mercadeo en el Internet. Aunque la popularidad del Internet va en aumento, es difícil constatar los resultados de la publicidad a través de este medio. La gama de los costos de publicidad en el Internet varían considerablemente. Lo más aconsejable es realizar una comparación de páginas con una alta frecuencia de visitas para determinar la mejor forma de invertir su dinero.

ESTRATEGIA

Creativa

VENTAJAS DE CATÁLOGOS:

Tiene mucha demanda ahora que un mayor número de familias con altos ingresos realizan sus compras desde el hogar. Representan la parte más grande del marketing directo. Los catálogos exhiben los productos de una compañía y permiten a los clientes solicitarlos por el medio que más se les facilite: correo, teléfono o internet.

DESVENTAJAS:

Se repite lo anterior, ya que la gente se mantiene bombardeada de tanta publicidad que muchas veces tiran su correspondencia a la basura, sin siquiera haberla leído. Puede suceder también que la persona ya no esté interesada en comprar el producto y estos sigan llegando, lo que lo puede hacer molesto.

VENTAJAS DE AFICHES O CARTELES:

Pueden usarse internamente para fomentar la seguridad, estabilidad, reducción de desechos y la cortesía. En el exterior pueden difundir información sobre los productos, la filosofía organizacional u otras noticias de interés para los consumidores.

DESVENTAJAS:

Puede suceder que el afiche esté demasiado cargado de elementos que no permita percibir el mensaje, ya que el observador no tiene tiempo para un estudio detallado; puede ser de igual manera que el afiche no sea tan intensamente impactante para atraer y retener la atención o pudiera lograr como resultado una decepción psicológica que hunde el propósito del cartel o afiche.

ESTRATEGIA

Creativa

VENTAJAS DE LOS AUDIOVISUALES:

Las transparencias, las películas, las tiras de películas y los videocasetes son variedades de materiales audiovisuales y pueden emplearse en capacitación, en ventas y en relaciones públicas. Catalogadas como un tipo de publicidad corporativa, las películas no comerciales o patrocinadas a menudo se distribuyen gratuitamente entre cines, organizaciones y grupos especiales, sobre todo a escuelas y universidades.

DESVENTAJAS:

No todos cuentan con los recursos necesarios para emplear este tipo de material. Si su duración es demasiado extensa, puede llegar a aburrir al observador y hasta perder su atención por completo.

VENTAJAS DE LOS VOLANTES:

Fundamentalmente, ejercen un flujo en relación a la conducta política. Han sido usadas extensamente en la figura psicológica y resultan de gran efectividad. Como vehículo publicitario, las hojas, volantes, además de su importancia tienen por lo general un bajo costo.

Como variante de las hojas volante tenemos la carta de servicios, documentos que define y precisa y difunde los aspectos básicos de servicio que un despacho profesional puede prestar, o un consorcio especializado puede proporcionar.

DESVENTAJAS:

Es un material tan usado, que las personas ya no le prestan el interés al producto o servicio anunciado. Lo tienen concebido como basura, pues muchas veces la información no es de su real interés o no son lo bastante confiables como para ponerle la atención debida.

ESTRATEGIA

Creativa

26

VENTAJAS DE LOS MEDIOS MASIVOS:

El uso de medios masivos de comunicación permite llegar a grandes conjuntos, dirigiendo técnicamente la actitud y/o conducta del público hacia la Institución, organismo o empresa según sea el caso y hacia el producto o servicio.

Fundamentalmente se utilizan cine, radio, televisión, medios impresos, comunicación gráfica y comunicación mecánica.

DESVENTAJAS:

La gente cambia canal o estación en los comerciales, con lo que se pierde la publicidad enviada.

VENTAJAS DE LA PRENSA:

Según González Say (2004) tiene una corta vida y la calidad de impresión es inferior en comparación con otros medios, como las revistas. Cuenta con una gran circulación que alcanza a una audiencia local sobre una base regular y cuenta con flexibilidad para pautar en ella. Es ideal para comerciantes locales. Tienen una amplia aceptación y una alta credibilidad.

DESVENTAJA:

El conglomerado publicitario.

ESTRATEGIA

Creativa

VENTAJAS DE LA REVISTA:

González menciona que son un medio de superior calidad de impresión en comparación con la prensa. Proporcionan credibilidad, prestigio, larga vida, lectura múltiple y lectura de transmisión. Son dirigidas a segmentos específicos que se pueden dividir y se pueden emplear como métodos de promoción de ventas la distribución de cupones, muestras de productos, etc.

DESVENTAJAS:

La flexibilidad limitada ya que se debe comprar los espacios con meses de anticipación; el impacto de la revista no es inmediato ya que algunos lectores ven una publicación mucho tiempo después; el costo es elevado; existe mucha competencia.

VENTAJAS DEL MANUAL:

Según Soto Aycinena (2003), Cruz (2001) dice que Richaudeau define un manual como material impreso, estructurado, destinado a utilizarse en un determinado proceso de formación.

Los manuales pueden representar una progresión sistemática, proponiendo un orden para el aprendizaje, o pueden ser de consulta o referencia, ofrecen información a la que puede acudir en caso de necesidad, no implica un orden específico.

DESVENTAJAS:

Puede suceder que las instrucciones o procedimientos a seguir no tengan la claridad suficiente para llevar a cabo determinada situación.

ESTRATEGIA

Creativa



Definición del Grupo Objetivo

Grupo Objetivo Primario

COLABORADORES DE BANCAFÉ

- **Perfil Demográfico:**

Tomando en cuenta únicamente la agencia central, desde conserjes hasta el Presidente de la empresa, son un total de 800 empleados jóvenes y adultos aproximadamente, de 20 años de edad en adelante de ambos sexos. Algunos de ellos tienen un nivel primario y básico, otros cuentan con un título medio y el resto son estudiantes universitarios o licenciados, dedicándose todos ellos a ejercer su labor que les corresponde dentro de la empresa a tiempo completo de 8:00 a.m a 5:00p.m, aunque el horario puede variar un poco según el cargo que desempeñen dentro de la misma.

- **Perfil Psicográfico:**

Los empleados de menor rango tienen a su cargo actividades de limpieza y servicio al Banco, guardan cierta distancia con las personas de alto rango, pero cuando se comunican con ellos lo hacen de la manera más atenta y educada posible, pues saben que una falta de respeto podría costarles su trabajo, por lo que muchas veces se limitan a llevar a cabo sus actividades. Los empleados encargados de la seguridad del Banco generalmente tratan con clientes y con personas ajenas a la empresa, con quienes mantienen una actitud cordial y atenta, manteniéndose alerta por cualquier situación que pudiera presentarse; estos dos grupos son los más propensos a daños, pues por su nivel académico tienen poca o ninguna información sobre la prevención de desastres. Los encargados de servicio al cliente saben que Bancafé se caracteriza por su alto servicio y bienestar al cliente, y siendo quienes más contacto tienen con ellos, guardan una actitud positiva, cordial y amable, para así desarrollar una simpatía por parte de los clientes; en caso de que llegara a ocurrir alguna emergencia, no tienen el conocimiento suficiente de las medidas adecuadas a tomar en cuanto a proteger y tener seguro al cliente.

ESTRATEGIA

Creativa

29

Los que llevan otro tipo de actividades u operaciones internas no tienen un contacto directo con los clientes, sin embargo en caso de peligro, algunos de ellos saben las medidas a tomar para que todo salga de la mejor forma posible y evitar cualquier tipo de tragedia. Los de un rango mayor llevan las actividades y operaciones más importantes de la empresa, siendo personas con un alto nivel educativo y conocedoras de la forma de tratar con los clientes y brindarles lo mejor, sin embargo ellos tratan ocasionalmente con ellos, en situaciones personales en donde ellos deben encontrar la mejor solución para tener al cliente contento. En general puede decirse que los empleados tienen poca o ninguna información o conocimiento sobre el tema de prevención de desastres naturales dentro de la empresa, en donde tal ignorancia no es sólo por parte de las personas de un bajo nivel, sino también por aquellas que tienen un nivel más alto.

Grupo Objetivo Secundario

CLIENTES DE BANCAFÉ

- Perfil Demográfico:

Son jóvenes y adultos de 18 años en adelante, de ambos sexos, desde un nivel educativo primario quienes tienen puestos en mercados o similares o ciertos negocios que les permite tener altos ingresos que amerita meterlos al banco; otros tienen un título medio, otros son estudiantes universitarios que trabajan y con éstos ingresos abren cuentas y depositan o retiran cada cierto tiempo; el resto son graduados, profesionales que ejercen su labor dentro de alguna empresa propia o no, con ingresos mensuales que les permite de igual manera hacer uso de los servicios del Banco, existe un grupo no tan grande de gente jubilada que sigue teniendo sus ingresos y así pueden usar los servicios de Bancafé.

Definición del Grupo Objetivo

- **Perfil Psicográfico:**

Las personas con un bajo nivel académico tienden a usar palabras altisonantes y ofensivas, se dirigen al empleado del banco según sea el trato que reciben, si se trata de algún reclamo tienden a ser poco corteses, lo que hace que mucha gente los rechace.

Éstas personas no tienen un conocimiento sobre el tema de prevención de desastres, ni la manera correcta de actuar, lo que los hace presas del peligro fácilmente. Las personas con un nivel medio, ya sean jóvenes o adultos, poseen la educación suficiente para comportarse adecuadamente en situaciones donde deben hacerlo.

Otros con un mayor nivel educativo son extremadamente delicados en cuanto al trato con las personas se refiere, pues muchos de ellos sienten que merecen un mejor trato que los demás, mostrando un carácter serio y poco atento, pero muchos de ellos también demuestran su educación siendo amables y corteses. Estos dos últimos grupos están divididos entre los que poseen un conocimiento básico del tema y los que no, por lo que no saben las medidas principales de qué pueden hacer y que no en caso de ocurrir una emergencia.

En general tienen presente que para ellos es muy importante que el Banco se preocupe por conocer las medidas a tomar para tener seguro al cliente y brindarle el mejor servicio posible, sobretodo porque se trata de la propia vida y ellos depositan toda su confianza en ellos.

ESTRATEGIA

Creativa



Proceso de Conceptualización

ESTRATEGIA

Creativa

31

- **Cómo se llegó al concepto?:**

Como parte del proceso de diseño, se llevó a cabo la técnica de lluvia de ideas, en la cual se colocó una lista de palabras claves acordes a la temática tratada:

-seguridad-alerta-confianza-consecuencia-a salvo-preocupación-compromiso-protección-atención-unión-peligro-actuar; de las cuales se formaron frases para escoger la que mejor representara lo que quería expresarse, dentro de éstas se destacaron:

- Un lugar de trabajo seguro y confiable, evita malas consecuencias.
- No se preocupe, está a salvo con nosotros
- Su seguridad y confianza, nuestro compromiso con usted.
- Comprometidos a tenerlos a salvo.
- Su seguridad en nuestras manos.

- **Concepto central:**

"Su seguridad y confianza, nuestro compromiso con usted", ya que transmite al grupo objetivo el sentimiento de confianza que puede depositar en la empresa, debido al compromiso de ésta a brindarle la máxima seguridad, cumpliendo así con su misión de alto servicio al cliente, y a la vez hacer sentir a los empleados que también son parte importante de ella.

ESTRATEGIA

Creativa



Contenidos del Material Gráfico

ESTRATEGIA

Creativa

Contenido de texto:

- Definición de Desastre Natural
Forma adecuada de actuar en caso de Terremoto:
Antes: Formas de Prevención
Durante: Cómo actuar correctamente
Después: Recomendaciones
- Forma adecuada de actuar en caso de Incendio:
Antes: Formas de Prevención
Durante: Cómo actuar correctamente
Después: Recomendaciones
- A quién acudir en caso de Emergencia
Bomberos Voluntarios
Bomberos Municipales
Cruz Roja Guatemalteca
Ambulancias IGSS
CONRED
Policía Nacional civil
- Acerca de Señalización:
Iconografía
Ubicación sugerida
Rutas de Evacuación
Uso de gradas
Lugares seguros
Botón de Emergencia de Elevador

ESTRATEGIA

Creativa

33

- Tabla de Requisitos:

Elementos de Diseño	Función	Tecnología	Expresión
Color	Unificar el diseño de la empresa	RGB por fidelidad en pantalla e impresión	seriedad
Tipografía	Crear una jerarquía visual	Utilización de familias plain y bold en altas y bajas	seguridad
Diagramación	Armonizar visualmente	Utilización de retículas para lograr composición de elementos	tranquilidad
Ilustraciones	Apoyar los temas	Caricatura a línea	simpatía
Fotografías	Ubicar a las personas	Fotografía a color	seguridad y confianza
Símbolos	Percibir claramente el mensaje a transmitir	Uso de un nivel medio de abstracción de formas	tranquilidad
Elementos Gráficos	Crear dirección hacia elementos específicos	Utilización de formas con extremos asimétricos	atracción
Formato	Facilitar su manejo	Uso de tamaños y formas standard	comodidad

ESTRATEGIA Creativa



Medios y Formas de Distribución

ESTRATEGIA

Creativa

34

El material propuesto está diseñado para ser utilizado por un gran número de personas dentro de edificios de gran tamaño, el cual será implementado después de la capacitación de los empleados sobre la forma de actuar ante un terremoto o incendio dentro de la empresa y será manejado de la siguiente manera:

- Como primer paso, se colocará la señalización dentro de las instalaciones de Bancafé en la ubicación adecuada por personas encargadas del mantenimiento de la empresa. Paralelo a esto, se enviará por medio del correo electrónico asignado por la empresa, un archivo que incluirá tanto la presentación gráfica con el contenido detallado del tema, como el fondo de pantalla con el contenido más específico.
- Al mismo tiempo se colocarán stickers con el contenido breve del tema en cubetas, basureros y bandejas de comida para aquellos empleados que no tienen acceso a computadora por su área de trabajo y de ésta forma puedan estar igualmente enterados del tema.

Estrategia de Implementación

ESTRATEGIA

Creativa

Pieza	Medio		Formas de Distribución		
propósito	físico	carácter	responsable	duración	lugar
Señalización: dar a conocer las rutas de evacuación y los lugares de mayor seguridad a los cliente y empleados	Medio Impreso	Informativo	Jefe de Mantenimiento y Gerente Administrativo	Entrará en vigencia desde el momento en que se coloque y durará hasta que su sustitución sea necesaria por mantenimiento.	Se colocarán en la pared o en los elevadores de acuerdo a la indicación dada.
Presentación Gráfica: informar a los empleados la manera adecuada de actuar en caso de terremoto o incendio dentro de la empresa.	Medio Interactivo	Informativo	Jefe de Mantenimiento y Gerente Administrativo	Serán enviados a principios de año y durarán el resto del año.	Dentro del correo asignado por la empresa a cada uno de los empleados.
Fondo de Pantalla: permitir que el empleado pueda tener la información a mano en caso de emergencia.	Medio Digital	Informativo	Jefe de Mantenimiento y Gerente Administrativo	Serán enviados a principios de año y durarán el resto del año como refuerzo.	Dentro del correo asignado por la empresa a cada uno de los empleados.
Stickers: permitir que el empleado que no tiene acceso a la computadora, pueda tener la información a mano .	Medio Impreso	Informativo	Jefe de Mantenimiento y Gerente Administrativo	Serán colocados a principios de año y durarán el resto del año.	Se pegarán en los botes de basura, cubetas y en las bandejas de comida.

ESTRATEGIA

Creativa



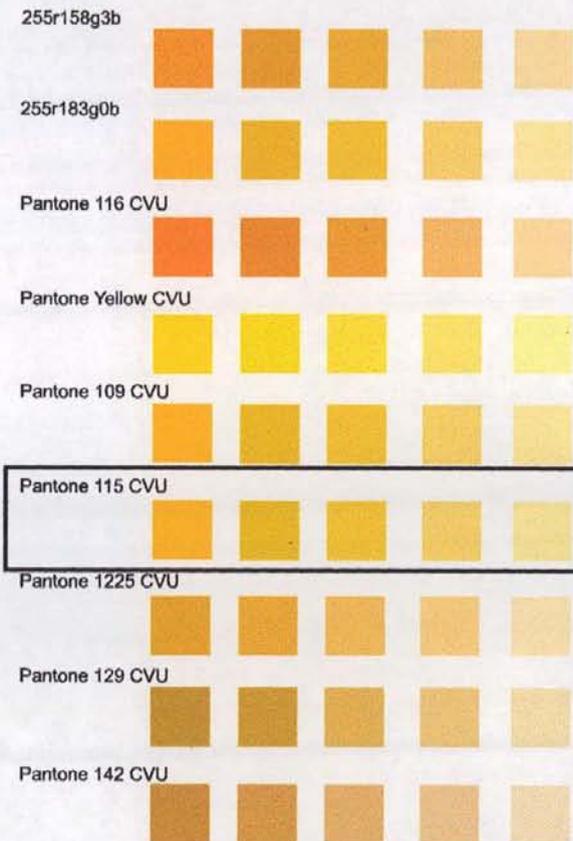
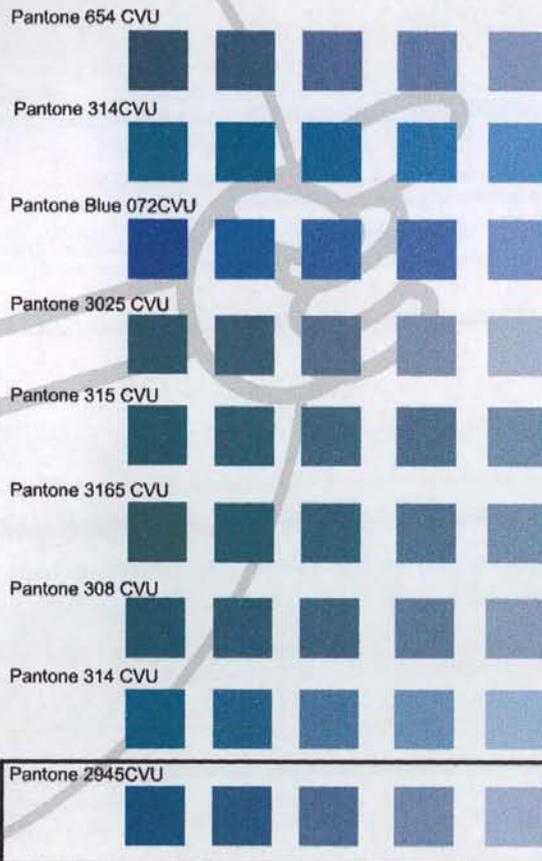
Bocetaje y Propuesta Preliminar

ESTRATEGIA

Creativa

Color:

- Se determinó una paleta de 2 colores únicamente, debido a la unidad de diseño que se quería guardar con la empresa, ya que estos son los más utilizados por la misma en sus materiales gráficos.



ESTRATEGIA

Creativa

37

Tipografía:

- Se estableció la utilización de tipografías de la familia Bold y Plain San Serif, para lograr con el contraste de ambas, una jerarquía visual :

Britannic Bold
Futura
Arial Black
Century Gothic
Compacta Blk BT
Haettenschweiler
Impact
Tw Cen MT
Verdana

Lucida Console
MS Reference Sans Serif
Tahoma
Trebuchet MS
Antigoni
Aqueduct
Arial
Berlin Sans
Humans521 CnBT

Se combinaron entre bold y plain para lograr la jerarquía visual establecida:

Rutas de
Evacuación

Century Gothic
Compacta Blk BT

Rutas de
Evacuación

Futura Md BT
Arial Black

Rutas de
Evacuación

Lucida Console
Haettenschweiler

Rutas de
Evacuación

MS Reference Sans Serif

Rutas de
Evacuación

Impact

Rutas de
Evacuación

Tahoma

Verdana

Trebuchet MS

Tw Cen MT

Bocetaje y Propuesta Preliminar

ESTRATEGIA

Creativa

38

- Se determinó que la tipografía Arial Black y Futura, serían las más adecuadas para ser empleadas dentro del material por la sencillez de sus formas y lograr con ello un contraste por tamaño que lo hacía interesante.

Botón de
Emergencia

En caso de
Emergencia
usar gradas

Extintor de
Emergencia

- Se creó un personaje que representara al personal de la empresa, por lo que inicialmente se creó el perfil del mismo para conocer sus principales características físicas y psicológicas.

Inicialmente se realizó distintos tipos de personajes tomando como base lo anterior, para poder tener varias opciones y escoger la mejor.

Rutas de
Evacuación

En caso de
Terremoto
colóquese debajo

Puerta de
Salida

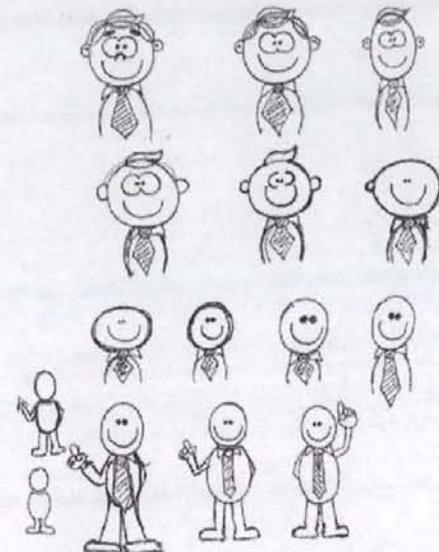


Bocetaje y Propuesta Preliminar

ESTRATEGIA

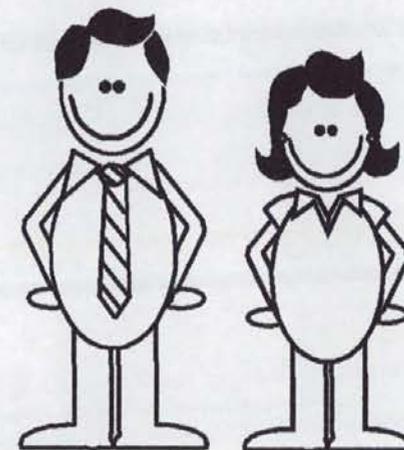
Creativa

- Se escogió el más sencillo y representativo del personal de la empresa, tratando de que expresara la simpatía deseada, el cual se simplificó aún más, para que de ésta manera no pesara más que el contenido principal y sirviera únicamente como apoyo visual al tema.



- Por falta de tiempo se había eliminado el sexo femenino, por lo cual se incluyó en ésta ocasión, para que de ésta manera sean tomados en cuenta ambos sexos, y así no causar posibles molestias en el sexo femenino por sentirse excluido.

Para crear distinción entre los sexos, se agregó cabello al personaje masculino ya creado anteriormente para que de ésta manera pudiera identificarse uno de otro sin alterar los rasgos ya establecidos. Al crearlos digitalmente, se estableció su uso únicamente a línea, para que su peso no fuera mayor al contenido o demás elementos.

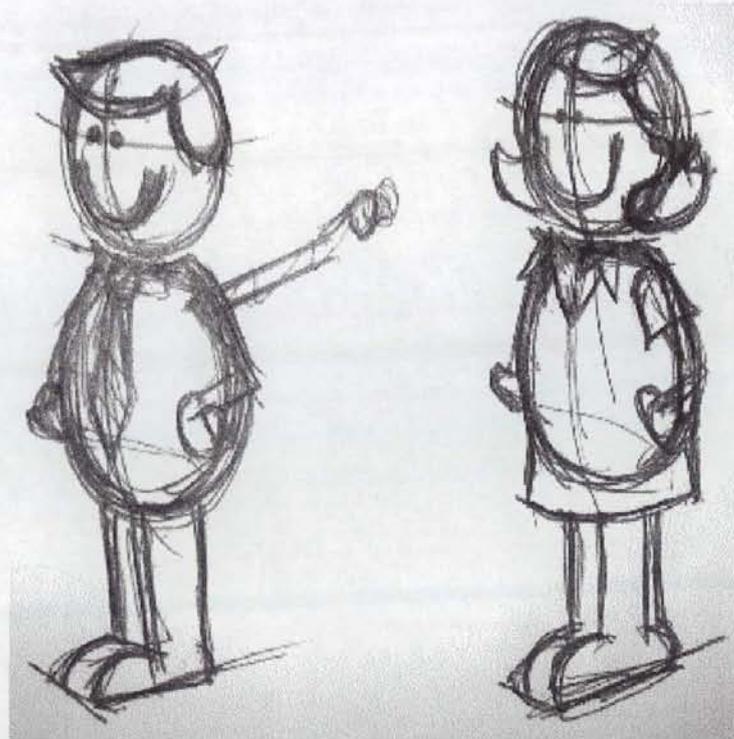


ESTRATEGIA

Creativa

40

- Se realizó a ambos personajes en vista 3/4 para que pudiera percibirse mejor su formas, a pesar que su uso sería exclusivamente frontal.



Bocetaje y Propuesta Preliminar

ESTRATEGIA

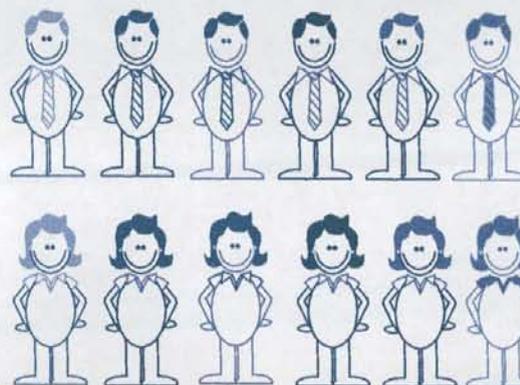
Creativa

41

- Se realizaron los personajes en distintas posiciones, las cuales representarían cada tema según la acción realizada. Para esto se tomó del contenido lo que se consideró más importante o más fácil de representar gráficamente.



- Se aplicó distintas tonalidades de azul a los personajes para tener varias opciones y de ésta escoger la más acertada, según los demás elementos dentro de la composición.



Bocetaje y Propuesta Preliminar

ESTRATEGIA

Creativa

43

- Digitalmente se crearon los más sencillos en su forma, lo que permitía su fácil percepción del mensaje.

- Para crear un mayor impacto visual de estos se utilizaron formas geométricas que permitieran dirigir la vista hacia éste punto de la señalización.



ESTRATEGIA

Creativa

- Su aplicación del color fue de acuerdo a la gama establecida anteriormente en tonalidades azules ya que la utilización de un color extra dentro de los íconos crearían cierta distracción y no es lo conveniente.



- Para el correo electrónico, se determinó la utilización de símbolos como botones que representaran cada subtema y a la vez permitieran su fácil navegación dentro de la presentación gráfica.

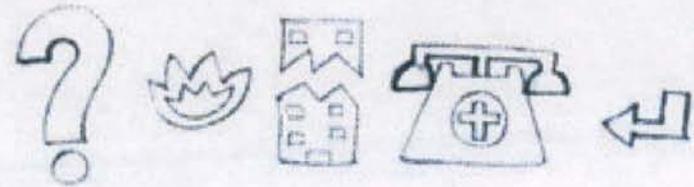


ESTRATEGIA

Creativa

45

- Se eligió los que mejor representaban el subtema a tratar de acuerdo a las formas empleadas.



- Se aplicó color digitalmente, tomando el amarillo como principal por su contraste con el resto de elementos.



- Se determinó que los anteriores no creaban un impacto visual, por lo que se emplearon elementos extras para lograr destacarlos dentro del resto de elementos.



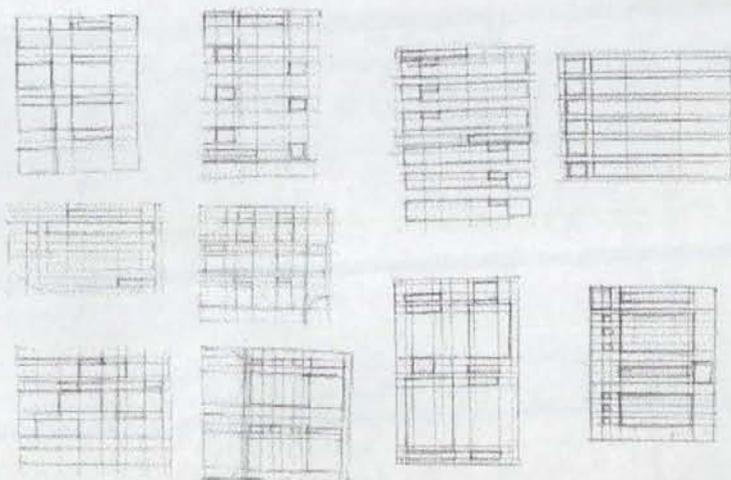
Bocetaje y Propuesta Preliminar

ESTRATEGIA

Creativa

- Para colocar la señalización fue necesario conocer los lugares adecuados, debido a esto se tomó una fotografía las cuales servirían posteriormente para hacer el montaje de la propuesta final de dicha señalización.

- Para armonizar visualmente cada pieza del material, se crearon retículas que permitieran una mejor colocación de los elementos gráficos. El afiche, llevado a cabo en un formato vertical, se crearon varias opciones, tomando retículas



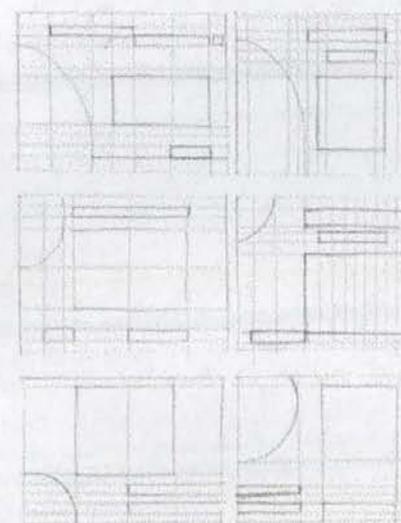
ESTRATEGIA

Creativa

- Como opción final se escogió aquella cuyos elementos armonizaban la pieza tanto tipografía como la parte gráfica, en donde se creó un equilibrio visual de los mismos.



- Para la guía informativa, se determinó una diagramación distinta a la anterior, pues se quería variar sin perder unidad de diseño, de acuerdo a esto se crearon opciones de retículas.



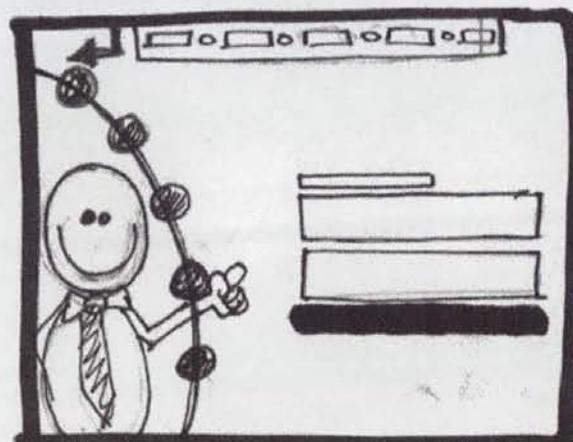
ESTRATEGIA

Creativa

- Se escogió como mejor opción por el equilibrio de sus elementos dentro del formato, su sencillez en su forma y su fácil lectura.



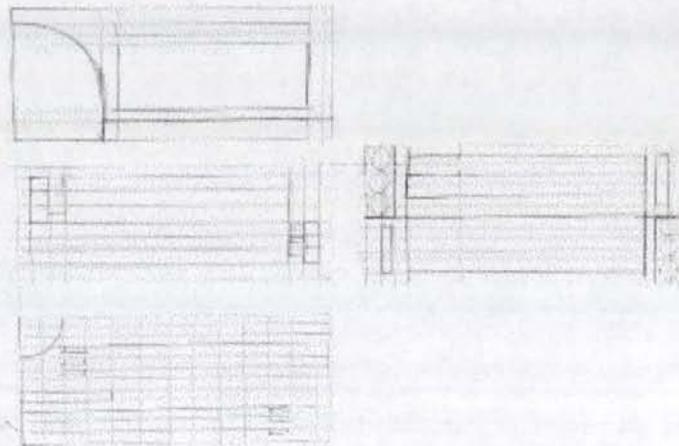
- Para la presentación gráfica, se tomó como base la retícula anterior, a lo cual se agregó únicamente los botones de navegación.



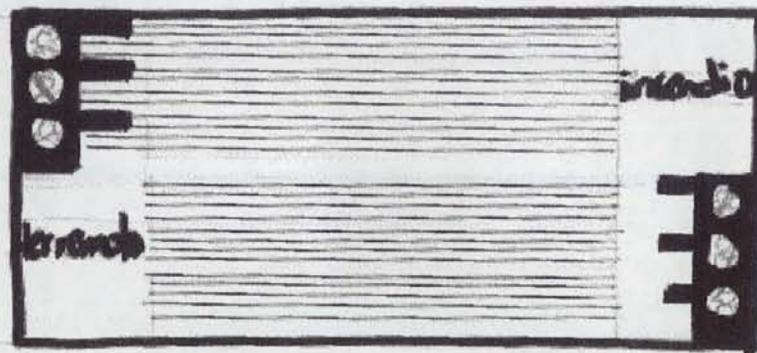
ESTRATEGIA

Creativa

- Para el sticker se crearon retículas simples, pues el formato no permite colocar muchos elementos sin llegar a recargarlo.



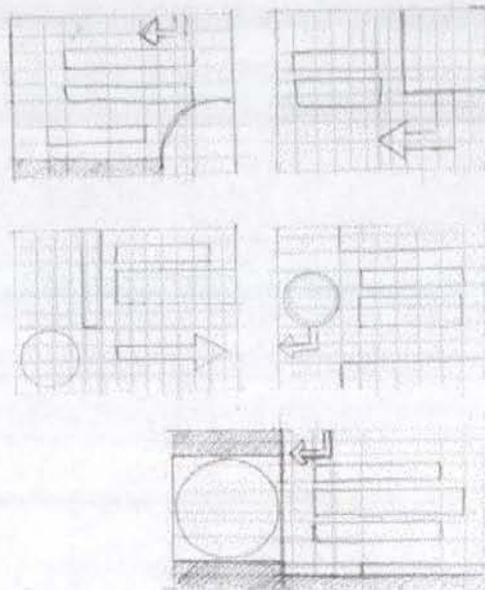
- Como opción final se tomó la que mejor componía los elementos dentro del formato y a la vez permitía la legibilidad del texto.



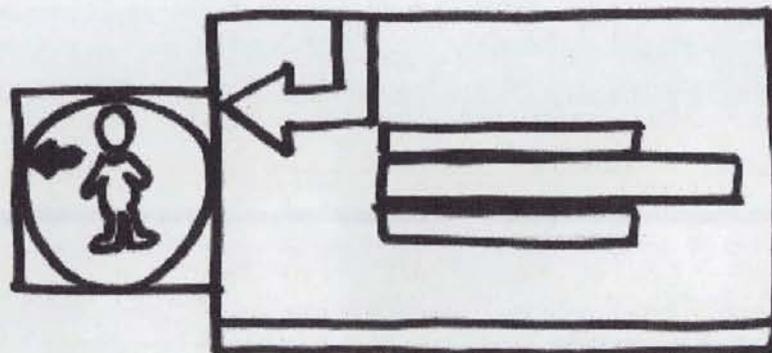
ESTRATEGIA

Creativa

- Para la señalización se crearon retículas bastante simples, pues por el tipo de material, no pueden colocarse demasiados elementos que distraigan la vista del mensaje que se quiere se perciba.



- Se eligió la que contaba con las formas más simples y que permitían destacar claramente el mensaje dar.



ESTRATEGIA

Creativa

- Propuesta Preliminar:

Sticker

Terremoto	QUÉ HACER EN CASO DE:	Incendio
<p>Antes</p> <p>Trabaja al menos una semana un horario del trabajo para el terremoto para tenerlo en cuenta y así estar preparado para cualquier situación.</p>		<p>Antes</p> <p>No todos los edificios sufren igual en terremotos, incendios, ni más las instalaciones eléctricas. Antes de salir de tu trabajo revisa que los equipos eléctricos estén cargados y perfectamente desconectados.</p>
<p>Durante</p> <p>Al momento de sentirlo, caídas y caídas. Protégase debajo de una mesa, escritorio o entre las paredes. No corra ni se mueva.</p>		<p>Durante</p> <p>Evite el pánico y manténgase calmado. Si se está en un edificio, no corra ni se mueva. Si se está en un edificio, no corra ni se mueva. Si se está en un edificio, no corra ni se mueva.</p>
<p>Después</p> <p>Se debe de revisar a los heridos con cuidado. No encienda cerillos ni fuego. Cuidado con los cables eléctricos que estén en contacto con las cosas.</p>		<p>Después</p> <p>Se debe de revisar a los heridos con cuidado. No encienda cerillos ni fuego. Cuidado con los cables eléctricos que estén en contacto con las cosas.</p>

correoflash.swf

Qué es • incendios • terremotos • ayuda • señalización

QUÉ ES un desastre natural

Un desastre natural es cuando se habla de los enormes pérdidas humanas y materiales que ocasionan algunos eventos o fenómenos en las comunidades como:

- Terremotos
- Erupciones volcánicas
- Inundaciones
- Deslizamientos de tierra
- Deforestación
- Contaminación ambiental y otros.

Presentación Gráfica

Bocetaje y Propuesta Preliminar

ESTRATEGIA Creativa

Señalización



Incendio

Antes: Conocer la ubicación de los extintores y la salida de emergencia de cada pieza de equipo para salir rápidamente en caso de incendio y evacuar a los usuarios, salir siempre la cabeza.

Durante: Apagar de inmediato los equipos o aparatos. Evitar el uso de una mesa, escritorio o silla de oficina. No utilizar los ascensores.

Después: No volver a entrar a las oficinas que afectadas por incendio. Después de llegar, comunicarse con los servicios de emergencia y reportar el incidente que ocurrió en cualquier caso de emergencia.

QUÉ HACER EN CASO DE...

Incendio: Si hay un incendio, comuníquese con los bomberos (911) y evacue por las salidas de emergencia. No utilizar los ascensores. Si el incendio ocurre en una oficina, apague los equipos de oficina inmediatamente.

Terremoto: Busque refugio en un lugar seguro. Si no sabe dónde ir, cúbate debajo de una mesa o escritorio. Si no hay una mesa o escritorio, cúbate debajo de una silla o escritorio. Si se cae, protéjase la cabeza con los brazos. Evite correr o salir corriendo de la oficina. Ayude a salir a los niños, discapacitados y personas mayores.

Después: Después del terremoto, no vuelva a entrar a la oficina hasta que los servicios de emergencia lo indiquen.

Fondo de Pantalla

ESTRATEGIA

Creativa

Para el proyecto sobre "Manejo y Prevención de Desastres Naturales", se llevó a cabo un instrumento de validación dirigido a diseñadores gráficos expertos específicamente en el área de ilustración, con el fin de conocer su punto de vista acerca de la propuesta de los personajes a utilizar dentro del material y así conocer los cambios necesarios a realizar. Para esto se evaluaron aspectos como el tipo de caricatura, su apoyo gráfico al tema, calidad de línea, expresión, técnica y color.

Se tomó a 3 diseñadores gráficos graduados, que se dedican actualmente a su profesión y a dar cátedras dentro de la universidad.

Cada uno de ellos opinó distinto en cuanto al tipo de caricatura empleada para tratar este tema, no fue considerado como la mejor opción pero tampoco se descarta, pues la calificación fue entre regular y muy bueno.

Todos coincidieron a pesar de lo anterior, en que los personajes si apoyan gráficamente el tema, quizá no excelentemente, pero aceptable.

Además coincidieron en que en cuanto a técnica y calidad de línea, está empleada adecuadamente para la clara percepción de los personajes.

Se consideró que ambos personajes expresan la simpatía deseada y requerida al grupo objetivo; de igual manera el color empleado sí permite que se mantenga la unidad de diseño con la empresa.

Como parte de las observaciones se comentó que algunos de los personajes que representaban los subtemas contenían elementos que no se percibían claramente, y que se debía estudiar mejor éstas formas para poder transmitir el mensaje de la forma más clara y directa.

También se observó que el personaje femenino debería tener falda para que se distinguiera mejor del sexo opuesto.

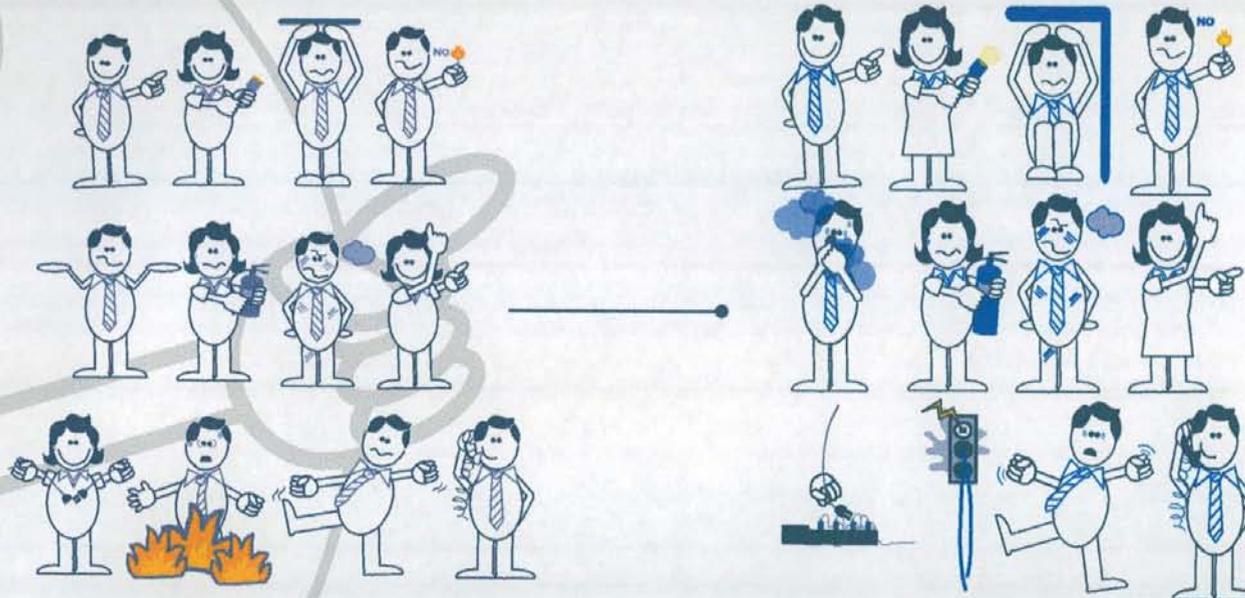
Uno de los catedráticos encuestados, comentó que el color extra utilizado debería aprovecharse en cada uno de los personajes para destacar detalles de los elementos importantes.

ESTRATEGIA

Creativa

54

Aunque en general puede decirse que el resultado fue muy positivo, se realizaron los cambios que se consideraron necesarios para mejorar la clara percepción del mensaje que quiere darse con las ilustraciones:



Como parte de los cambios realizados se agregaron dos ilustraciones como apoyo al contenido del tema, las cuales se verán en su aplicación más adelante.



Bocetaje y Propuesta Preliminar

ESTRATEGIA Creativa



Validación Técnica del Diseño Preliminar

Resultados generales en porcentajes

- Para el proyecto sobre "Manejo y Prevención de Desastres", se llevó a cabo un instrumento de validación dirigido a Diseñadores Gráficos y Expertos en el tema, ya que son los dos grupos que podrían ayudar en el desarrollo del proyecto, dando a conocer su punto de vista en cuanto al material realizado como propuesta preliminar, y conocer de ésta manera los cambios necesarios a realizar.

Se tomó a 5 Diseñadores Gráficos, de los cuales una gran mayoría eran estudiantes de último año; por este motivo, además del cambio de una pieza, se hizo necesario la realización de una segunda validación, pues era necesario que Diseñadores profesionales, fueran quienes validaran las piezas, ya que son personas con mayor experiencia en el ámbito de diseño. (Ver Anexo #4)

Es por esto que se retomó a 4 Diseñadores Gráficos de distintas Universidades que se dedican actualmente a su profesión y a dar cátedras dentro de la Universidad, con quienes se evaluó aspectos como concepto, color, tipografía, diagramación, ilustraciones, elementos gráficos y formato empleados dentro del material, ya que son aspectos que deben cumplir con los requisitos de diseño, planteados con anterioridad.

En la primera validación se coincidió en que todas las piezas cumplieran con los requisitos de diseño, manteniendo la unidad de diseño en todas sus piezas en cuanto al color empleado.

En cuanto al equilibrio visual que debía crear la tipografía, se coincidió en una gran mayoría en que el material cumplía con este requisito de diseño. Al igual que la diagramación, se coincidió en que creaba una armonía visual en cada pieza, sin embargo en la señalización se observó que deberían estudiarse mejor algunos elementos que distraían y no permitían percibir claramente el mensaje.

ESTRATEGIA

Creativa

56

Se consideró que las ilustraciones apoyaban muy bien el tema, lo cual significa que estaba cumpliendo con los requisitos de diseño. De igual manera los símbolos utilizados dentro de la presentación gráfica y dentro de la señalización, eran bastante representativos de la temática a tratar y el formato en general de todas las piezas permitían que se maneje fuera de bastante facilidad para sus destinatarios.

- Debido que estos resultados no eran muy objetivos por la falta de experiencia de los validados, se llevó a cabo el segundo instrumento de validación tomando a 4 Diseñadores Gráficos Profesionales, Karin Abreu del área de comunicación interna de la URL, Virginia Luna coordinadora del área de D.G. de la UNIS, Andy Rodríguez catedrático de la USAC y Lily Guevara del área de Mercadeo de Bancafé, con quienes se obtuvieron los siguientes resultados:(Ver Anexo #5)

1. ¿El material da a conocer al grupo objetivo la manera correcta de actuar ante un terremoto o incendio?

Fue un resultado muy positivo, ya que 2 coincidieron en que el material cubre excelentemente la necesidad primordial de dar a conocer el tema al grupo objetivo, mientras que los 2 restantes creen que está muy bien pero comentaron que no pueden predecir si al grupo objetivo realmente va a conocer el tema a través del material propuesto, pero que sin embargo es una buena propuesta gráfica al tema.

2. ¿Cree usted que el concepto se aplica dentro del material propuesto?

3 de los diseñadores estuvieron de acuerdo en que el concepto en el cual se basó el proyecto se refleja claramente dentro de las piezas en forma excelente, mientras que para Abreu se encuentra dentro del rango muy bueno, debido a que se pudo haber explotado aún más, lo que significa que por no encontrarse dentro de un rango bajo, se logra transmitir la idea principal.

3. ¿El color utilizado mantiene una unidad de diseño con la empresa?

Los 4 coincidieron en que el color utilizado mantiene una unidad de diseño en todas las piezas con respecto a la imagen actual de la empresa, lo que da a conocer que este cumple efectivamente con su función dentro de los requisitos de diseño.

4. ¿Cree usted que la tipografía utilizada crea un equilibrio visual por medio del uso de jerarquías?

3 estuvieron de acuerdo en que la tipografía utilizada crea un equilibrio visual excelentemente, sin embargo, Karin Abreu comentó que en el fondo de pantalla no se respeta la jerarquía planteada, pues los elementos que deberían ser importantes, no son tomados como tal, debido a esto se tomará en cuenta dentro de los cambios a realizar.

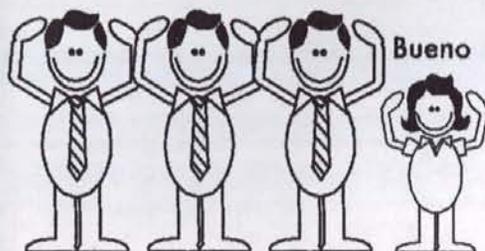
5. ¿Considera que la diagramación de los elementos crean una armonía visual?

3 coincidieron en que ésta es aplicada en forma excelente, sin embargo Karin Abreu mencionó que no había un orden jerárquico, lo que no permitía percibir claramente el mensaje por los elementos mal colocados que distraían la vista. Tomando en cuenta de que se trata de un gran porcentaje de quienes opinan que no hay mayor inconveniente con la diagramación, se tomará en cuenta los comentarios y sugerencias para poder dar el mejor resultado.

6. ¿Las ilustraciones apoyan visualmente cada uno de los temas?

3 estuvieron de acuerdo en que las ilustraciones en caricatura sirven como apoyo visual al tema, pues Andy Rodríguez comentó que un personaje siempre va a servir de apoyo a cualquier tema, siempre y cuando está aplicado de acuerdo al tema y grupo objetivo, mientras que para Karin Abreu no se da en forma excelente, sin embargo le parece muy bueno el recurso que se utilizó como apoyo al tema.

Excelente



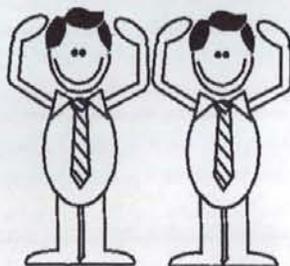
Bueno

7. ¿Los símbolos empleados en la presentación gráfica permiten percibir claramente el mensaje ?

De acuerdo a la simbología, Virginia Luna, comentó que los símbolos utilizados dentro de ésta pieza están bien aplicados, sin embargo mencionó que por la señalización debería estudiarse más a profundidad la parte gráfica, a lo que estuvo de acuerdo Abreu, pues considera que es importante que se conozca si son las formas adecuadas según las normas existentes para señalización.

Para Guevara y Rodríguez no hubo ningún inconveniente en esta pieza o alguna otra sobre la simbología empleada, pues Guevara comentó que las formas de éstos le da cierta simpatía al tema, además de que se perciben claramente.

Excelente



Muy Bueno



Bueno



8. ¿Considera que los elementos gráficos crean algún tipo de dirección?

2 de los Diseñadores coincidieron en que los elementos gráficos crean dirección en forma excelente, mientras que para Abreu se encuentra en un nivel menor, y para Luna en un nivel de "bueno", pues considera que falta un estudio gráfico.

9. ¿El formato utilizado puede considerarse de fácil manejo?

Rodríguez consideró que el formato se aplica excelentemente para facilitar su manejo, sin embargo para Abreu y Guevara se encuentra en un rango menor al anterior y para Luna se encuentra en un rango aún menor a éste, es decir "bueno", respuestas que llevan a considerar que el formato cumple con la funcionalidad establecida.

ESTRATEGIA

Creativa

Revalidación:

Debido a que algunas de las preguntas de la validación anterior estaban incompletas, se llevó a cabo una revalidación del material incluyendo otras preguntas más específicas que ayudarían a realizar los cambios necesarios al material: (Ver Anexo #6)

Para esto se tomó 3 Diseñadores Gráficos profesionales, Ximena Chapero catedrática de la URL, y 2 trabajadores tipo freelance Ma.del Rosario Gutiérrez y Ana Karina Morales, debido a que son recién graduados de la USAC, pero sin embargo poseen el conocimiento suficiente para poder dar su opinión sobre el material realizado:

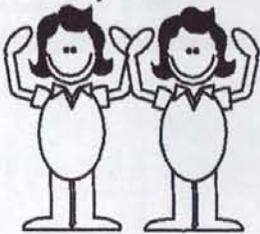
- De los 3 diseñadores encuestados, todos coincidieron en que el concepto se aplica muy bien dentro del material, aunque quizá no excelentemente, pero puede percibirse dentro de algunas de las piezas realizadas.
- En cuanto al color uno de ellos opinó que mantiene una unidad de diseño con la empresa en forma excelente, pero los 2 restante estuvieron de acuerdo en que éste se aplica muy bien dentro de material, por lo que se puede observar que las 3 opiniones son bastante positivas en cuanto a este punto.
- Sin embargo en cuanto a la expresión que se quería lograr con el color de seriedad del tema, 2 coincidieron que se encuentra dentro de un rango de "bueno", que por ser un nivel medio, lo mantiene dentro de lo positivo. A lo anterior Morales creyó que se aplicaba excelentemente, es por esto que en cuanto al color no se harán grandes cambios, debido a que sí funcionan.
- En cuanto a la jerarquía tipográfica empleada, hubo distintas opiniones, en donde Chapero considera que ésta expresa excelentemente la seguridad de la empresa, sin embargo para Gutiérrez se encuentra en un nivel de "muy bueno", que se mantiene en un rango positivo.



Excelente



Muy Bueno



- A lo anterior Morales comentó en el fondo de pantalla la tipografía no se percibía por su tamaño, sin embargo siendo la única persona que sugirió un cambio, se tomará en cuenta debido a que su observación es totalmente válida y ayudará a que el contenido se perciba claramente.
- En cuanto a las ilustraciones las 3 coincidieron en que éstas apoyan visualmente el tema en forma excelente y consideran de igual manera que la técnica a línea aplicada en éstas genera la simpatía deseada hacia el tema.
- La utilización de los símbolos dentro de la presentación gráfica, consideró Gutierréz que estos permiten percibir excelentemente el mensaje a través de la abstracción de formas utilizadas, sin embargo para Chaperó y Morales éste se encuentra en un nivel menor, pero aún éste se considera positivo.
- En cuanto a los elementos gráficos utilizados, se consideró por Morales que éstos permiten excelentemente atraer la visión hacia el contenido por medio de las formas utilizadas, sin embargo para Chaperó y Gutiérrez se encuentra en nivel más bajo, lo cual por ser aún positivo, no se harán cambios en ésta área.
- De acuerdo a Chaperó el formato utilizado para cada una de las piezas, está "bien" aplicado, ya que permite que las personas sientan comodidad en su empleo por los tamaños y formas standard utilizadas, sin embargo para Gutiérrez se encuentra en un nivel mayor, es decir "muy bueno", y para Morales se encuentra en un nivel "excelente", con lo cual se observa que no hay inconveniente con dejar la propuesta con el tamaño actual, pues funciona positivamente.

ESTRATEGIA Creativa

CAMBIOS

- Sticker:
Antes



Después



La propuesta validada no era funcional en cuanto a que el contenido era muy extenso y no podía ser percibido por el tamaño de la tipografía en la pieza.

Debido a esto se consideró emplear otras formas para poder transmitir la información en forma clara y precisa.

Fue así como se decidió realizar stickers individuales que contuvieran la información específica acerca de situaciones que deben evitarse para prevenir un incendio o terremoto dentro de la empresa.

Luego de analizarlo, se observó que era complicado colocar todos los stickers juntos, por lo que se juntaron para formar un solo sticker que permite fácilmente su colocación en cualquier superficie.

Las stickers no poseerán información sobre cómo actuar antes durante y después de cada fenómeno, debido a que el tema se refiere a prevenir desastres, se enfocará en reforzar a los colaboradores las situaciones que los pueden colocar en peligro por irresponsabilidad propia.

ESTRATEGIA Creativa

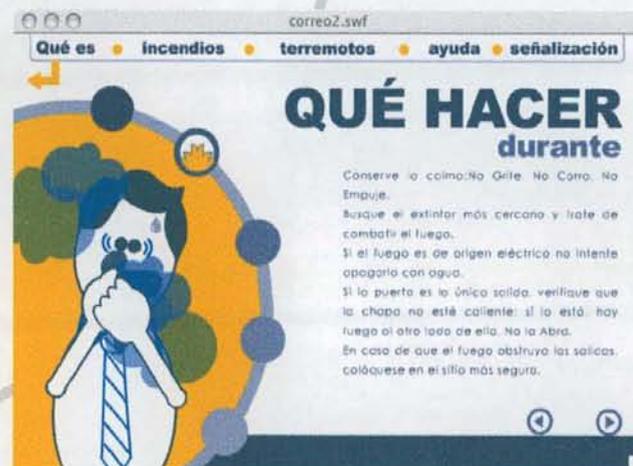
62

- **Presentación Gráfica:**

Antes



Después



El resultado a ésta pieza resultó bastante positivo, ya que se consideró que era fácil de acceder a cualquier tema a través de los distintos botones de navegación, pero hubo una observación sobre algunas páginas que no contienen un botón de regreso, por lo que se consideró agregarlo.

De igual manera existían dos menús con la misma funcionalidad, por lo que se decidió que el que se encuentra en la parte superior fuera el menú principal y los círculos solamente mostraran a través del ícono el tema en el que se encontraba el usuario.

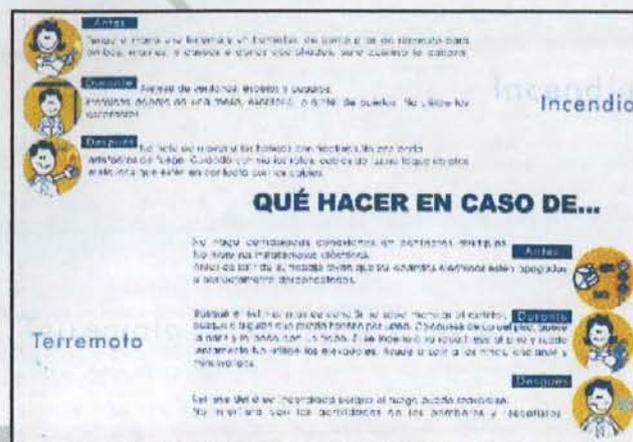
A ésta pieza únicamente se agregó los botones que hacían falta para una mejor navegación. Se compuso el menú principal debido a que era un poco difícil hacer click sobre el título y poder entrar, por lo que se hizo un cuadro en el hit del botón con lo que se logró un mejor acceso.

Se eliminó una de las áreas debido a cambios en la realización de la señalización.

Validación Técnica del Diseño Preliminar

ESTRATEGIA Creativa

- Fondo de Pantalla: Antes



Después



Al momento de validar, se comentó que el título principal por jerarquía debía llamar más la atención, por lo que el lugar en el que se encontraba no era el adecuado, pues no era lo primero que se percibía.

Las ilustraciones no poseían el impacto deseado, por lo que se consideró agregar un elemento que lo lograra.

Por lo anterior se colocó el título en la parte superior, en forma centrada, para que pudiera percibirse mejor y creara una mejor jerarquía visual.

Se agregó además color al fondo para crear un mayor impacto visual. Se emplearon elementos de apoyo que permiten una dirección de la vista hacia el contenido del tema además de hacer énfasis en los aspectos de importancia por medio del texto colocado dentro de éstos elementos.

ESTRATEGIA

Creativa

64

Resultados generales en porcentajes

- Se llevó acabo de igual manera, una validación para conocer el punto de vista de expertos en el tema, para lo cual se tomó a 5 expertos que conocían el tema, entre los cuales se tomó a 2 bomberos voluntarios y 3 empleados de Bancafé que se encargan de la seguridad del edificio, de los clientes y empleados. (Ver Anexo #7)

Debido a que dichos expertos no manejaban a profundidad el tema de seguridad industrial y a que las preguntas no estaban bien estructuradas, se hizo necesario realizar una segunda validación en donde éstas preguntas se dirigieron específicamente hacia las piezas de señalización, a lo que se tomó únicamente a 2 expertos en el tema, Marco Tulio Hernández, Antropólogo Social y Coordinador de Responsabilidad Social Empresarial, además de Billy Monterroso, encargado de atención y protocolo de CONRED, ya que son personas con una alta experiencia y conocimiento en el ámbito de seguridad industrial y señalización y prevención de desastres. (Ver Anexo #8)

En la primera validación se evaluó contenido, ante el cual se coincidió en que estaba bastante completo y claro, pues daba a conocer todo sobre los desastres naturales de una forma clara y sencilla.

Se consideró que el tipo de letra era bastante perceptible en algunas de las piezas y en algunas se aplicaba en un menor nivel. También se consieró que los dibujos en caricatura ayudaban excelentemente a que las personas comprendieran el contenido del tema.

Debido a que estos resultados no eran muy objetivos por la falta de experiencia de algunos de los validados, se llevó a cabo el segundo instrumento de validación mencionado anteriormente, en el cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Validación Técnica del Diseño Preliminar

ESTRATEGIA

Creativa

65

1. ¿Cree usted que las formas utilizadas son correctas para una señalización?

Ambos consideraron que las formas empleadas no son las más adecuadas, pues aunque no se salen mucho de las normas, aún así no cumplen en su totalidad con éstas, por lo que no pueden ser aceptadas como correctas.

2. ¿Considera que los íconos empleados dentro de la señalización son de fácil percepción?

Ambos coincidieron en que los símbolos empleados a pesar de no pertenecer a las normas establecidas, no se salen mucho de éstas, por lo que se catalogó como buenas, aunque Marco Tulio Hernández comentó que dentro de Bancafé no existen dinteles de puertas que sirvan como lugar seguro, por lo que consideró que éste símbolo debía ser eliminado. Mientras que Billy Monterroso mencionó que tienen elementos que son distractores y no se sujetan a las normas por lo que debía referirme a la guía proporcionada por él para conocer cuáles eran los íconos a emplear adecuadamente.

3. ¿Cree usted que el tipo de letra permite una fácil lectura del mensaje?

Ambos coincidieron en que el tipo de letra era bastante perceptible, pero que el ícono debía representar por sí solo el mensaje sin necesidad de poner un gran título, debido a que nuestro país es bastante analfabeto y es más fácil para las personas captar un ícono ya establecido que el texto.

4. ¿El tamaño de la señalización es correcto según el lugar en que se colocará?

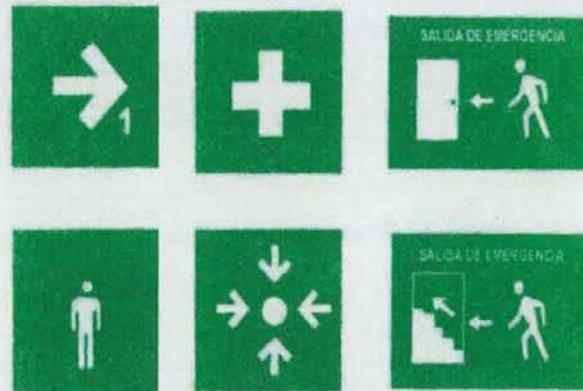
Ambos coincidieron en que no era la mejor opción en su tamaño, pues debía estudiarse las normas de señalización y aplicarlas, en cuanto a forma, tamaño, color, simbología, etc.

5. ¿Considera que los elementos gráficos obstaculizan de alguna forma la clara percepción del mensaje?

Ambos consideraron en que los elementos gráficos empleados no son los más adecuados, pues como se repite, existen normas a las que deben sujetarse, no puede eliminarse ni agregarse otro elemento que no es el establecido, pues de lo contrario el mensaje no llega adecuadamente al receptor.

CAMBIOS

- Señalización:
Antes



Debido a que según las normas de señalización debe emplearse el color verde y éste tipo de íconos, Bancafé no acepta que éstos no guarden unidad con su imagen actual como empresa

ESTRATEGIA Creativa

Después

Por dicho motivo debió buscarse otro medio por el cual los clientes tuvieran acceso a la información. Es así como se decidió utilizar como medio un presentador de escritorio, ya que en él puede colocarse la información más relevante y a la vez puede ser colocado en un lugar en el cual el cliente tenga acceso fácilmente a la información como lo son las ventanillas y servicio al cliente, ya que mientras esperan ser atendidos pueden leer su contenido.

CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE :

Serlévese que no haya objetos cercanos que obstruyan su camino e puedan caer sobre usted

Protégase debajo de un escritorio o mesa para su protección

No corra hasta la salida, mantenga la calma, se encuentre en un lugar seguro

TERREMOTO :

Se caracteriza por un movimiento horizontal o vertical repentino de la tierra que se genera por la actividad de la corteza terrestre y se produce vibración por golpe que se siente al estar en pie o estar acostado en cualquier posición de actividad y la distribución de fuerza y amplitud.

Una característica de este tipo de movimiento es que, tras el golpe, se genera un movimiento de oscilación que puede ser peligroso si no se toma precaución al estar en un lugar inseguro.

CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE :

INCENDIO :

Es una reacción química que libera energía térmica y lumínica. Se produce al quemarse los materiales orgánicos, inorgánicos, sintéticos y naturales, que al estar en contacto con el oxígeno del ambiente y la presencia de un agente oxidante, se produce la combustión.

Se debe tener cuidado al estar en un lugar con presencia de materiales inflamables, como: gasolina, alcohol, aceites, etc., y evitar el contacto con ellos.

Se debe tener cuidado al estar en un lugar con presencia de materiales inflamables, como: gasolina, alcohol, aceites, etc., y evitar el contacto con ellos.

No haga demasiadas conexiones en contactos múltiples

No mantenga líquidos cerca de instalaciones eléctricas. El agua es conductor de la electricidad

Use el extintor para combatir el fuego, si no sabe utilizarlo busque a alguien que pueda hacerlo por usted.

ESTRATEGIA

Creativa



Producción y Reproducción

ESTRATEGIA

Creativa

68

- **Especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas:**
Todas las piezas se tendrán un sistema de impresión digital, debido a que la cantidad es mínima y por lo tanto no amerita un sistema de impresión mayor.

Presentación Gráfica

Cantidad: 1
Tamaño: 550 x 400 pixeles
Color: 3 colores
Orientación: Horizontal
Soporte: CD

Fondo de Pantalla

Cantidad: 1
Tamaño: 8.5 x 11 "
Color: 3 colores
Orientación: Vertical
Soporte: Digital

Stickers

Cantidad: 50
Tamaño: 8.5 x 5.5"
Color: 3 colores
Orientación: Vertical
Soporte: Papel Autoadhesivo

Producción y Reproducción

ESTRATEGIA

Creativa

69

Presentador de Escritorio

Cantidad:	25
Tamaño:	8.5 x 5.5"
Color:	3 colores
Orientación:	Horizontal
Soporte:	Texcote calibre 12

- Informe técnico que acompaña los archivos digitales para imprenta:

El disco contiene 3 carpetas, cada una con su nombre respectivo (arte digital, presentación gráfica, fondo de pantalla), todos los documentos están elaborados en Freehand 10 y 9 con los excesos correspondientes y medidas en pulgadas, cada material cuenta con su respectivas imágenes adjuntas en formato jpeg y textos en path. Adjunto encontrará una prueba impresa de los respectivos materiales.

- Presupuestos de diseño y de impresión:

Personajes:	Q.300
Fondo de Pantalla:	Q.350
Stickers:	Q.500
Presentación Gráfica:	Q.1,000
Guía Informativa:	Q.500
Presentadores de Escritorio:	Q.300

Producción y Reproducción

ESTRATEGIA

Creativa



Propuesta Final y Fundamentación

ESTRATEGIA

Creativa

- **Color:**

Se determinó una paleta de 3 colores, en donde el azul es el color establecido por la empresa para la utilización dentro de cualquier material, cuyo objetivo es mantener la unidad de diseño con los demás materiales gráficos, también por expresar a través del color azul, la seguridad de la empresa y crear un contraste visual con el amarillo aplicado para destacar ciertos elementos.

Pantone 654 CVU



Pantone 122



Pantone 127



- **Tipografía:**

Se estableció la utilización de una tipografía de la familia Bold para títulos principales o para hacer énfasis en algo específico y Plain para el resto de texto, ambas San Serif, para lograr con el contraste de ambas, una jerarquía visual.

A través de la tipografía bold se puede expresar la fortaleza por el peso que tiene, lo que lleva a un sentimiento de seguridad con lo que se logra confianza deseada en la empresa.

Arial Black
Futura Md BT

ESTRATEGIA

Creativa

71

- Ilustraciones:

Se creó a 2 personajes que representan al personal de la empresa a través de la simpatía que estos expresan debido al tipo de ilustración en caricatura que se escogió, que sin restarle seriedad al tema, lo hace más interesante por el empleo de sus ilustraciones. Se colocaron en varias posiciones según el tema que deberían representar usando formas simples para no recargar la pieza, es por esta razón misma que se empleó en técnica a línea, pues se pretendía que estos fueran apoyo al tema más no el tema principal, por lo que se le dio énfasis en color al contenido.



Propuesta Final y Fundamentación

ESTRATEGIA

Creativa

72

- **Piezas:**

La serie de stickers, cuyo propósito es permitir al personal que no posee un medio por el cual tener la información de la presentación gráfica enviada al correo electrónico de cada empleado, tener acceso a la misma información para tener conocimiento de la manera en que puede prevenirse un desastre dentro de la empresa.

Se trabajó a un formato 1/2 carta vertical (5.5 x 8.5"), para que permitiera la clara legibilidad del contenido e ilustraciones, además de ser un formato de fácil manejo.

Los elementos gráficos empleados le dan dirección al diseño permitiendo que la vista se dirija hacia el contenido vertical, que es parte importante del tema tratado, además de encerrar en ellos las ilustraciones que apoyan el tema con una breve explicación de cómo actuar.

La retícula permitió una diagramación sencilla a dos columnas en donde se puede apreciar claramente el contenido que pertenece a terremotos y el que pertenece a incendios, lo que permite darle un equilibrio visual al diseño.



(Ver Anexo #8)

ESTRATEGIA

Creativa

- El fondo de pantalla dirigido a los empleados de la empresa, con el propósito de que la información de la presentación gráfica la tuvieran a mano en caso de emergencia, se trabajó en formato horizontal, de manera que al desplegarse en la pantalla ocupara una tercera parte de ésta y por estar colocada al centro esto permitiera dirigir la mirada directamente a ese punto.

Se mantuvo la misma diagramación a dos columnas de manera que la información quedara lo más legible posible.

Se puede observar que igual que la pieza anterior, a través de los elementos se logra dar dirección hacia el contenido general del tema.

CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE :

Señálese que no haga objetos cercanos que obstruyan su camino o puedan caer sobre usted



Protégase debajo de un escritorio o mesa para su protección



No corra hacia la salida, mantenga la calma, se encuentra en el lugar seguro



TERREMOTO :

En caso de un terremoto, manténgase alejado de ventanas, espejos, estanterías, muebles pesados y de los techos. Si está en un escritorio o mesa, protéjase debajo de ella. Si está en un escritorio o mesa, protéjase debajo de ella. Si está en un escritorio o mesa, protéjase debajo de ella.

INCENDIO :

En caso de un incendio, manténgase alejado de ventanas, espejos, estanterías, muebles pesados y de los techos. Si está en un escritorio o mesa, protéjase debajo de ella. Si está en un escritorio o mesa, protéjase debajo de ella. Si está en un escritorio o mesa, protéjase debajo de ella.



No haga demostraciones constantes en contactos múltiples



No mantenga líquidos cerca de instalaciones eléctricas. El agua es conductor de la electricidad



Use el extintor para combatir el fuego, si no sabe utilizarlo llame a alguien que pueda hacerlo por usted.

(Ver Anexo #9)

ESTRATEGIA

Creativa

- El presentador de escritorio, cuyo propósito es permitir al cliente que se encuentre dentro de Bancafé tener conocimiento sobre el tema de prevención de desastres dentro de la empresa, se logró a través de este material que se colocará en las ventanillas y servicio al cliente, lo que permite que al momento en que este se acerque a la ventanilla o a servicio al cliente y esperar su transacción, puede detenerse a observar el material y conocer así el tema.

Manteniendo unidad con las piezas anteriores, se aplicó una diagramación a dos columnas, lo que permite que el cliente pueda observar claramente el contenido de ambos lados.

Su formato 1/2 carta (8.5 x 5.5") permite comodidad al momento de su utilización.

CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE:

Serélfonso que no haga objetos cercanos que obstruyan su camino o puedan caer sobre usted



TERREMOTO:

Si se trata de un terremoto, debe ir a un lugar seguro de la zona, que puede ser el edificio o un sótano de concreto y mantenerse alejado de cosas que de repente se caigan, como el techo o cables de electricidad y la demolición de vidrios e instalaciones.

Protégase debajo de un escritorio o mesa para su protección



Las instalaciones de Bancafé están perfectamente mantenidas y cumplen con los estándares de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo que garantiza el bienestar de los colaboradores.

No corra hacia la salida, mantenga la calma, se encuentra en un lugar seguro



CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE:

INCENDIO:

Siempre que se encuentre en un lugar donde haya un incendio, debe salir de inmediato y no volver a entrar, ya que el humo es muy tóxico y puede causar la muerte. Si se encuentra en un lugar donde haya un incendio, debe salir de inmediato y no volver a entrar, ya que el humo es muy tóxico y puede causar la muerte.

No haga demasiadas conexiones en contactos múltiples



No mantenga líquidos cerca de instalaciones eléctricas. El agua es conductor de la electricidad



Use el extintor para combatir el fuego, si no sabe utilizarlo busque a alguien que pueda hacerlo por usted.



(Ver Anexo #10)

ESTRATEGIA Creativa

- Se empleó un formato horizontal de 550x400 pixeles para su fácil manejo. Se utilizaron círculos como botones del menú, dentro de los cuales se despliegan íconos para representar cada subtema y así el empleado sepa en qué página se encuentra y pueda navegar con mayor facilidad.

Cada botón lleva a un tema distinto, la presentación es bastante accesible por su forma sencilla en la que se colocaron los elementos.

Se colocó otro menú en la parte superior en forma horizontal utilizando únicamente texto para que el usuario pueda utilizarlos si se le complica utilizar los botones circulares.

El contenido se colocó en un bloque simple de texto para no recargar visualmente el mismo de formas.



(Ver Anexo #11)

ESTRATEGIA Creativa

- La guía informativa se empleó en un formato horizontal media carta 8.5 x 5.5", para su fácil manejo, además de permitir una clara legibilidad del contenido.

La portada es bastante sencilla pero los elementos utilizados le dan un equilibrio visual al diseño.

En la contraportada se coloca la información a donde pueden comunicarse las personas en caso de emergencia, pues es un lugar de bastante acceso, ya que en caso de ocurrir, es mucho más fácil encontrarla en este sitio que buscar en la parte interna de la guía.

En la parte interna se cambió el color de fondo a diferencia de las piezas anteriores, debido a que se necesitaba colocar cada uno de los materiales diseñados y por pertenecer a la misma gama de colores se perdía con el fondo, por lo que se solucionó de esta manera para que pudieran ser bien percibidas las piezas.



(Ver Anexo #12)

ESTRATEGIA

Creativa

- Se realizó el diseño de un cd(librito y disco), el cual contiene la presentación gráfica del contenido; este se empleó en un formato standard para su fácil manejo además contiene un troquel que lo hace más interesante visualmente, ante lo cual se respetó la unidad de diseño manejada en cada una de las piezas.

Dentro del librito se colocó la información técnica para poder visualizar el contenido del disco.



(Ver Anexo #13)

ESTRATEGIA

Creativa



Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

- Se llevó a cabo el diseño de una propuesta de comunicación visual a través de una señalización para dar a conocer a empleados y clientes que pudieran encontrarse dentro de Bancafé, hacia dónde dirigirse en caso de ocurrir un terremoto o incendio dentro de la misma, lamentablemente no pudo concluirse debido a que después de ser validada la propuesta gráfica con expertos en el tema, se pudo observar que dicha propuesta no coincidía con las normas de señalización según CONRED (coordinadora nacional para reducción de desastres), en cuanto a color, formas y símbolos; de igual modo la señalización establecida por CONRED, no coincide con la imagen de Bancafé, razón por la cual, Bancafé ha rechazado la utilización de ésta.

Debido a que era necesario informar de alguna manera gráfica a los clientes sobre el tema, se diseñó un presentador de escritorio, el cual se colocaría en las ventanillas y sobre los escritorios de servicio al cliente, para que al acercarse a éstos, puedan conocer sobre el tema mientras esperan que se lleve a cabo su transacción o ser atendidos.

- Se propuso un material gráfico informativo para dar a conocer las medidas de prevención de desastre ante un terremoto o incendio que pudiera darse dentro de las instalaciones de Bancafé, el cual consta de una presentación gráfica a enviar por correo electrónico, que posee la información detallada sobre el tema, dirigida a los empleados ya que de esta manera podrán tener el conocimiento sobre la forma adecuada de actuar y así auxiliar a los clientes que se encuentren dentro de la misma, cumpliendo de esta forma con su misión de brindarle un alto servicio al cliente.

ESTRATEGIA

Creativa

También se diseñó como parte del mismo material, un fondo de pantalla con el fin de que la información de la presentación gráfica pudieran tenerla a mano en caso de querer consultarla en caso de duda y a la vez sirviera como refuerzo del tema.

Tomando en cuenta que no todos los empleados tienen acceso a la computadora, se diseñó una serie de stickers que contienen la información más precisa, dándole un mayor énfasis a las ilustraciones, debido que este grupo objetivo tiene un bajo nivel académico y se les facilita la comprensión, al tener una imagen que apoye el tema.

- A través de un instrumento de validación aplicada a expertos en el tema, se pudo evaluar la simbología utilizada dentro de la señalización, la cual permitió conocer que sus formas no eran las adecuadas debido a que no seguían las normas de señalización establecidas por CONRED.

Debido a que las establecidas no concuerdan con la imagen de Bancafé, se ha decidido que por el momento esta no se aplique, razón por la cual la empresa ha tomado en cuenta el tema, empleando materiales dentro de la estructura que son resistentes a un terremoto o incendio, por lo que ellos comentan que en caso de que ocurriera uno de estos, no hay lugar más seguro que quedarse dentro de Bancafé.

Recomendaciones

- Se recomienda que al realizar una propuesta de señalización para una empresa, se tenga en cuenta que existen normas en cuanto al uso de color, iconografía y formas a emplear para que ésta funcione adecuadamente.
- Se recomienda que al realizar éste tipo de material, se renueve constantemente, manteniendo unidad en el diseño para que éste permita que las personas reconozcan que se está tratando el mismo tema.
- Se recomienda que en caso de que la empresa no acceda a la utilización de la señalización con las normas establecidas, por no coincidir con su imagen, debe buscarse otro medio por el cual pueda transmitirse dicha información a las personas, tomando en cuenta los medios a los que tienen acceso para poder aprovecharlos para la implementación del material.

ESTRATEGIA

Creativa



Bibliografía

ESTRATEGIA

Creativa

81

- Barrios, Pamela Eugenia.(2003)"Conozcamos una Escuela para Todos".(Tesis).Universidad Rafael Landívar. Facultad de Arquitectura y Diseño.Guatemala.
- Pineda, Carlos P.(2002) "123 Jugando". (Tesis).Universidad Rafael Landívar. Facultad de Arquitectura y Diseño.Guatemala.
- Rivas Avilés, Nadia María.(2003) "Salud y Felicidad en la Comunidad(Tesis).Universidad Rafael Landívar.Arquitectura y Diseño.Guatemala.
- Junta y Secretaría Ejecutiva del Departamento de Planes y Operaciones de la Sección de Capacitación de CONRED.(2004)."Creación de una Cultura de Desastre".Recursos Humanos Bancafé.Guatemala.
- CONRED.Secretaría Ejecutiva.(2004)"Normas de Señalización-formas,colores y símbolos de seguridad en caso de desastres".Guatemala.

En Internet:

- Bancafé(2004)Banca en línea

En Red Disponible en:

<http://www.bancafé.com.gt>

- Angelfire.Prevencción de Desastres.(2003)Banca en línea

En Red Disponible en:

<http://www.angelfire.com/nt/Desastres>

ESTRATEGIA

Creativa

- Aula de Letras.Comunicación Visual.(2004) Banca en línea
En Red Disponible en:
www.auladeletras.net/material/comunica.PDF
- MTAS.Señalización de Seguridad y Salud en el Lugar de Trabajo. (2003)
Banca en línea
En Red Disponible en:
http://www.mtas.es/insht/practice/g_senal.htm
- Signos,Símbolos,Íconos,Señales.(2003)
En Red Disponible en:
www.linse.uni-essen.de/cell/spanish/downloads/readsampsp.pdf
- www.lupus.worlonline.es/glez-ser/apuntes/comunica.htm
- html.rincondelvago.com/lenguaje_3.html
- Entrevista con Marco Tulio Hernández.Antropólogo Social.Coordinador de Responsabilidad Social Empresarial de Bancafé.(2005).Prevención y Manejo de Desastres dentro de Bancafé.
- Entrevista con Billy Monterroso.Atención y Protocolo CONRED.(2005).Normas de Señalización.

ESTRATEGIA

Creativa



ESTRATEGIA

Encuesta a empleados de Bancafé



El siguiente cuestionario será de mucha utilidad para conocer su punto de vista acerca del tema "Manejo y Prevención de Desastres dentro de Bancafé, Grupo Financiero del País", para lo cual es necesario que conteste las preguntas lo más sinceramente posible, de antemano se le agradece su colaboración...

1. Edad: _____
2. Sexo: _____
3. Área de Trabajo: _____
4. Nivel Académico/Estudios: _____
5. Cuál es el horario de ingreso y salida de su área de trabajo ?
6. Cuál es la hora y días de mayor movimiento dentro del Banco?
7. Conoce usted el tema de prevención de desastres? Explique.

- # 2
8. Cómo reacciona o reaccionaría usted ante el peligro de un terremoto o incendio ?
 9. Cree usted que la falta de conocimiento acerca de cómo actuar ante un terremoto o incendio, es una de las causas principales de muerte en estos casos ? Explique.
 10. Cree usted que un mensaje de alerta, prohibición o dirección, se comprende mejor si está apoyado por un dibujo o ícono ?
 11. Trata usted directamente con clientes del Banco?

12. Cómo es el trato de usted hacia ellos y viceversa?

13. Sabría usted qué hacer en caso de ocurrir un terremoto o incendio dentro del Banco y hayan clientes del mismo a su alrededor? Por qué?

14. Qué inconvenientes ha detectado usted dentro del Banco en cuanto a prevenir desastres de éste tipo?

15. Tiene usted acceso a internet de acuerdo al área en que desempeña sus labores?

16. Posee usted correo electrónico de Bancafé?

17. Si su respuesta es negativa, cómo le hacen llegar a usted información o mensajes importantes de la empresa?

18. Por qué considera usted que es importante que Bancafé trate este tema?

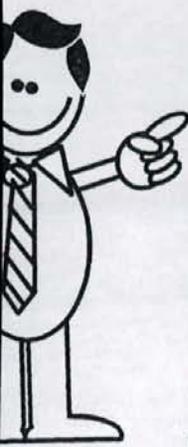
ESTRATEGIA

Encuestas a clientes de Bancafé

El siguiente cuestionario será de mucha utilidad para conocer su punto de vista acerca del tema "Manejo y Prevención de Desastres dentro de Bancafé, Grupo Financiero del País", para lo cual es necesario que conteste las preguntas lo más sinceramente posible, de antemano se le agradece su colaboración...

1. Edad: _____
2. Sexo: _____
3. Ocupación: _____
4. Nivel Académico/Estudios: _____
5. Conoce usted el tema de prevención de desastres?
Explique.
6. Cómo reacciona o reaccionaría usted ante el peligro de un terremoto o incendio ?
7. Cree usted que un mensaje de alerta, prohibición o dirección, se comprende mejor si está apoyado por un dibujo o ícono ?

8. Cree usted que la falta de conocimiento acerca de cómo actuar ante un terremoto o incendio, es una de las causas principales de muerte en estos casos ? Explique.
9. Sabría usted qué hacer o a dónde dirigirse en caso de ocurrir un terremoto o incendio dentro del Banco ?
Por qué ?
10. Qué esperaría usted del Banco en caso de que ocurriera un terremoto o incendio dentro de él ?
11. Por qué considera usted importante que Bancafé trate este tema?



Validación propuesta de personajes

El proyecto abarca el tema "Prevención y Manejo de Desastres", dirigido a empleados y clientes de Bancafé. Para su realización se tomó como base el concepto "Su seguridad y Confianza, nuestro compromiso con usted". El siguiente cuestionario, será de mucha utilidad para conocer su punto de vista acerca de la realización de los personajes y su aplicación, para lo cual debe dar una puntuación entre el siguiente rango: De antemano se le agradece su colaboración...

6 EXCELENTE 5 MUY BUENO 4 BUENO 3 REGULAR 2 MALO 1 MUY MALO

1.El tipo de caricatura empleada es adecuada para tratar el tema ?

6 5 4 3 2 1

2.Los personajes apoyan gráficamente el tema?

6 5 4 3 2 1

3.La calidad de línea permite que los personajes se perciban claramente ?

6 5 4 3 2 1

4.Los personajes expresan simpatía hacia las personas?

6 5 4 3 2 1

5.La técnica a línea está empleada correctamente?

6 5 4 3 2 1

6.El color utilizado mantiene la unidad de diseño con la empresa?

6 5 4 3 2 1

7.Cree usted que la utilización de ambos sexos de los personajes es necesario ?

6 5 4 3 2 1

OBSERVACIONES:

Nombre: _____

Profesión: _____



VALIDACIÓN

a Diseñadores Gráficos

El proyecto abarca el tema MANEJO Y PREVENCIÓN DE DESASTRES, el cual está dirigido al personal y clientes de Bancafé. Para su realización se tomó como base el concepto "Su seguridad y confianza, nuestro compromiso con usted".

El siguiente cuestionario será de mucha utilidad para conocer su punto de vista y hacer los cambios necesarios a dicho proyecto, para lo cual debe dar una puntuación entre el siguiente rango: **5** EXCELENTE **4** MUY BUENO **3** BUENO **2** REGULAR **1** MALO

1. Cree usted que el color utilizado mantiene una unidad de diseño en todas sus piezas ?

Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

2. Cree usted que la tipografía utilizada crea un equilibrio visual?

Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

3. Cree usted que la diagramación de los elementos crean una armonía visual?

Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

4. Cree usted que las ilustraciones en caricatura sirven como apoyo visual al tema ?

Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

5. Cree usted que los iconos empleados representan la temática ?

Señalización	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1

6. Cree usted que los elementos gráficos mantienen una estabilidad visual ?

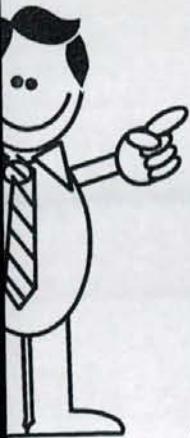
Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

7. Cree usted que el formato utilizado para cada una de las piezas del material permite un fácil manejo de los mismos ?

Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

OBSERVACIONES:

Nombre:



Validación diseñadores gráficos

El proyecto abarca el tema "Prevención y Manejo de Desastres", dirigido a empleados y clientes de Bancafé. Para su realización se tomó como base el concepto "Su seguridad y Confianza, nuestro compromiso con usted". El siguiente cuestionario, será de mucha utilidad para conocer su punto de vista y hacer los cambios necesarios a dicho proyecto, para lo cual debe dar una puntuación entre el siguiente rango: De antemano se le agradece su colaboración...

6 EXCELENTE **5** MUY BUENO **4** BUENO **3** REGULAR **2** MALO **1** MUY MALO

1. Cree usted que el concepto se aplica dentro material propuesto?

6 5 4 3 2 1

2. El color utilizado mantiene una unidad de diseño con la empresa ?

6 5 4 3 2 1

3. Cree usted que la tipografía utilizada crea un equilibrio visual por medio del uso de jerarquías ?

6 5 4 3 2 1

4. Considera que la diagramación de los elementos crean una armonía visual?

6 5 4 3 2 1

5. Las ilustraciones apoyan visualmente cada uno de los temas?

6 5 4 3 2 1

6. Los íconos empleados permiten percibir claramente el mensaje?

6 5 4 3 2 1

7. Considera que los elementos gráficos crean algún tipo de dirección?

6 5 4 3 2 1

8. El formato utilizado puede considerarse de fácil manejo?

6 5 4 3 2 1

OBSERVACIONES:

Nombre: _____
Profesión: _____



Validación diseñadores gráficos



El proyecto abarca el tema "Prevención y Manejo de Desastres", dirigido a empleados y clientes de Bancafé. Para su realización se tomó como base el concepto "Su seguridad y confianza, nuestro compromiso con usted". El siguiente cuestionario, será de mucha utilidad para conocer su punto de vista y hacer los cambios necesarios a dicho proyecto, para lo cual debe dar una puntuación entre el siguiente rango: De antemano se le agradece su

6EXCELENTE **5**MUY BUENO **4**BUENO **3**REGULAR **2**MALO **1**MUY MALO

1.Cree usted que el concepto se aplica dentro material propuesto?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

2.El color utilizado mantiene una unidad de diseño con la empresa?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3.Cree usted que la utilización de colores expresan la seriedad del tema ?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4.Se logra a través de la jerarquía tipográfica empleada, expresar la seguridad de la empresa?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

5.Las ilustraciones apoyan visualmente cada uno de los temas?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

6.Considera que las ilustraciones a línea generan simpatía hacia el tema?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

7.Los símbolos empleados en la presentación gráfica permiten percibir claramente el mensaje a través de la abstracción de formas utilizada ?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

8.Considera que los elementos gráficos permiten atraer la visión hacia el contenido por medio de las formas utilizadas?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

9.El formato utilizado permite que las personas sientan comodidad en su empleo por los tamaños y formas standard utilizados?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

OBSERVACIONES:

Nombre: _____

Lugar de Trabajo: _____



VALIDACIÓN

a Expertos en el Tema

El proyecto abarca el tema MANEJO Y PREVENCIÓN DE DESASTRES, el cual está dirigido al personal y clientes de Bancafé. Para su realización se tomó como base el concepto "Su seguridad y confianza, nuestro compromiso con usted".

El siguiente cuestionario será de mucha utilidad para conocer su punto de vista y hacer los cambios necesarios a dicho proyecto, para lo cual debe dar una puntuación entre el siguiente rango: **5** EXCELENTE **4** MUY BUENO **3** BUENO **2** REGULAR **1** MALO

1. Considera usted que el contenido del tema está completo?

Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

2. El contenido es lo suficientemente claro para las personas a quienes va dirigido?

Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

3. Cree usted que el tipo de letra es visible considerando la distancia en que será visto?

Señalización	5	4	3	2	1
Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

4. Los dibujos en caricatura ayudan a que las personas comprendan el contenido del tema?

Guía Informativa	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1
Fondo de Pantalla	5	4	3	2	1
Afiche	5	4	3	2	1

5. Cree usted que los íconos empleados permiten a las personas entender el mensaje?

Señalización	5	4	3	2	1
Correo Electrónico	5	4	3	2	1

6. El tamaño de la señalización permite su visibilidad desde la distancia que será visto?

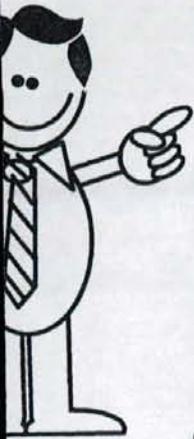
Señalización	5	4	3	2	1
--------------	---	---	---	---	---

7. La ubicación sugerida para la señalización, permite una buena percepción del mensaje?

Señalización	5	4	3	2	1
--------------	---	---	---	---	---

OBSERVACIONES:

Nombre:



Validación

expertos en el tema

El proyecto abarca el tema "Prevención y Manejo de Desastres", dirigido a empleados y clientes de Bancafé. Para su realización se tomó como base el concepto "Su seguridad y Confianza, nuestro compromiso con usted". El siguiente cuestionario, será de mucha utilidad para conocer su punto de vista y hacer los cambios necesarios a dicho proyecto, para lo cual debe dar una puntuación entre el siguiente rango: De antemano se le agradece su colaboración...

6 EXCELENTE **5** MUY BUENO **4** BUENO **3** REGULAR **2** MALO **1** MUY MALO

1. Cree usted que las formas utilizadas son correctas para una señalización?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

2. Considera que los íconos empleados dentro de la señalización son de fácil percepción?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

3. Cree usted que el tipo de letra es visible considerando la distancia en que será visto?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

4. Considera que los dibujos en caricatura ayudan a que las personas comprendan el contenido del tema?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

5. El tamaño de la señalización es correcto según el lugar en que se colocará?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

6. Los símbolos dentro de la presentación gráfica son de fácil percepción?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

7. Considera que los elementos gráficos crean algún tipo de dirección?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

8. El formato utilizado puede considerarse de fácil manejo?

⑥ ⑤ ④ ③ ② ①

OBSERVACIONES:

Nombre: _____
Profesión: _____



IMPRESORA
EL PULMÓN
 D I T O R A L

5717-1772
 Avenida Nueva

COTIZACION

Nombre del trabajo: **Stickers**

Fecha: 08-Abr-05

Código: 3000-001

Nombre de la empresa:

Dirección:

Atención de: Jorge Morales

Teléfono: 204-3663 523

Vendedor: Alejandro Mendez

Nos complazco ofrecer las siguientes especificaciones y precios

DESCRIPCION: Stickers

Tamaño original (extendido) 8,5 x 5,5

PAPEL: Adhesivo

Reproducción: Ninguno

TINTAS:
 Tiro: Dos colores
 Retiro: Ninguno

Diagramación y artes: El cliente proporciona en su finales digitalizados

Separaciones de color:

OTROS:

PREESTIMIO DEL TRABAJO DE IMPRESION:

Cantidad		
50	Q.709,37	141874
500	Q.909,63	1.8193
1.000	Q.1.110,00	1.4100

NOTA:
 Estos precios incluyen IVA

TIENDAS PRENTEREA ACONVIMAR
 FORMA DE PAGO: 50% CASH/50% CPN
 50% CASH/50% CPN

Ericks
 ERICK ANDRADA



12 Avenida 5-63, Zona 1
Guatemala, C. A. • Telefax: 220-2448

Impresión de Hojas y Sobres Membrados,
Formas, Revistas, Libros, Trabajos Sociales,
Facturas, Tarjetas de Presentación y Full Color.

COTIZACION N° 100050

FECHA

DIA 19 MES 04 AÑO 20 05

CLIENTE

Quilma Esperanza

NIT

DIRECCION

TEL

5963018

EN LA PRESENTE FECHA SOMETEMOS A SU CONSIDERACION LA PRESENTE COTIZACION:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	VALOR
300	Imprimir 1/2 carta en papel cal. 12 a full color de ambos lados		1950.00
500	Presentador de documentos negro A00 de 1 pda lado a full color con barniz U.V. Papel cal. 12		3000.00
2200	Formas H carta negro de ambos lados en material corte 80 a full color negro barniz		43800.00
TOTAL EN LETRAS			
TOTAL Q.			

FORMA DE PAGO:

50%

AL ORDENAR

50%

CONTRA ENTREGA

COTIZACION SOSTENIDA POR

70

HABILES

TIEMPO DE ENTREGA

15 dias

PARTIR DE RECIBIDA LA ORDEN

OBSERVACIONES:

F)

Litografía e Imprenta "COLOR EXPRESS"

F)

ACEPTADO CLIENTE

COPICENTRO:

CD'S:
Papel autoadhesivo para Cd con 2discos Q. 13.50
Impresión Tabloide Q. 20.50 C/U

Stickers:
Papel autotadhesivo Q.13.50
10 Impresión Tabloide 5 stickers por hoja Q. 20.50 x 10

DIGITAL COLOR:

Stickers:
Papel autoadhesivo por metro cuadrado \$ 10.00 por hoja

SERVIGRÁFICA:

100 Stickers:
Papel Autoadhesivo Q. 4.15 c/u
500 Stickers: Q. 2.00 c/u

GRAFIPRINTO:

Stickers:
25 impresiones
25 adhesivos 2 por hoja
Q 198.75
Q 70.00
Q268.75

COPICENTRO:

CD'S:
Papel autoadhesivo para Cd con 2discos Q. 13.50
Impresión Tabloide Q. 20.50 C/U

Stickers:
Papel autoadhesivo Q.13.50
10 Impresión Tabloide 5 stickers por hoja Q. 20.50 x 10

DIGITAL COLOR:

Stickers:
Papel autoadhesivo por metro cuadrado \$. 10.00 por hoja

SERVIGRÁFICA:

100 Stickers:
Papel Autoadhesivo Q. 4.15 c/u
500 Stickers: Q. 2.00 c/u

GRAFIPRINTO:

Stickers:
25 impresiones
25 adhesivos 2 por hoja

Q 198.75
Q 70.00
Q268.75

Fondo de Pantalla

CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE:

TERREMOTO:



Serciórese que no haya objetos cercanos que obstruyan su camino o puedan caer sobre usted



Protégase debajo de un escritorio o mesa para su protección



No corra hacia la salida, mantenga la calma, se encuentra en un lugar seguro

Se le llama así a la ruptura repentina de las capas superiores de la Tierra, que algunas veces se extiende a la superficie de ésta y produce vibración del suelo, que de ser lo suficientemente fuerte causa el colapso de edificios y la destrucción de vidas y propiedades.

Las instalaciones de Bancaté están **CONSTRUIDAS CON** materiales altamente resistentes a terremotos, lo cual logra la reducción de los riesgos de desastre o los efectos que estos

INCENDIO:

Son uno de los terremotos que más muerte causa, además de ser uno de los riesgos que ocasionan en nuestros días por el uso intensivo de varias formas de energía y porque la concentración de ciudades aumenta el riesgo de que el fuego se propague.

Bancaté preocupada por el bienestar de sus colaboradores y clientes, ha integrado una Comisión de Seguridad con el fin de llevar a cabo la planificación de un Plan de Emergencia para evitar pérdidas humanas, asegurar y garantizar la seguridad de todos los que se encuentran dentro de la empresa.



No haga demasiadas conexiones en contactos múltiples



No mantenga líquidos cerca de instalaciones eléctricas.

El agua es conductor de la electricidad



Use el extintor para combatir el fuego, si no sabe utilizarlo busque a alguien que pueda hacerlo por usted.

Sticker

CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE :

**Serchiórese que no
haya objetos cercanos
que obstruyan su
camino o puedan
caer sobre usted**



**Protégase debajo de
un escritorio o mesa
para su protección**



**No corra hacia la
salida, mantenga
la calma, se
encuentra en un
lugar seguro**



TERREMOTO :

Se le llama así a la ruptura repentina de las capas superiores de la tierra, que algunas veces se extiende a la superficie de ésta y se produce vibración del suelo, que de ser lo suficientemente fuerte causará el derribo de edificios y la destrucción de vidrios y propiedades.

Las estaciones de Bancofé están especialmente diseñadas para ser altamente resistentes a terremotos, lo cual logra la reducción de los riesgos, de desastre o los efectos que estos

INCENDIO :

Son uno de los fenómenos que más muerte causa, además de ser uno de los riesgos que crecientan en nuestros días por el uso intensivo de varias formas de energía y porque la concentración de ciudades, aumenta el riesgo de que el fuego se propague.

Bancofé preocupado por el bienestar de sus colaboradores y clientes, ha integrado una Comisión de Seguridad, con el fin de llevar a cabo la planificación de un Plan de Emergencia para evitar pérdidas humanas asegurar y garantizar la seguridad de todos los que se encuentran dentro de la empresa.



**No haga demasiadas
conexiones en
contactos múltiples**



**No mantenga líquidos
cerca de instalaciones
eléctricas.
El agua es conductor
de la electricidad**



**Use el extintor para
combatir el fuego, si
no sabe utilizarlo
busque a alguien
que pueda hacerlo por
usted.**

Presentador de Escritorio

CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE:



Serciórese que no haya objetos cercanos que obstruyan su camino o puedan caer sobre usted



Protégase debajo de un escritorio o mesa para su protección



No corra hacia la salida, mantenga la calma, se encuentra en un lugar seguro

TERREMOTO :

Se le llama así a la ruptura repentina de las capas superiores de la Tierra, que algunas veces se extiende a la superficie de ésta y se produce vibración del suelo, que de ser lo suficientemente fuerte causará el colapso de edificios y la destrucción de vidrios y propiedades.

Las instalaciones de Bancaté están construidas con material es altamente resistentes a terremotos, lo cual logra la reducción de los riesgos de desastre o los efectos que estos pudieran tener después que el evento haya ocurrido

CÓMO PREVENIR UN DESASTRE EN CASO DE:

INCENDIO :

Son uno de los fenómenos que más muerte causa, además de ser uno de los riesgos que acrecientan en nuestros días por el uso intensivo de varias formas de energía y porque la concentración de ciudades aumenta el riesgo de que el fuego se propague.

Bancaté preocupado por el bienestar de sus colaboradores y clientes, ha integrado una Comisión de Seguridad, con el fin de llevar a cabo la Planificación de un Plan de Emergencia para evitar pérdidas humanas, asegurar y garantizar la seguridad de todos los que se encuentran dentro de la empresa.



No haga demasiadas conexiones en contactos múltiples



**NO mantenga líquidos cerca de instalaciones eléctricas.
El agua es conductor de la electricidad**



Use el extintor para combatir el fuego, si no sabe utilizarlo busque a alguien que pueda hacerlo por usted.

Presentación Gráfica

correofin.swf

Qué es incendios terremotos ayuda inicio



EVITANDO
**DESASTRES
NATURALES**
DENTRO DE LA EMPRESA

correofin.swf

Qué es incendios terremotos ayuda inicio



QUÉ ES un incendio

Los incendios son uno de los desastres más comunes. Causan más muertes que ningún otro tipo de desastre. Es uno de los riesgos que acrecientan en nuestros días por el uso intensivo de varias formas de energía y porque la concentración de ciudades aumenta el riesgo de que el fuego se propague.

ANTES DURANTE DESPUÉS

correofin.swf

Qué es incendios terremotos ayuda inicio



A QUIÉN puedo acudir por ayuda?

122	BOMBEROS VOLUNTARIOS
123	BOMBEROS MUNICIPALES
125	CRUZ ROJA
128	AMBULANCIAS I.G.S.S
119	CONRED
110	POLICIA NACIONAL CIVIL
120	

correofin.swf

Qué es incendios terremotos ayuda inicio

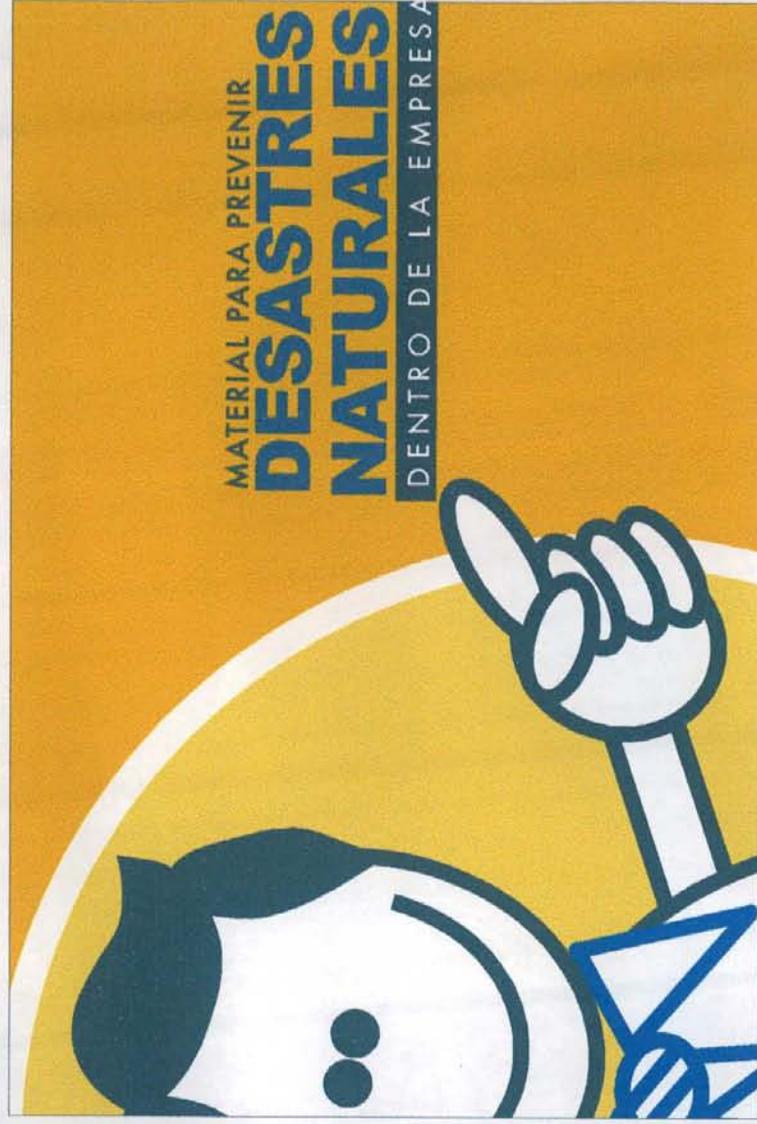


QUÉ HACER antes

Asaguran el suelo o paredes las conducciones y bombonas de gas, los objetos de gran tamaño y peso, estanterías, etc., y fija los cuadros a la menor altura posible.

Tenga a mano una linterna y un transistor, así como pilas de repuesto para ambos, mantos, y cascos o gorros acolchados, para cubrirse la cabeza.

Guía Informativa



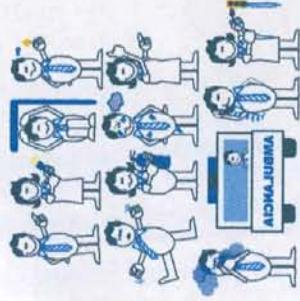
EN CASOS DE
EMERGENCIA
COMUNICARSE A :

122	BOMBEROS VOLUNTARIOS
123	BOMBEROS MUNICIPALES
125	CRUZ ROJA
128	AMBULANCIAS IGSS
119	CONRED
110/120	POLICIA NACIONAL CIVIL

MATERIAL GRÁFICO

para reducción de desastres

Se creó un personaje como representación de los colaboradores de Bancatfé, los cuales fueron empleados en distintas posiciones según el tema que fuera presentado:



5

GUÍA INFORMATIVA



MATERIAL GRÁFICO

para reducción de desastres

FONDO DE PANTALLA: Esta pieza será utilizada con el propósito de que el empleado tenga la información a mano en caso de querer consultarla y así reforzar el tema. Se incluye dentro del disco proporcionado a la persona encargada de distribuirlo.



6

GUÍA INFORMATIVA



MATERIAL GRÁFICO

para reducción de desastres

PRESENTACIÓN GRÁFICA: Su propósito fue darle a conocer el tema a los colaboradores de Bancafé de una manera directa e interactiva. Este material se incluye en el disco proporcionado a la persona encargada de distribuirlo a cada uno de los empleados de Bancafé, durante el tiempo en que las autoridades de la empresa misma consideren necesario.



7

GUÍA INFORMATIVA

MATERIAL GRÁFICO

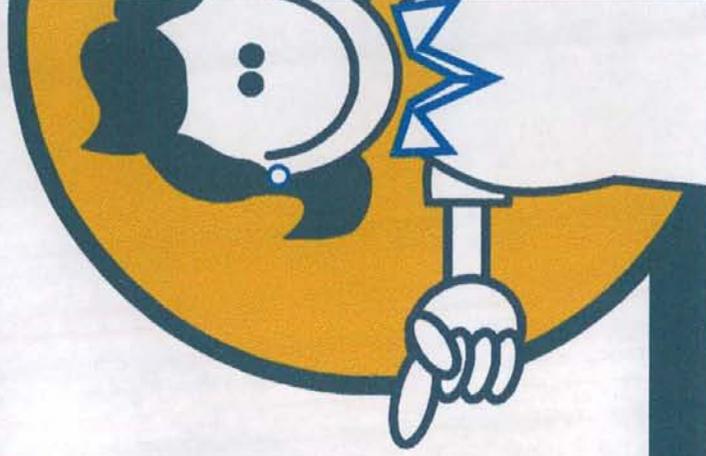
para reducción de desastres

La serie de stickers se colocará sobre las bandejas de comida, basureros, cubetas y otras herramientas de trabajo cuyo espacio permita la percepción del contenido.



8

GUÍA INFORMATIVA



MATERIAL GRÁFICO

para reducción de desastres

Se creó un personaje como representación de los colaboradores de Bancafé, los cuales fueron empleadas en distintas posiciones según el tema que fuera presentado.



9

GUÍA INFORMATIVA

INTRODUCCIÓN al tema

Nuestro país debido a su posición geográfica, geológica y tectónica está clasificado como uno de los países a nivel mundial que mayor probabilidad posee de ser afectado por desastres. Prueba de ello son las estadísticas en desastres con las secuelas de pérdidas humanas y materiales que poseen.

Debido a esto es importante que toda empresa lleve a cabo planes de emergencia para la prevención de desastres y para la protección de las personas que se encuentren dentro de ella.

Para ello se ha realizado una serie de material gráfico, el cual se presenta a continuación, cuyo propósito es dar a conocer el tema a los colaboradores y clientes de Bancafé. Se especifica su forma de uso colocación dentro de las instalaciones.

2

GUÍA INFORMATIVA



INDICE

INTRODUCCIÓN	2
Manejo y Prevención de Desastres	3
Material Gráfico	4
Personaje	5
Fondo de Pantalla	6
Presentación Gráfica	7
Strickers	8
Presentadores de Escritorio	9

