



estrategia de comunicación,
material informativo y de apoyo para la
convocatoria y afiliación de **voluntarios**
-CONRED-

*El Portafolio Académico presentado al Consejo de la Facultad de Arquitectura y
Diseño de la Universidad Rafael Landívar por María Gabriela García Alvarado
previo a optar al título de Diseñadora Gráfica en el Grado Académico de Licenciada.*



Autoridades de la Universidad Rafael Landívar

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

*RECTORA
VICERRECTOR GENERAL
VICERRECTOR ACADÉMICO
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO
SECRETARIO GENERAL*

Autoridades de la Facultad de Arquitectura y Diseño

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

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

Terna que practicó la Defensa Privada de Tesis

*M. A. Erika Grajeda
Licda. Ana Lucía García
Licda. Leslie Quiñónez*



Universidad
Rafael Landívar

Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 24262626 ext. 2428
Fax: (502) 24262626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016
cvclaa@url.edu.gt

Reg. No. Arq. 22-2006

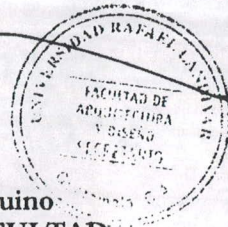
Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
seis días del mes de octubre de dos mil seis.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Defensa Privada del Portafolio Académico en el Proyecto Final de Diseño, denominado: **“Estrategia de comunicación, material informativo y de apoyo para la convocatoria y afiliación de voluntarios CONRED”** presentado por la estudiante **María Gabriela García Alvarado**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.

Lic. Leizer Kachler
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO



Arq. Cristian Vela Aquino
SECRETARIO DE FACULTAD



/SPG
Cc. archivo

Índice

1-	Introducción	3
2-	Necesidad	4
3-	Objetivos.....	4
4-	Marco de Referencia.....	5
5-	Contenido Teórico de Diseño	7
5.1-	Información del cliente.....	15
5.2-	Área de Diseño	11
6-	Definición de grupo objetivo.....	22
6.1-	Perfil demográfico	22
6.2-	Perfil psicográfico.....	23
7-	Proceso de Conceptualización.....	24
8-	Contenido del Material Gráfico	28
8.1-	Contenido de Texto	28
8.2-	Contenido Gráfico.....	29
9-	Medios y formas de distribución.....	30
9.1-	Estrategia de implementación	30
9.2-	Descripción de cada pieza	32
10-	Bocetaje y propuesta preliminar	33
Etapa I	33	
Etapa II	69	
Etapa III.....	82	
Propuesta preliminar	93	
11-	Validación técnica	101
12-	Propuesta final y fundamentación.....	103
13-	Producción y reproducción	117
13.1-	Especificaciones técnicas	117
13.2-	Informe técnico	118
13.3-	Presupuesto de diseño	119
Presupuesto de impresión.....	121	
13.4-	Sistema de impresión y reproducción	122
14-	Conclusiones y Recomendaciones	123
15-	Referencias	125
16-	Anexos	126

1 Introducción

El territorio de Guatemala está ubicado dentro de una región geológica y geográfica con un potencial de múltiples amenazas naturales y que por su situación social, económica y de desarrollo, genera condiciones altas de vulnerabilidad, lo que provoca que un gran porcentaje de la población, su infraestructura y los servicios, estén expuestos a diferentes riesgos, que puedan desencadenarse en desastres. Así mismo, se presentan amenazas en la relación Ser Humano / Naturaleza y en sus actividades productivas que también generan condiciones de alto riesgo.

Siendo CONRED la institución rectora de la coordinación de todos los esfuerzos del Estado Guatemalteco, con base en las políticas institucionales, se han implementado estrategias, programas y proyectos cuya meta es consolidar un Sistema Multi-sectorial de Gestión para la Prevención y Mitigación de Riesgos y Desastres.

Por tal razón, la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres –CONRED- busca implementar programas de organización y capacitación de los ciudadanos, con el objeto de poder establecer una cultura en reducción de desastres y a la vez formar sujetos capaces que sean quienes hagan un aporte en la respuesta ante un desastre. Estas personas son llamados VOLUNTARIOS, ya que su ayuda la brindan de una forma voluntaria, con el único fin de actuar ante las necesidades de atención durante y después de un desastre. Es importante elevar la cifra actual de voluntarios con que cuenta CONRED.

Para esto CONRED se vale del diseño gráfico como un medio para poder llevar a cabo la captación de voluntarios, dónde el diseño fuera producto de un estudio estratégico previo, del que se partió desde la detección de necesidad y proposición de objetivos lo cual determinaba el tipo de material que se propondría como solución de comunicación, se estudió detalladamente el grupo al que va dirigido para conocer acerca de sus características, gustos y expectativas con respecto a un material, así mismo se plantea un concepto que será la base para el diseño de la imagen que se busca reflejar en el presente proyecto, siendo este "Corazón y energía para restaurar vidas".

2 Necesidad

La población joven de la ciudad capital de Guatemala, desconoce el programa de voluntariado que implementa la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres- CONRED -, por lo que dicha institución no cuenta con personas jóvenes que aporten su ayuda de forma voluntaria en la atención a damnificados en caso de desastres naturales.

3 Objetivos

- ▲ Proponer una estrategia de comunicación que ayude a CONRED en la convocatoria y afiliación de jóvenes voluntarios.
- ▶ Crear un logotipo que identifique la campaña marcando distinción de los voluntarios jóvenes.
- ◀ Desarrollar material informativo que facilite el traslado de información acerca de las formas de afiliación y capacitación para jóvenes voluntarios.
- ▼ Diseñar material de apoyo para implementar la actividad de afiliación de jóvenes voluntarios.

4 Marco de referencia

▶ VOLUNTARIO

Gutiérrez (1997), define el voluntariado como "aquella serie de personas que, voluntaria y solidariamente, deciden prestar una parte de su tiempo, conocimientos y de sus facultades en beneficio de otros ciudadanos que lo necesitan, en organizaciones y programas de acción social y sin recibir contraprestaciones habituales en el mercado".

Tavazza (1995), define la acción voluntaria como "la acción de un ciudadano que, una vez cumplidos sus deberes de estado (estudios, familia, profesión) y civiles (vida administrativa, política o sindical) se pone a disposición desinteresada de la comunidad, promoviendo la solidaridad. Para ello ofrece energías, capacidades de su tiempo y, eventualmente, los medios de que dispone, como respuesta creativa a las necesidades emergentes del territorio y, prioritariamente a aquellas que corresponden a los marginados. Todo ello, preferiblemente, mediante la acción de un grupo que suministre la formación permanente y la continuidad del servicio en colaboración con las instituciones públicas y las fuerzas sociales"

Chacón y Vecina (2002), después de analizar diferentes estudios, concluyen que "el prototipo de voluntariado se identifica con una persona que elige libremente prestar algún tipo de ayuda o servicio a otros, que en principio son desconocidos, sin recibir ni esperar recompensa económica alguna por ello y que trabaja en el contexto de una organización formalmente constituida sin ánimo de lucro (o en una Administración)".

▶ *Cruz Roja Cubana (2006)*, concreta en siete los principios básicos del modelo ideal de todo voluntario:

- 1. Participativo
- 2. Comprometido
- 3. Capacitado
- 4. Motivado
- 5. Disponible
- 6. Polivalente
- 7. Grupal

Los rasgos fundamentales de toda persona voluntaria son los siguientes:

- 1. Respeto y Tolerancia
- 2. Capacidad de Adaptación y Aprendizaje
- 3. Iniciativa
- 4. Actitud Solidaria
- 5. Empatía
- 6. Compromiso
- 7. Capacidad de Trabajar en Equipo.

▶ **PERFIL DE VOLUNTARIOS DE CONRED**

Flores (2005), mencionó en la entrevista, "el voluntario que da sus servicios a la comunidad a través de CONRED, debe de contar con algunas cualidades prioritarias: honestidad y habilidad para trabajar con un grupo o como individuo, flexibilidad, iniciativa, responsabilidad, amabilidad, liderazgo, interés en el tema y deseos de esforzarse en trabajar por el desarrollo comunitario.

Según CONRED (2005), un voluntario de emergencia, será una persona seleccionada y capacitada por CONRED, y debe de cumplir con los requisitos de aptitud física y mental para colaborar en tareas específicas de apoyo de emergencia.

▶ **Datos estadísticos de la Tormenta Stan a su paso por Guatemala en Septiembre de 2005.**

- Personas fallecidas: 654
- Personas Desaparecidas: 828
- Personas Heridas: 306
- Personas Damnificadas: 225.915
- Personas Afectadas Directamente: 1.500.000
- Personas Afectadas Indirectamente: 2.000.000
- Personas Albergadas: 140.266
- Viviendas Afectadas: 7.202
- Viviendas destruidas: 3.755
- Comunidades afectadas: 683
- Albergues Habilitados: 762
- Puentes Dañados: 68
- Puentes Destruídos: 32
- Carreteras Dañadas: 14

5 **Contenido Teórico de diseño**

5.1. **INFORMACION GENERAL DEL CLIENTE**



▶ DATOS GENERALES:

Dirección:
Avenida Hincapié 21-72, Zona 13
Guatemala, Ciudad de Guatemala

Teléfonos:
PBX: (502) 2385-4144
FAX: (502) 2332-6635

Página web:
www.conred.org.gt

Correo electrónico:
voluntarios@conred.org.gt

Responsable del proyecto:
Licenciada Claudia Flores
Encargada del Departamento de Voluntarios

CONRED, como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Esto significa que su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres.

Es una institución que a nivel nacional está en la capacidad legal, científica y tecnológica de coordinar, planificar, desarrollar y ejecutar todas las acciones destinadas a reducir los efectos que causan los desastres naturales, socio-naturales o antropogénicos, así como a evitar la construcción de nuevos riesgos, mediante acciones de prevención.

Esto significa que su trabajo consiste en establecer mecanismos, procedimientos y normas que propicien un ambiente adecuado para la coordinación interinstitucional en todo el territorio nacional, para efectos no sólo de la etapa de respuesta, sino en la de preparación, mitigación y recuperación.

En otras palabras, es un gran equipo formado por dependencias y entidades del sector público y privado, que trabajan unidas en la Gestión del Riesgo, en todos sus momentos.

"Somos un gran equipo formado por dependencias y entidades del sector público y privado, que trabajan unidas en la Gestión del Riesgo, en todos sus momentos."

► **Visión:**

Constituir un sistema que potencie la aptitud de nuestro país en la prevención y mitigación de riesgos, así como en la preparación y respuesta ante desastres y emergencias que afecten a las comunidades, de tal forma que éstas participen en su propio desarrollo en un marco de sostenibilidad.

► **Misión:**

Asumir plenamente el compromiso de servir a la sociedad guatemalteca, cumpliendo la función coordinadora que implica convocar a todos, en todo tiempo y en todo lugar, promoviendo la gestión para la reducción de riesgos y la reacción consciente, oportuna y eficaz.

in line have

aa
ca
an
na
na
na
na

▶ **Se integra de la siguiente manera:**

▶ Consejo Nacional para la Reducción de Desastres

- Ministro de la Defensa
- Ministro de Salud Pública
- Ministro de Educación
- Ministro de Finanzas Públicas
- Ministro de Comunicaciones, Infraestructura y - Vivienda
- Ministerio de Gobernación
- Junta y Secretaría Ejecutiva
- Cuerpos de Bomberos Nacionales
- Asamblea de Colegios Profesionales
- Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras
- Universidades
- Centros de investigación técnico-científica
- Entidades estatales autónomas y descentralizadas
- Organizaciones no gubernamentales y de servicio del sector privado
- Entidades voluntarias técnico-científicas

Coordinadoras Regionales, Departamentales, Municipales y Locales

Historia:

Dentro del Consejo Nacional para la Reducción de Desastres se desarrolla el programa de Voluntarios del cual se encarga la Lcda. Claudia Flores, siendo éste el Programa para el que se realizará el presente proyecto.

Este programa busca captar personas jóvenes que presten su ayuda de forma voluntaria capacitándolos para así tenerlos en un banco de datos. Su disponibilidad deberá ser inmediata para cuando se necesite de su ayuda, especialmente en la preparación y respuesta en caso de emergencia o de desastre.

Para tener más información acerca del Programa y de la labor de los voluntarios actuales, se hizo un acercamiento físico en el que se pudo observar lo siguiente:

Actualmente el programa cuenta con 45 voluntarios, de los cuales algunos se han acercado directamente a las instalaciones de la institución para prestar su ayuda, otros se han enterado por antiguos miembros del programa de voluntarios, mientras que otros los han conocido a través de un anuncio (ver anuncio en página 12) que invita a todas las personas a que se unan al grupo de voluntarios desde el sitio de CONRED disponible en la red (www.conred.org).

Cabe mencionar que en una investigación de campo se hizo el acercamiento físico a las personas que durante la calamidad que vivió el país con la pasada Tormenta Stan en el mes de septiembre de 2005, estuvieron trabajando arduamente para que la ayuda que la población capitalina brindaba se preparara para así poderla enviar a los damnificados.

El proceso de preparación de la ayuda implica mucho trabajo, ya que inicia desde recibir los donativos brindados por empresas, industrias y personas particulares, luego deben clasificarse y ubicarlos ya que se distribuyen en tres grandes bodegas, una destinada para medicinas dentro de la que se encuentra también el papel y los pañales desechables, otra para víveres como azúcar, frijol, avena, harina de maíz, pan (previamente tratado para que su duración sea de 6 meses sin necesidad de refrigerarse, donado por la Panificadora Europa), sopas y café instantáneos, entre otros. La tercera bodega reúne los donativos de ropa, frazadas, zapatos y utensilios de cocina como recipientes plásticos, sartenes, ollas, cubiertos, platos y vasos desechables. Afuera de las bodegas se encuentra el agua pura envasada en litros, bolsas, vasos, galones y garrafones, se encuentra afuera ya que no le afecta estar a la intemperie y porque no hay espacio para ésta dentro de las bodegas.

Ya clasificados los productos que se consideren de primera necesidad en las bodegas, se preparan bolsas que contengan variedad de estos para proporcionar una por familia. Dentro de la bolsa debe de ir por lo menos dos libras de frijol, de azúcar, harina de maíz; pan, sobre de café instantáneo, jabón, cloro, papel y pañales desechables, y un botiquín, el contenido de las mismas puede variar dependiendo de los donativos recibidos.

Las donaciones se seguían recibiendo en octubre del mismo año, la limitante que se identificó es la falta de personal que preparen estas bolsas, para así poder sacar un cargamento destinado a diferente lugar día con día.

▶ DATO IMPORTANTE

El grupo actual de voluntarios son personas jóvenes, en su mayoría estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala. La mayoría de éstos pertenece a un grupo social comprendido entre la clase C2, C3, y D. Se observaron más mujeres que hombres.

Es por esto que se propone en este proyecto una estrategia de comunicación para la captación de más voluntarios, la cual se dirige a jóvenes de un nivel socioeconómico medio y alto, aunque no es exclusivo sino que es admitida cualquier persona que desea ayudar sin discriminación alguna. Se hace la convocatoria a ambos sexos, aunque se espera que la mayoría sean hombres ya que por su naturaleza masculina son de contextura fuerte. En cuanto al nivel socioeconómico también se hace referencia a este grupo ya que en su mayoría son jóvenes que no trabajan y no tienen más responsabilidades que estudiar y por lo tanto están en disponibilidad inmediata para colaborar, es decir, un joven de un nivel más bajo, tal vez trabaja para mantener sus estudios o incluso para ayudar al sostenimiento de sus hogares, lo cual resulta un impedimento, que, aunque su voluntad sea ayudar, sus prioridades se centran en el trabajo el cual no lo pueden dejar y ya no percibir esos ingresos que son vitales.

▶ Antecedentes de diseño

Se toma como muestra única el diseño de afiche para la convocatoria de Voluntarios en el año de 2003, el cual sigue publicado y disponible en red en el sitio de CONRED. En esta se muestra el logotipo que actualmente maneja el Departamento de Voluntarios, el cual se encuentra posicionado en la población, debido al uso del mismo durante la reciente Tormenta Stan. La imagen que se maneja del logotipo es una construcción tipográfica en un 90 por ciento y como elemento adicional la estructura básica y simplificada del logotipo de CONRED, manejado a dos colores siendo éstos los institucionales. Se hace referencia en este análisis al logotipo ya que es la imagen principal en el afiche, es el punto focal del mismo. El afiche se compone únicamente de texto.

Es evidente, por su diseño que este afiche no se hizo dirigido a un grupo objetivo conformado por jóvenes. (ver muestra de afiche en siguiente página)

Muestra de Afiche realizado para convocar voluntarios en 2003

Anuncio actual publicado en la web
<http://www.conred.org/planes/Voluntariado/index.php>

En este anuncio se puede apreciar con claridad el logotipo que se maneja actualmente del Programa de Voluntarios, el cual permanecerá para la identificación del mismo. Dentro de este proyecto de diseño se propondrá un logotipo que identifique al grupo de Voluntarios Jóvenes al que se espera llegar con una estrategia de comunicación.

Inscríbete en la Escuela de

voluntarios

CONRED - Guatemala

...y forma parte del grupo de personas que trabajamos en programas de:

- Educación
- Divulgación
- Fortalecimiento de Redes en Prevención de Desastres

que la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres - CONRED realiza para crear una cultura en prevención de desastres, así como dar respuesta y recuperación de los daños causados por éstos en el país.

Mayor información e inscripción:

Unidad de Voluntariado CONRED
Av. Hincapié 21-72 zona 13, Ciudad de Guatemala

Teléfono: 385-4144, Ext. 1129
Correo electrónico: voluntarios@conred.org.gt
Inicio de actividades: Sábado 5 de junio 2004



► Competencia Directa e Indirecta

No se puede decir que CONRED cuente con una competencia en cuanto a la captación de voluntarios, ya que, si bien, otras instituciones realizan la misma labor, no son competencia, estas instituciones forman parte de la CONRED; por ser la Coordinadora Nacional, dentro de ésta se reúnen las dependencias y entidades del sector público y privado. Es por esto que entidades como la Cruz Roja Guatemalteca, Cuerpo de Bomberos Municipales, Cuerpo de Bomberos Voluntarios, Asociación de Boy Scouts de Guatemala, Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), Ministerio de la Defensa Nacional, y Paramedic, entre otras cuentan con voluntarios que en caso de desastres participan conjuntamente con la CONRED.

Existe en Guatemala el Comité Coordinador del Voluntariado Guatemalteco la cual es una institución que surgió a raíz de haberse celebrado en el 2001 el año Internacional de los Voluntarios por mandato de la Organización de Naciones Unidas con el objetivo de hacer un reconocimiento a la fuerza voluntaria que existe alrededor del mundo y que en Guatemala se ve reflejada en más de 60 instituciones que trabajan con personas voluntarias.

El Comité Coordinador del Voluntariado Guatemalteco está integrado en su junta directiva por siete instituciones que tienen mayor cantidad de voluntarios a nivel nacional:

- ARBOM
- Cruz Roja Guatemalteca
- Scouts de Guatemala
- Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres CONRED

Voluntarios de las siguientes instituciones:

- Universidad de San Carlos de Guatemala
- Comité Nacional de la Juventud CONJUVE
- Bomberos Voluntarios
- Naciones Unidas, VNU.

En el 2003 el Comité inició actividades llevando a cabo la FERIA DE VOLUNTARIADO la que se realizó los días 15 y 16 de mayo en el Palacio Nacional de la Cultura. Siendo su slogan: "Porque cuando dos o más personas se ponen de acuerdo y unen sus esfuerzos, algo sucede..." y el logotipo el mostrado a continuación:

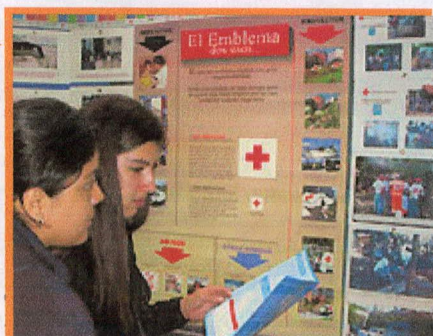


En esta feria se reunió a todas las instituciones que cuentan con voluntariado, con el fin de propiciar la convivencia interinstitucional y estrechar lazos de cooperación. Además el público tuvo la oportunidad de conocer el trabajo de las instituciones así como la posibilidad de involucrarse activamente en alguna de ellas.

CRUZ ROJA GUATEMALTECA

El 20 de diciembre de 2005 se realizó la 3ra. FERIA DE VOLUNTARIADO. Durante esta feria participaron Voluntarios y Voluntarias de las Delegaciones de Cruz Roja Guatemala de Coatepeque y Retalhuleu. Como parte del material gráfico se montó un kiosco, con fotografías y materiales informativos.

En esta imagen es posible apreciar una muestra de lo que fue el material publicitario de la 3era feria



Acercamiento al material informativo colocado en el kiosco de la Cruz Roja.

5.2. **AREA DE DISEÑO**

► **Estrategia:**

En términos generales, Diccionario Larousse (2005,) define estrategia como un patrón o plan que integra los objetivos y políticas de una organización. Establece, además, una secuencia coherente de las acciones a realizar. Adecuadamente formulada pone orden y asigna los recursos de la organización, a efectos de lograr una situación viable y original, así como anticipar cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

► **Estrategia de comunicación:**

Según la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN) en un artículo publicado, la estrategia de comunicación es una herramienta que permite reunir y organizar las acciones, ideas, y elementos que pueden aportar al logro de un objetivo general, compartido por otras personas e instituciones.

Sirve para abrir espacios de participación comunitaria, da a conocer información pertinente a la sociedad, articula acciones sobre un mismo tema, enfoca los objetivos de la comunidad para beneficio común, fortalece conocimientos, costumbres, sentimientos y valores.

Así mismo ASCUN enlista una serie de pasos a tener en cuenta para crear una estrategia:

- Reconocer y entender la temática sobre la cuál se va a trabajar.
- Conocer contexto social, cultural y educativo, antecedentes y posibles causas, personas e instituciones involucradas.
- Definir papel de la comunicación, el por qué y cómo se utilizará.
- Establecer lo que se quiere conseguir con la estrategia (objetivo general)
- Establecer los pasos necesarios para alcanzar objetivo general (objetivos específicos)
- A cada objetivo específico corresponde como mínimo una meta.
- Proponer una metodología, o sea, la forma como se realizan actividades, esta dependerá de los objetivos, grupo de trabajo y tiempo.
- Definir dónde se desarrollará la estrategia, así como estimar durante cuánto tiempo.
- Conocer a quienes va dirigida (grupo objetivo) y definir a quienes beneficiará.
- Definir fuentes de financiación.
- Requerimientos técnicos, logísticos y de personal.

► **Comunicación Estratégica:**

Pérez, R. (2001) Estrategia es una forma de coordinar integralmente los recursos existentes para lograr algún objetivo. Comunicación es la interacción simbólica de al menos dos participantes que comparten un código en común y responden en función del estímulo del otro. A nivel empresarial e institucional, las organizaciones se comunican hacia su interior y con su entorno.

Ser espontáneo, irreverente y hasta contradictorio, puede ser muy bueno para la vida cotidiana de las personas, pero una organización necesita planificar todas sus acciones comunicativas de modo que conserven una coherencia simbólica que guíe hacia los objetivos de la institución.

En ciencias de la comunicación, se llama comunicación estratégica a la coordinación de todos los recursos comunicacionales externos e internos de la empresa para lograr un lugar en la mente del grupo meta.

IMPORTANTE

"Una función importante de una estrategia de comunicación es obligar a una reflexión y a un análisis."

► **Logotipo:**

Braham (1991), El logotipo es el elemento del diseño compuesto de texto e imagen o solo de texto. Se presenta de una forma clara y visible, y aunque normalmente se ubica al final, en el caso de los anuncios, su posición otra, siempre que sea coherente y equilibrada con la composición.

Pérez (2000), define un logotipo, como un proceso, que parte de lo general a lo específico con lineamientos de carácter conceptual, analítico, creativo y técnico. Representa la personalidad de una empresa, un producto, o servicio.

Los factores que se deben de tomar en cuenta para la aplicación de un logotipo a piezas gráficas son su legibilidad y posibilidad de poderlo ampliar o reducir, invertir o ponerle color medio tono sin que sufra ningún cambio.

Cuando los logotipos son utilizados para campañas publicitarias cerradas o acotadas cumplen su función durante el período de duración de esta.

El logotipo pretende fijar el recuerdo en la mente del observador de una compañía, un producto, un servicio y un evento por medio de elementos gráficos por un tiempo duradero.

Los logotipos identifican una identidad, poseen exclusividad, proporcionan diferencia y originalidad a una identidad.

Los logotipos pueden ser bidimensionales o tridimensionales, monocromáticos o en color (aunque por lo general existe una versión bidimensional de todo logotipo tridimensional y una en blanco y negro de todo logotipo a color).

▶ Los logotipos se clasifican como:

- ▶ logotipo
Se trata de un logotipo, cuando este se encuentre compuesto por imágenes y letras.
- ▶ Imagotipo
Se habla de un imagotipo, cuando solo se representa a través de una imagen, símbolo de la propia empresa.
- ▶ Anagrama
Es cuando sólo incluye texto.

▶ Características de un logotipo

Según Desarrolloweb (2006), un logotipo debe reunir una serie de características generales para ser funcional y efectivo. Entre ellas se pueden citar las siguientes:

- ▶ *Debe corresponderse a un tiempo:* Su concepción y diseño debe estar inspirado en una época, en una cultura. Posteriores cambios en sus elementos pueden ir adaptándolo a los tiempos nuevos, pero deben ser tan imperceptibles que se conserve siempre su estilo original.
- ▶ *Debe ser simple:* Los elementos gráficos que lo componen deben ser pocos, claros y estilizados.
- ▶ *Debe ser fácil de recordar:* Su impacto visual debe ser inmediato y perdurable, un objetivo difícil de cumplir en el ambiente de saturación visual en que vivimos.
- ▶ *Debe ser único y diferenciador:* La función clave de un logotipo es la de identificar. Su diseño, sus colores y formas, deben ser únicas en el mercado, permitiendo que los espectadores lo reconozcan inmediatamente y de forma inequívoca.
- ▶ *Debe funcionar en diferentes medios:* Su diseño debe permitir su correcta visualización en medios impresos y en pantalla, en diferentes resoluciones y distancias, en color o en blanco y negro.
- ▶ *Debe ser coherente con el resto de la identidad corporativa:* El logotipo ha de estar integrado con el resto de materiales que utilice la compañía para sus comunicaciones: material de papelería, envoltorios, material promocional, la página web, los anuncios televisivos y carteles, etc.
- ▶ *Debe resistir el paso del tiempo:* Debe ser funcional y válido independientemente de las modas o gustos temporales de las diferentes épocas y movimientos sociales y culturales.

▶ **Guía de uso de logotipo:**

Una guía del uso de logotipo incluye todas las medidas gráficas del diseño del mismo, especificando los colores utilizados, el anagrama, la tipografía utilizada, prueba de reducción del logotipo, el diseño y aplicación para las piezas gráficas que se requiera su uso, esto con el fin de mantener una unidad la cual transmite al grupo objetivo seriedad y formalidad de la marca, empresa, campaña etc.

- ▶ En ésta guía se exponen las formas correctas e incorrectas del uso del logotipo, sus posiciones aceptadas, sus colores de impresión, su negativo y positivo, la retícula constructiva, sus aplicaciones en diferentes materiales, etc.

▶ **Material Gráfico Informativo:**

Swann (1990), indica que cuando se habla de material gráfico informativo, se quiere expresar todo aquello que ha sido creado para transmitir por medio de imágenes visuales, determinando el tipo de información. Este material permite transmitir mensajes concretos por medio de imágenes visuales. Es todo recurso que informa, comunica y con el cual se adquieren conocimientos que permiten ampliar un tema determinado.

El material informativo deberá aportar conceptos, definiciones, fórmulas, signos, ilustraciones, procesos, instrucciones, contenidos, todo lo que al grupo objetivo se puede ofrecer para ampliar sus conocimientos relacionados a determinado tema. Además debe constituir una estructura progresiva y jerarquizada de información, para que de esta manera el contenido del material informativo no sea sobre aspectos aislados.

Según Swann, (1990), para diseñar un material gráfico informativo se debe tomar en cuenta que la clave es el atractivo que ejerza al grupo objetivo, lo que logrará que éste se identifique con el tema y así se aproveche de mejor forma y se logre el objetivo del material.

Los contenidos del material gráfico informativo se determinan a partir de un proceso en el que se resume toda la información que se desea hacer llegar a determinado grupo objetivo. Además deben ser interesantes y ampliar los conocimientos sobre el tema tratado además de seleccionarse en función a las necesidades e intereses del grupo objetivo. Nunca se debe salir de aspectos reales, ni presentar aspectos subjetivos.

Así mismo, Swann (1990), afirma que existe una gran variedad de materiales gráficos, dentro de los cuales se encuentran los foliares o desplegados, los anuncios gráficos, las revistas, etc.

- ▶ Folletos
- ▶ Revistas
- ▶ Periódicos
- ▶ Anuncios gráficos
- ▶ Volantes
- ▶ Desplegables
- ▶ Afiches

Los materiales mencionados son los más usados o comunes, sin embargo también existen otros que van directamente al lector, por lo que también se le conoce como literatura directa.

Estos materiales pueden ser enviados por correo, distribuidos por otras personas o colocados en lugares convenientes. No existe un tipo específico de material gráfico informativo a utilizar, simplemente se deben tomar en cuenta las características del grupo objetivo para lograr elegir el mejor material de acuerdo a sus necesidades.

Todo material gráfico debe de realizarse a través de una combinación y composición de formas, tamaños, colores, etc., que ayudarán a la visualización del contenido presentado y contribuirá a la asimilación del mismo. Uno de los aspectos más importantes a considerar en el desarrollo de estos materiales es que los contenidos deben de comunicar el propósito en relación a la persona a la que va dirigido. El uso del color, la tipografía, y las imágenes deben de capturar la atención, creando jerarquías que faciliten su interpretación.

IMPORTANTE

Para diseñar un material informativo se debe tomar en cuenta que la clave es el atractivo que ejerza al grupo objetivo, lo que logrará que este se identifique con el tema y así se aproveche de mejor forma y se logre el objetivo del material. Esto se logra haciendo comprensible el texto, estableciendo un ritmo, dando lugar a la sorpresa y logrando la variedad en la unidad.

▶ Anuncio de Prensa:

Un anuncio de prensa es un elemento publicitario que se sitúa en un rectángulo de papel, y ocupa una o varias páginas, o una fracción de una página de un periódico o una revista. Contiene un mensaje. Sin duda uno de los más importantes dentro de los medios de la comunicación, desde el siglo XVIII se inicia con publicaciones mensuales o trimestrales. Hoy en día adquiere una periodicidad diaria. Su función es la de informar diariamente. La publicidad es el principal medio de financiación de la prensa escrita. Sin ella, los periódicos no podrían subsistir económicamente.

En el anuncio de prensa destacan los siguientes elementos:

- ▶ La ilustración que ha de ser espectacular, capaz de seducir, sugerir e intrigar.
- ▶ El titular. Es lo más importante; suele incluir el nombre de la marca.
- ▶ El texto debe ser claro, contar lo necesario en un orden lógico, parecido al de las noticias y captar gradualmente el interés del lector.
- ▶ El pie de foto. Viene a ser como un segundo titular.

Todos los medios impresos de comunicación éste ha sido el que menor énfasis ha tenido, debido a que se ha visto opacado en cuanto a diseño por revistas, libros y otra literatura impresa.

▶ Periódico:

El periódico es el medio con mayor alcance, cubrimiento y penetración. Permite selectividad, gracias a su distribución nacional, regional o local. A continuación se menciona tanto sus ventajas como las desventajas ante las que se puede enfrentar el diseñador en el momento de proponer un anuncio de prensa.

▶ Ventajas:

- Flexibilidad geográfica.
- Bajo costo.
- Es un medio rápido.
- Bajo costo de producción.
- Mensaje oportuno.
- Diferentes precios según día, tamaño y sección.



▶ Desventajas:

- Corta vida.
- Exceso de información.
- Mucha competencia.
- Calidad del papel y la imagen.



▶ Folletos:

Swann (1990), indica que, un folleto se divide en diversas partes o secciones por su forma de plegado:

- ▶ De una sola hoja o parte, que es el folleto simple.
- ▶ De dos Partes, cuerpos (un plegado)
- ▶ De tres partes, cuerpos o tríptico (dos plegados).

Según Fotonostira (2006), afirma que sin tener en cuenta el número de páginas que tenga, un folleto puede presentar en su formato formas y tamaños muy diferentes, sin dejar a un lado las normas generales de una buena composición.

La parte del foliar que se encuentra en el frente, se le denomina "la portada o tiro"; debe impactar lo suficiente para que al receptor le despierte interés, para ilustrarse de la información del mismo.

El diseñador deberá crear un diseño uniforme y relacionando unas páginas con otras, para evitar que se pierda el atractivo y equilibrio de la publicación.

La información que muestran los folletos, es de forma temporal, y suelen incluirse diseños muy atractivos e innovadores, para que el grupo objetivo centre su atención en ellos.

Swann (1990), afirma que la principal ventaja de estos folletos en comparación de otros materiales informativos, es que suele llevar información directa solamente de algunos productos y servicios de manera puntual y relevante.

▶ Stands

El stand es un lugar de encuentro y espacio de exposición; por ello es importante que sea atractivo y esté bien organizado. Los soportes de imagen como el vídeo (VHS, DVD) o las presentaciones multimedia (tipo PowerPoint) pueden ayudar a capturar la atención del grupo objetivo.

Swann (1990), indica que los stands ocupan un lugar especial en el mundo de la publicidad. Estos se utilizan para informar, de una manera sencilla y atractiva. Pueden ser considerados como stands, una góndola exhibidora, una bandeja expositora, una banda de estanterías, un cartel colgante, un distintivo para colgar del producto o cualquier otra forma de material exhibidor que se utilice para anunciar productos concretos. Una consideración que distingue al stand, es la variedad de materiales sobre los que se pueda reproducir, creando apariencias y texturas interesantes. Otra consideración es el hecho de que éstos sean tridimensionales.

7 Proceso de conceptualización

Para llegar a definir un concepto el cual sea la base para el diseño del material propuesto, se realizaron algunos ejercicios como ayuda para este propósito. Se inició por enlistar palabras que se relacionarán con las características psicográficas del grupo objetivo, así como con el tema y necesidad detectada al inicio del presente proyecto.

Emergencia	Damnificados	Corazones	
Ayuda	Educación	Diversión	Estudio
Solidaridad	Respuesta	Alegría	Seguridad
Sociedad	Equipo	Jóvenes	Estilo
Valentía	Magnitud	Expresión	Sexualidad
Acción	Prevención	Libertad	Vanguardia
Desastre	Primeros Auxilios	Informal	Dinamismo
Naturaleza	Riesgo	Inquietud	Familia
Accidente	Reconstrucción	Fiesta	Viajes
Alarma	Rehabilitación	Amigos	Colorido
Amenaza	Respuesta	Amistad	Comunicación
Inseguridad	Salvar	Socializar	Juegos
Seguridad	Sobrevivencia	Aventura	Fotos
Aviso	Socorro	Deporte	Chistes
Restaurar	Víctima	Música	Bares
Catástrofe	Vida	Internet	Dinero
Capacitación	Desolación	Tecnología	Entretención
Trauma	amor	Aceptación	Acción
Dolor	Emergencia	Pertenencia	Energía
Pobreza	Ayuda	Moda	Pasión
Altruismo	Solidaridad	Sentimientos	Entusiasmo
Crisis	Vida	Sensaciones	Eventos
Esperanza	Amor	Disfrutar	
Daños	Voluntario	Grupo	

El segundo paso consistió en relacionar unas con otras para formar frases con las que se pueden encontrar nuevos contenidos de significado que orienten la definición del concepto.

Las palabras elegidas sobre las cuales se trabajó son:

Ayuda, corazones, restaurar, dolor, esperanza, rehabilitación, salvar, vida, amor, pasión, entusiasmo, joven, libertad, amigos, energía, acción.

Estas palabras se combinaron y adaptaron para formar frases.
Las frases generadas son las siguientes:

- Corazones libres con amor
- Los amigos son como un bastón.
- Corazón joven, expresión de libertad.
- Sentimientos y sensaciones en acción.
- Desborde de energía, ayuda con pasión.
- Corazón joven, sentimiento de libertad.
- Un corazón joven es una llama ardiente.
- La ayuda es como el venado que hala un trineo
- Un joven que ayuda es un aprendiz de héroe.
- Sentimientos y sensaciones en libertad para ayudar.
- El amor de un voluntario es como una fiesta en el corazón.
- Los jóvenes son como frutos tiernos que penden de un árbol.

- Construyendo esperanzas.
- Ayuda para el corazón.
- Expresión de amor
- Corazones jóvenes
- Acción entusiasta.
- Energía y corazón.
- Ayuda, alegría del corazón
- Amigos solidarios
- Salva con ayuda.
- Salva con amor.
- Restaurando vidas y corazones.
- Rehabilitando vidas y corazones.
- Dar vida y esperanza.
- Al dolor con amor.
- Salva corazones y esperanzas.
- Salva vidas con esperanza.

De la lista anterior, se seleccionaron las siguientes:

Desborde de energía, ayuda con pasión. / Restaurando vidas y corazones.

Cada una de éstas, individualmente, podría tomarse como concepto, no obstante, se consideró que una es complemento de la otra y así se decidió generar un concepto basado en la fusión de ambas frases, quedando de la siguiente forma:

► **Concepto Final:**

CORAZÓN Y ENERGÍA PARA RESTAURAR VIDAS.

Los jóvenes, por naturaleza, son generadores y portadores de energía, la cuál la descargan en actividades que le llenen interiormente y le satisfagan físicamente; al ser bien encausada esta energía, la juventud es capaz de irradiarla y trascender, y así, de esta forma, contribuir al proceso de ayuda para las personas que han sufrido a consecuencia de desastres naturales o provocados, dando inicio a la restauración de sus vidas que se encuentran devastadas y desoladas por los traumas y las pérdidas. La base del concepto gira alrededor del amor, la energía y la entrega con pasión trabajando en conjunto.

Para facilitar la transmisión del concepto de forma gráfica, se buscaron las definiciones y sinónimos de las palabras claves de la frase, siendo éstas:

▶ Restaurar:

1.- Volver a poner una cosa en el estado o circunstancia en que se encontraba antes.

Sinónimos de restaurar: restituir, reparar, renovar, restablecer, recomponer, reintegrar, rehabilitar, reponer, devolver.

▶ Vida:

1.- Capacidad de los seres vivos para desarrollarse, reproducirse y mantenerse en un ambiente.

2.- Conjunto de medios para vivir.

Sinónimos de Vida: actividad, aliento, alimento, conducta, energía, existencia.

▶ Corazón:

1.- Órgano muscular hueco, impulsor de la circulación de la sangre en los vertebrados y otros animales.

2.- Lugar donde se suelen ubicar los sentimientos internos, los deseos, las pasiones.

Sinónimos de Corazón: ánimo, benignidad, bondad, núcleo, sensibilidad, valor

▶ Energía:

1.- Capacidad mayor o menor de alguien o algo para realizar un trabajo o esfuerzo, o producir un efecto.

Sinónimos de Energía: empuje, fuerza, firmeza, vigor, poder, potencia, ánimo, vida.

8

Contenido del material gráfico

8.1.

CONTENIDO DE TEXTO

La siguiente información, será aplicada en su totalidad o parte de esta, a todas las piezas a diseñar:

- TÚ PUEDES AYUDAR A RECONSTRUIR LAS VIDAS DE LOS GUATEMALTECOS DAMNIFICADOS,

APOYANDO CON CORAZÓN A TRAVÉS DE VOLUNTARIOS CONRED, EL GRUPO DE VOLUNTARIOS DE LA COORDINADORA NACIONAL PARA LA REDUCCIÓN DE DESASTRES.

- Tú puedes ser parte del grupo de Voluntarios que ayudan a restaurar las vidas de nuestros hermanos guatemaltecos que aún padecen las secuelas de los desastres naturales que han golpeado a nuestro país.

Vamos.... ÚNETE

- Capacítate en temas como:

Educación,
Divulgación, y

Fortalecimiento de redes en prevención de desastres.

- DATOS ESTADÍSTICOS DE LA TORMENTA STAN?

- CALENDARIO DE ACTIVIDADES

- CENTROS DE AFILIACIÓN

- Dirección,
- Teléfonos,
- Correo electrónico,
- Dirección de página web.

8.2.

CONTENIDO GRAFICO**PROYECTO**
final
de diseño

TABLA DE REQUISITOS			
ELEMENTO DE DISEÑO	FUNCIÓN	TECNOLOGÍA	EXPRESIÓN
COLOR	Capturar la atención del grupo objetivo, logrando su identificación con el material y concepto de diseño.	Utilización de colores institucionales naranja (0c64m84y0k), azul (93c65m33y19k), blanco y negro del 100 al 10 por ciento de sus tonalidades. Crear contraste y armonía visual.	Energía
TIPOGRAFIA	Capturar la atención del g.o., Crear identificación de imágenes - g.o. Invitar a la lectura.	Tipografía de tipo Sans Serif , de la familia Palo Seco con característica Lineal sin modulación. Mayúsculas y minúsculas y bold. Títulos en bold a 18 o más puntos, texto corrido, de 10 puntos en adelante. dependiendo de la pieza a la que se aplicará el texto. Otro tipo de letra de la misma familia para emplear en títulos. Resaltar aspectos importantes.	Familiaridad
IMAGENES	Reforzar el concepto de diseño. Facilitar el reconocimiento de las mismas por parte del g.o.	Empleo de íconos preestablecidos. Textura creada para lograr unidad con tipografía.	Impacto
DIAGRAMACIÓN	Crear jerarquía para facilitar entendimiento del mensaje por parte del g.o.	Bloques con poco texto y mensajes cortos, jerarquizar mensajes resaltando importancia. Texto Justificado izquierda o derecha, interlineado variable. Equilibrio oculto. Descentralización de ejes. Utilización de líneas rectas e irregulares.	Dinamismo
FORMATO	Capturar y mantener la atención. Cercanía al grupo objetivo.	Ubicación vertical en todas las piezas. Medidas estándar que reducen costos y con las que se aprovecha mejor el rendimiento del recurso de impresión. En material promocional, dependerá del objeto que el cliente decida realizar.	Aceptación
SOPORTE	Mayor impacto hacia el grupo objetivo. Hacer resaltar el material y el colorido	Couché 80 grms, texcote 12 Barniz UV semimate Manta vinílica.	Apreciación

9

Medios y formas de distribución

9.1.

ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACION

Se propone una estrategia de comunicación para la convocatoria de voluntarios la cual se implementará de la siguiente manera:

Se sugiere a CONRED que proporcione a personas que laboren dentro de la institución, específicamente dentro del departamento de voluntariado, o bien personas que actualmente son voluntarios activos, para que formen el grupo que estará a cargo de los stands que serán ubicados en lugares estratégicos los cuales se han definido según el perfil psicográfico del grupo objetivo, tomando en cuenta los lugares que gustan frecuentar, como centros comerciales, cines, universidades, colegios, tiendas de auto servicio, restaurantes de comida rápida, entre otros.

Se diseñará un trifoliar como material informativo el cual se proporcionará a la entidad para que ésta sea la encargada de entregarle dicho material al equipo de captación de voluntarios que se colocarán en los lugares propuestos, con previa autorización, solicitada por el departamento de voluntariado de CONRED. Como parte del material informativo se publicará un anuncio de prensa en los suplementos de Siglo XXI (Gente 21), El Periódico (Switch) y Prensa Libre (Aula 2.0) que están dirigidos a jóvenes y adolescentes.

El material de apoyo que será utilizado para este fin está conformado por los identificadores para el stand, material promocional que será definido por el cliente, el cual podría ser lapiceros con el logotipo de la institución, playeras o gorras, también se realizará el diseño de un gafete el cual entregarán los capacitadores a las personas voluntarias inscritas que asistan al curso de capacitación, y los Bumper Stickers que serán proporcionados a los voluntarios ya capacitados para ser identificados fácilmente.

Este programa se divide en etapas:

▶ Etapa 1 (Intensiva 2005)

Se realizará en el plazo inmediato (noviembre, 2005), y tendrá una duración de un mes. Dentro de ésta se estarán visitando lugares como cines, restaurantes de comida rápida, tiendas de auto servicio, y centros comerciales. El stand se colocará todos los días en un horario de 10:00 a.m. a 8:00 p.m. Se propone que sea intensiva ya que los jóvenes se encontrarán en período de vacaciones.

▶ Etapa 2 (Primer Trimestre año 2006)

Se estará trabajando en colegios y universidades, cubriendo así las 10 universidades y la mayor parte de colegios privados a los que asiste el grupo objetivo. En el caso de las universidades se ubicará el stand, durante una semana en cada una para llegar a los estudiantes cubriendo así todas las jornadas de estudio, éste será colocado en las áreas que son punto de encuentro de todos los estudiantes. En el caso de los colegios se programarán visitas dentro del horario de estudios, para impartir una conferencia y así reunir a todos los estudiantes de básicos y diversificado, posterior a la charla informativa y motivadora se pasarán las fichas de datos a todos aquellos que deseen unirse al voluntariado CONRED. También se asistirá a actividades como, Juventud del Colegio Don Bosco, actividades de aula 2.0, kermesses, mañanas deportivas, etc.

▶ Etapa 3 (a partir de abril de 2006)

Es la etapa más larga, en ésta se estará asistiendo a las colonias, y diferentes zonas residenciales de la capital cercanas al grupo objetivo.

En la etapa 2 y 3, se sugiere que paralelamente se inicie el trabajo de captación de voluntarios dentro del área rural, dejando en manos de las Coordinadoras regionales, departamentales y municipales, la estrategia de comunicación que consideren más conveniente.

9.2.

DESCRIPCIÓN DE CADA PIEZA

Pieza	Medio		Forma de distribución			
	Propósito	Físico	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
TRIFOLIAR	Informar al grupo objetivo acerca de la forma en que puede ayudar y unirse al grupo de voluntarios de CONRED.	Impreso	Informativo	Licda. Claudia Flores, encargada del Dpto. de voluntariado hará entrega del Personal que se encargará de proporcionarlo al grupo objetivo.	1 año Será el tiempo que dure el programa de captación de voluntarios dividido en tres etapas.	Centros comerciales: Pradera, Pradera Concepción, Próceres, Miraflores. Cines: Los cines que se encuentran en los centros comerciales mencionados y Magic Place. Tiendas de auto servicio Select, On the Run, de zonas 5, 10, 12, 13, 14, 15, 16 y 17. Universidades y colegios privados.
ANUNCIO DE PRENSA	Informar al grupo objetivo acerca de la existencia del movimiento de voluntarios de la CONRED, por medio del cual pueden ayudar de forma voluntaria. Informar los lugares y fechas en que se puede contactar.	Impreso	Informativo	Licda. Claudia Flores, encargada del Dpto. de voluntariado hará entrega del arte final a Siglo XXI y a Prensa Libre	1 año En la etapa 1 se pautará en un periódico, y en la etapa dos se pautarán en dos periódicos de circulación nacional.	Suplemento Gente 21 de Siglo XXI, el cual se publica cada sábado, Suplemento Aula 2.0 de Prensa Libre, el cual se publica cada martes durante los meses de febrero a octubre.
FICHA DE DATOS	Ayudar a la recopilación de datos de los interesados para que se les pueda contactar para informarles del día que deben asistir a la capacitación.	Impreso	Material de apoyo	Personal responsable del stand, portarán las fichas de datos las cuales serán llenadas con los datos de las personas interesadas en colaborar con el programa de voluntarios.	1 año Será el tiempo que dure el programa de captación de voluntarios dividido en tres etapas.	En stands ubicados en diferentes puntos como: Centros comerciales: Pradera, Pradera Concepción, Próceres, Miraflores. Cines: Los cines que se encuentran en los centros comerciales mencionados y Magic Place, Tiendas de auto servicio Select, On the Run, de zonas 5, 10, 12, 13, 14, 15, 16 y 17. Universidades y colegios privados.
GAFETE DE IDENTIFICACIÓN	Identificar a los voluntarios durante la capacitación, permitiendo así el reconocimiento de cada uno por sus nombres. Además para que sean identificados en las labores de ayuda como miembros del grupo de voluntarios de la CONRED.	Impreso	Material de apoyo	Personal responsable del stand, portará los gafetes para que se identifiquen como voluntarios de CONRED, además los capacitadores entregarán a las personas que reciban los cursos de capacitación para voluntarios.	1 año Será el tiempo que dure el programa de captación de voluntarios dividido en tres etapas.	En stands ubicados en diferentes puntos como los mencionados anteriormente. Centro de capacitación para voluntarios CONRED, Av. Hincapié, adentro de las instalaciones de la institución.
IDENTIFICADORES DE STAND	Hacer notar el lugar físico en el que se ubicará el personal que estará designado a dar la información a las personas interesadas y a recopilar los datos que éstos proporcionen. Captar la atención del grupo para que se acerque al stand.	Impreso	Material de apoyo	Personal responsable del stand, será el encargado colocar los identificadores.	1 año Será el tiempo que dure el programa de captación de voluntarios dividido en tres etapas.	En stands ubicados en diferentes puntos como los mencionados anteriormente.
BUMPER STICKER	Identificar al portador del vehículo como voluntario y que en caso de emergencia, las personas sepan que pueden acudir a éste para que les brinde su ayuda.	Impreso	Material de apoyo	Los capacitadores harán entrega de los stickers a los voluntarios cuando terminan la capacitación.	1 año Será el tiempo que dure el programa de captación de voluntarios dividido en tres etapas.	Centro de capacitación para voluntarios CONRED, Av. Hincapié, adentro de las instalaciones de la institución.

10



Bocetaje y propuesta preliminar **ETAPA!**

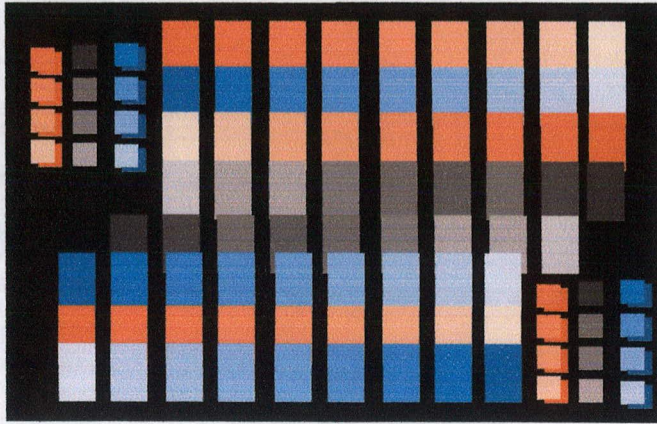
Muestra gráfica
Paleta de color

azul 100%
92c 65m 33y 19k

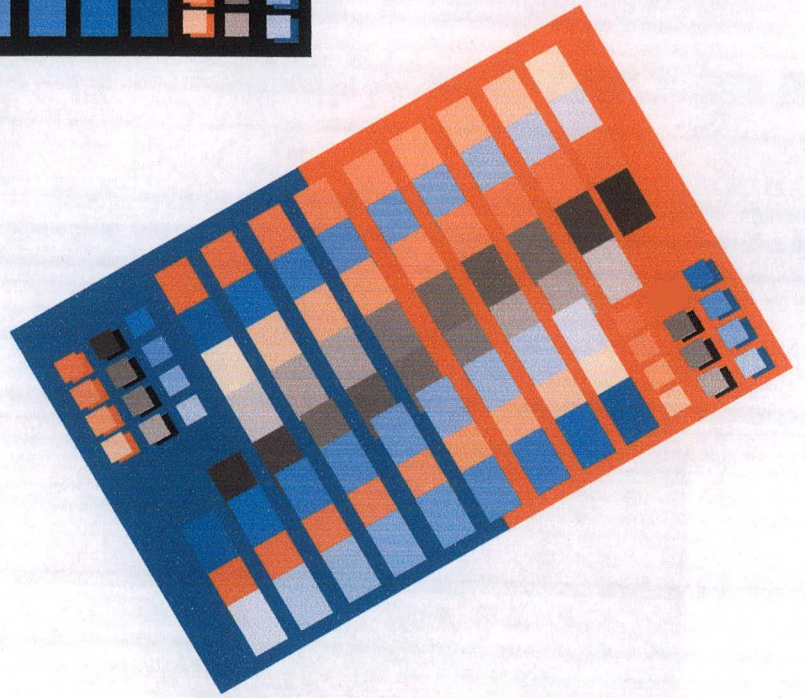
naranja 100%
0c 64m 84y 0k

Explicación

Los colores institucionales serán los que se utilicen en la parte gráfica como fondos, textos, y algún otro elemento gráfico. Estos se combinaron entre sí en sus diferentes porcentajes de color desde un 100% hacia un 10%



Muestra gráfica
Paleta de color



Explicación

Sobreposición entre sí de los colores establecidos, creando una armonía. Se notó que no interfieren al combinar los porcentajes altos con los bajos, además se evidencia que el negro crea contraste al combinarlo con el naranja, lo que crea impacto.

Muestra gráfica
Tipografía**Eras Bold**
**La Coordinadora Nacional Para
la Reducción de Desastres
Naturales o Provocados
(CONRED), 14 pts.****Eras Medium**

Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts

Eras Demi

CONRED trabaja antes, durante y después de la ocurrencia de un desastre. 12 pts.

Kabel Ult.BT

La Coordinadora Nacional Para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (CONRED), 14 pts

Kabel Bk Bt

Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts

Kabel Dm Bt

CONRED trabaja antes, durante y después de la ocurrencia de un desastre. 12pts

Avantgarde Md. BT

La Coordinadora Nacional Para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (CONRED), 14 pts

Avant Garde Bk Bt

Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts

Explicación

Tomando como base las características definidas en la tabla de requisitos en cuanto al elemento tipográfico. Lo que se busca es provocar impacto, el cual se puede transmitir por medio de una tipografía secundaria. Mientras tanto es necesario establecer una tipografía que se utilice para los textos corridos. Para lo cual se eligió la fuente lineal sin modulación perteneciente a la familia Palo Seco.

Lucida Sans 18 pts bold

La Coordinadora Nacional Para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (CONRED), Itálica 14 pts.

Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts

Myriad 18 pts

La Coordinadora Nacional Para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (CONRED), Itálica 14 pts.

Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts

Impact 18 pts

La Coordinadora Nacional Para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (CONRED), 14 pts.

Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts

Impact 18 pts

La Coordinadora Nacional Para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (CONRED), 14 pts.

Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts

Muestra gráfica
Tipografía

Avantgarde Md. BT
La Coordinadora Nacional Para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (CONRED), 14 pts

Avant Garde Bk Bt
Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts



Explicación

Se tomaron dos tipografías diferentes para ayudar a la organización jerárquica de la diagramación, siendo una la que se emplee en títulos y otra en texto corrido.

Impact 18 pts

La Coordinadora Nacional Para la Reducción de Desastres Naturales o Provocados (CONRED), 14 pts.

Como su nombre lo indica, es una Coordinadora. Su trabajo consiste en reunir a todos los participantes, brindarles información confiable, exacta y oportuna, establecer mecanismos de comunicación eficiente y proporcionar una metodología adecuada para la reducción de desastres. 12 pts

Muestra gráfica Tipografía

VOLUNTARIOS CONRED

VOLUNTARIOS CONRED

Voluntarios CONRED

VOLUNTARIOS CONRED

VOLUNTARIOS CONRED

Voluntarios CONRED

Voluntarios CONRED

VOLUNTARIOS CONRED

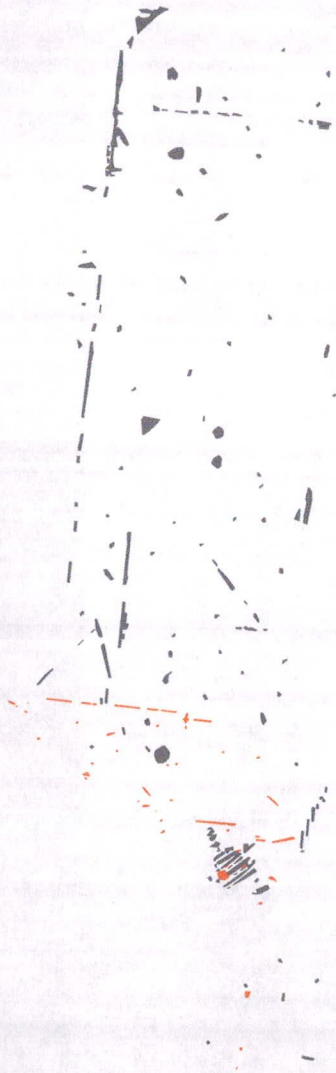
Voluntarios CONRED

Voluntarios CONRED

VOLUNTARIOS CONRED

VOLUNTARIOS CONRED

voluntarios CONRED

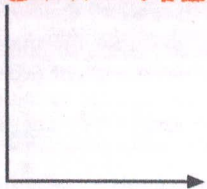


Explicación

Retomando la tabla de requisitos, específicamente la expresividad de la tipografía debe de ser impacto, entonces se consideró estudiar la posibilidad de una tercera tipografía la cual, por sus características se acercara más al grupo objetivo. Por las tendencias actuales y a los gustos del g.o. se consideró que una tipografía con textura o tipo rough sería conveniente utilizar para la expresividad requerida.

Muestra gráfica Tipografía

Se eligieron dentro de todas las que mejor se adaptarían al g.o., siendo estas las mostradas a continuación.



Explicación

De las previamente elegidas se decidió utilizar la tipografía IF, marcada con color naranja, ya que es legible. Con esta misma se hicieron pruebas de texto y de color para comprobar que al emplearla en algunas palabras claves conserva su impacto y legibilidad.

ENERGIA CORAZON ACCION RESPUESTA UNETE



Imagen Pruebas de composición

Para iniciar la etapa de bocetaje de la imagen se inició haciendo una lluvia de ideas gráfica de los elementos que representan las palabras claves del concepto:

Vidas

Se decidió realizar bocetos en base a una figura masculina y femenina, que representan vida, la vida de las personas que se verán beneficiadas con el trabajo de los voluntarios.

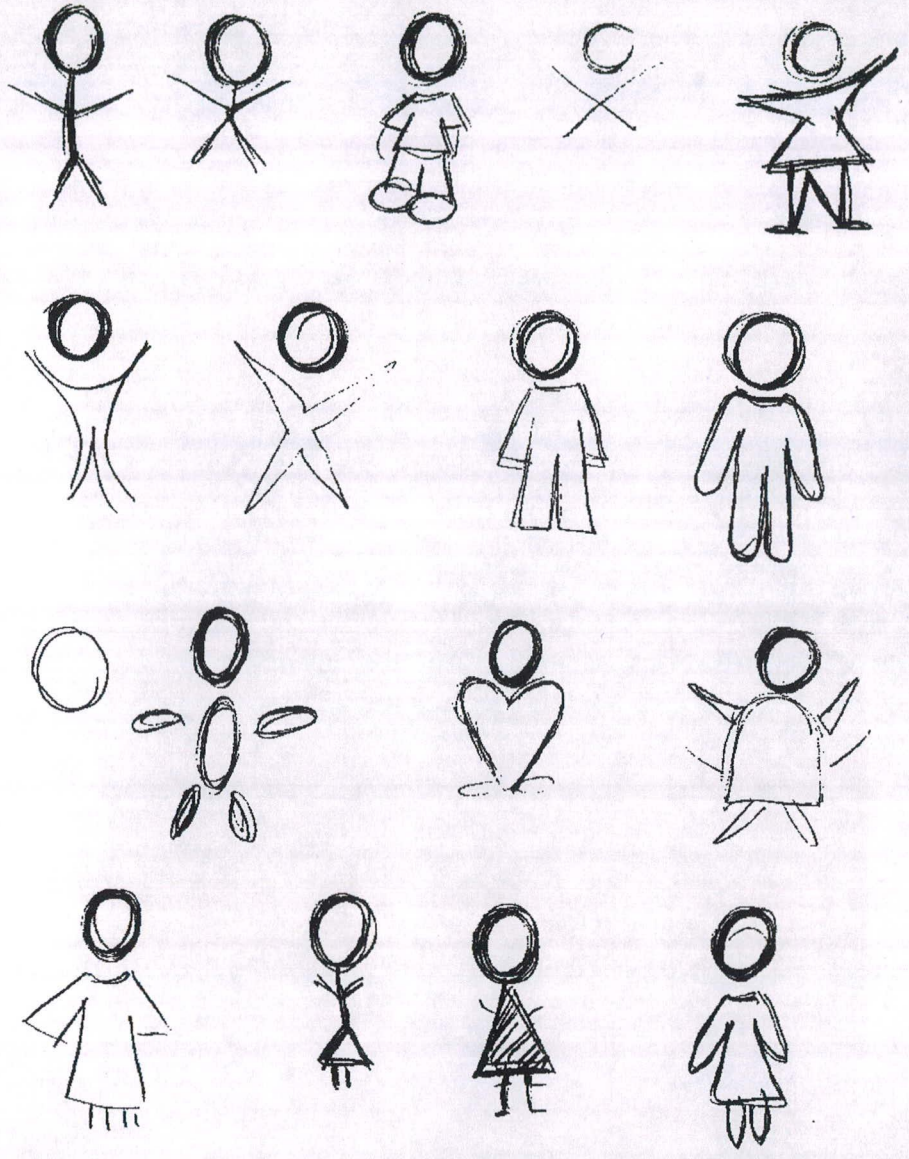
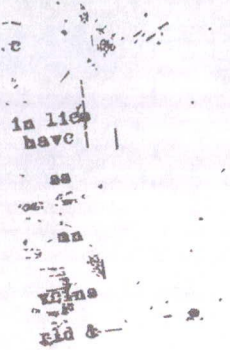


Imagen Pruebas de composición

La línea que se busca trabajar es a base de iconos, ya que es un elemento simple, comprensible y se identifica con el grupo objetivo.

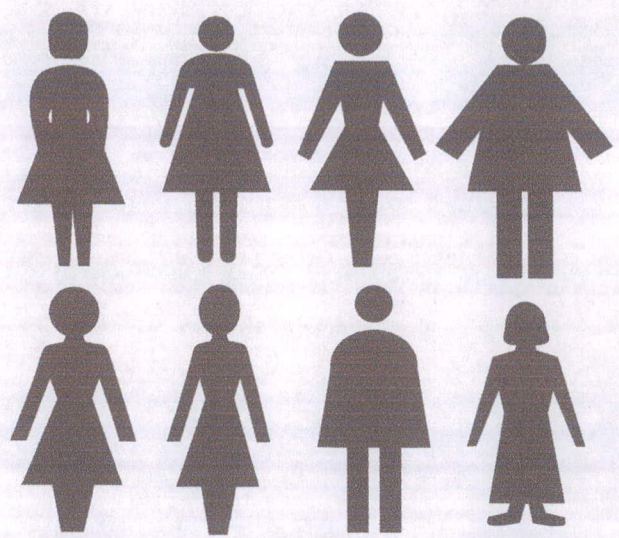
Vidas



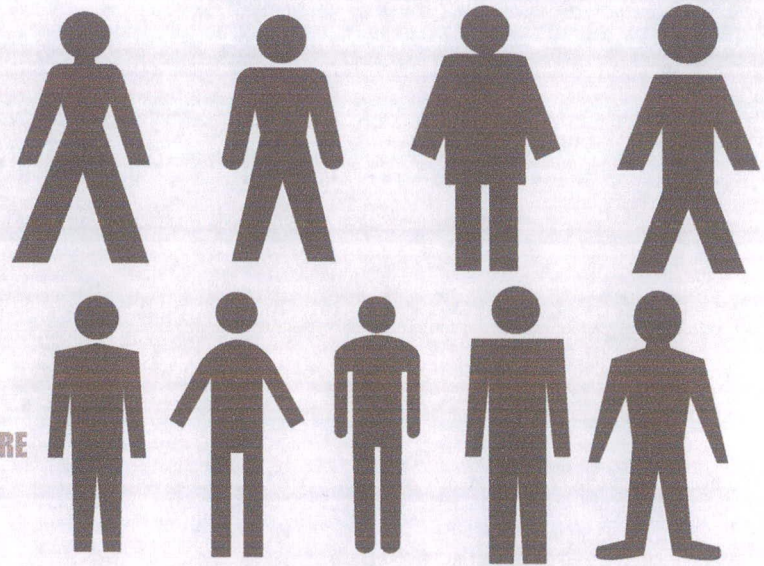
Para definir la línea a utilizar, se buscaron referencias de íconos.

Esto se decidió ya que, según Grajeda (2005)*, el ícono es un elemento simbólico cuyo valor significativo se ha adquirido a lo largo de un proceso (tiempo y socialización) y es universal. Por esta razón se considera que el grupo objetivo lo identifica claramente.

MUJER



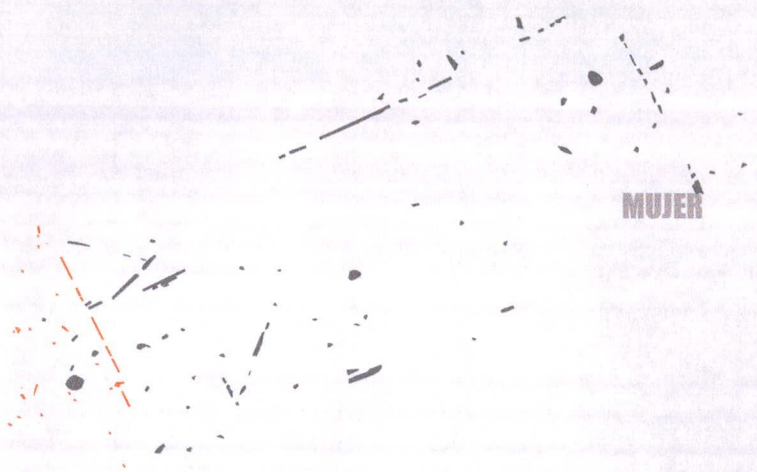
HOMBRE



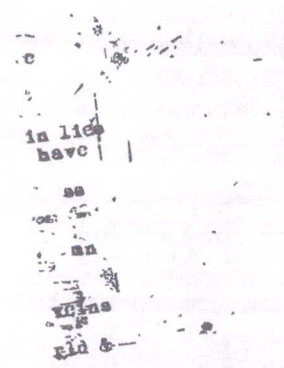
*Copias de Documento recopilado por Erika Grajeda, Septiembre 2005, proporcionadas por catedrática.

Imagen Pruebas de composición

En base a las referencias se modificaron, buscando que dentro de un ícono se encontrara suavidad y firmeza, por medio de los trazos que definen la silueta.



MUJER



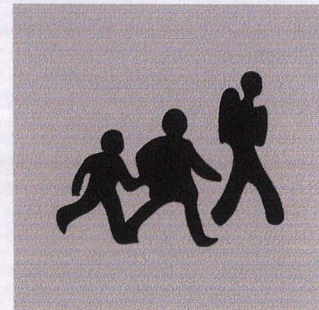
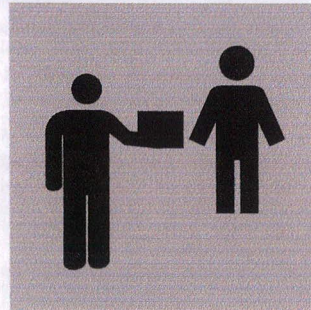
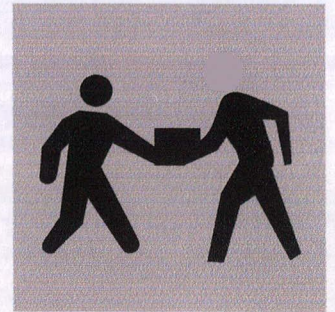
HOMBRE



Estos son los íconos elegidos que representarán las vidas.

**Imagen
Pruebas de
composición**

Se realizaron pruebas de composición en la que los íconos que representan al hombre y a la mujer interactuaran entre si, dándoles movimiento a través de la actividad que el voluntario desempeña en la labor de entrega de alimentos, medicinas, comida, etc.

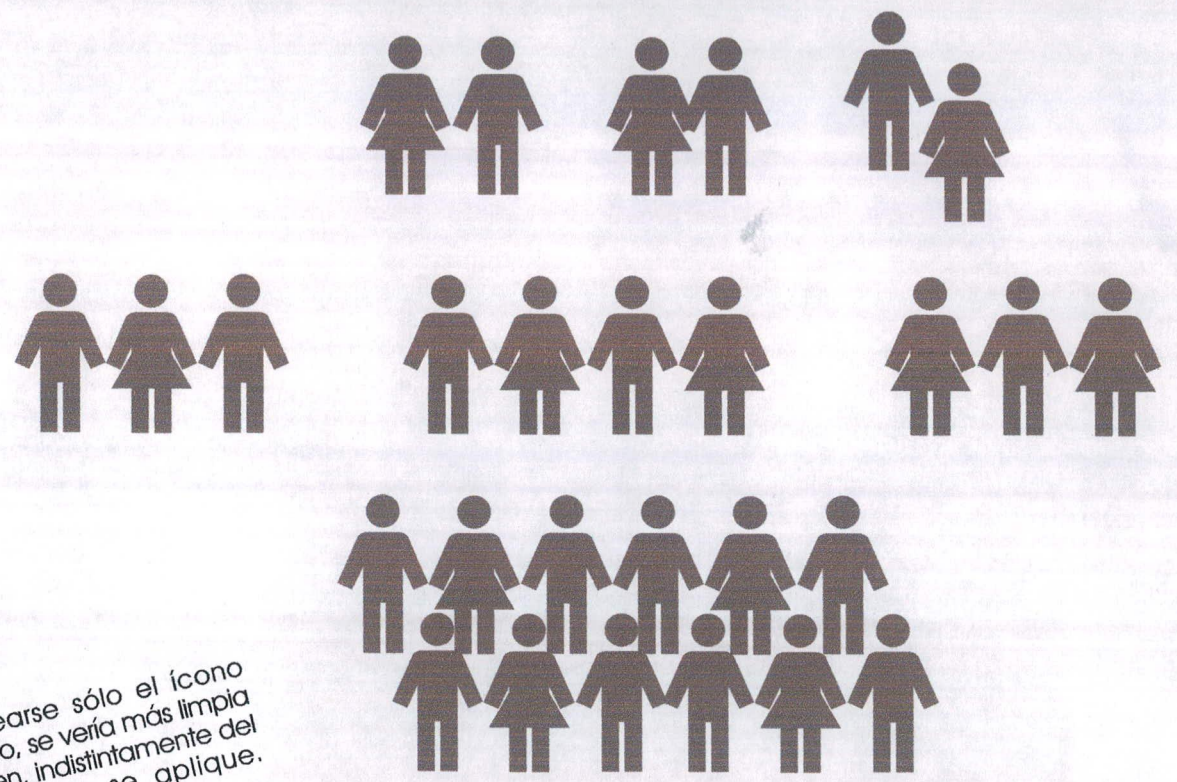


Se consideró que esta actividad representada gráficamente no aportaría mayor valor al material, además que esto recargaría visualmente el diseño, por lo cual el grupo objetivo, considerando que son jóvenes no prestarían atención o simplemente no generaría el impacto deseado.

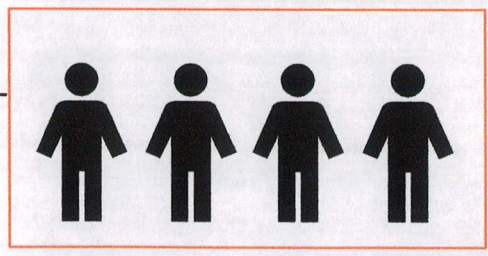
Por esta razón se decide practicar pruebas de composición, trabajando con los iconos en una postura estática.

Imagen Pruebas de composición

Las pruebas, entonces, se realizaron con base al planteamiento anterior, realizando composiciones que determinarían la forma en que los iconos establecidos se emplearán en las piezas gráficas como imagen para la captación de voluntarios.



Al emplearse sólo el ícono masculino, se vería más limpia la imagen, indistintamente del lugar en que se aplique.



Este ícono representa al HOMBRE en general, como ser humano, no se toma como una distinción discriminatoria, sino que generaliza al ser humano ya sea hombre o mujer.

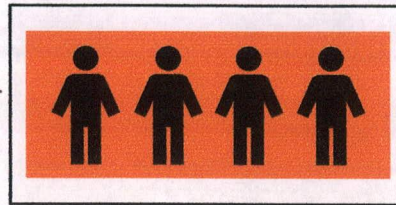
Imagen Pruebas de composición

Habiendo definido la línea iconográfica a utilizar y la composición de la misma, se realizaron pruebas de color.



Imagen
Pruebas de
composición

Habiendo definido la línea iconográfica a utilizar y la composición de la misma, se realizaron pruebas de color.



Se considera que esta combinación de íconos en negro con color naranja al fondo es la más adecuada, ya que el concepto: *"Energía y corazón para restaurar vidas"* busca transmitirse por medio de los elementos gráficos, dentro de los cuales, el color tendrá como expresividad la ENERGÍA y las imágenes cuyos trazos son rectos y firmes y la presencia que ejercen por el color aplicado cumplirán con la expresividad propuesta, siendo esta IMPACTO, esto unido al elemento tipográfico que expresa la familiaridad, creará un diseño que cumpla con lo propuesto y llegue de forma adecuada al grupo objetivo.

Cabe destacar que dentro de la siguiente etapa de bocetaje esto puede variar y tomarse algunas de las combinaciones sugeridas anteriormente.

Imagen Pruebas de composición

De la misma forma se realizaron bocetos de lo que puede ser representativo de la energía gráficamente.

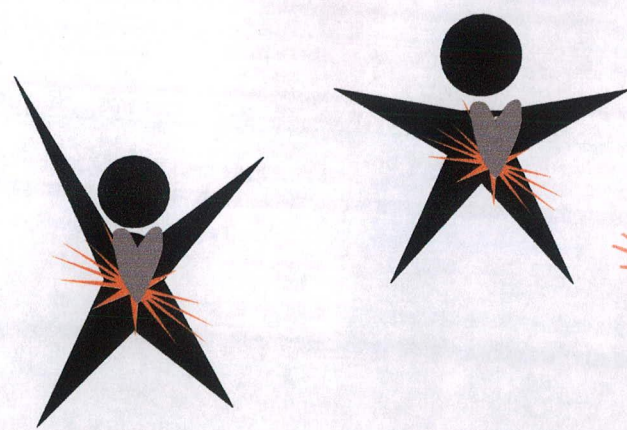
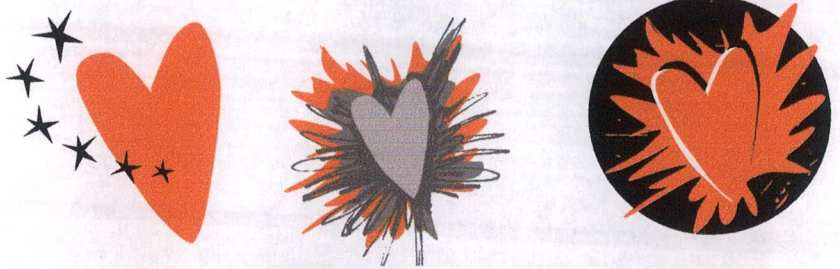
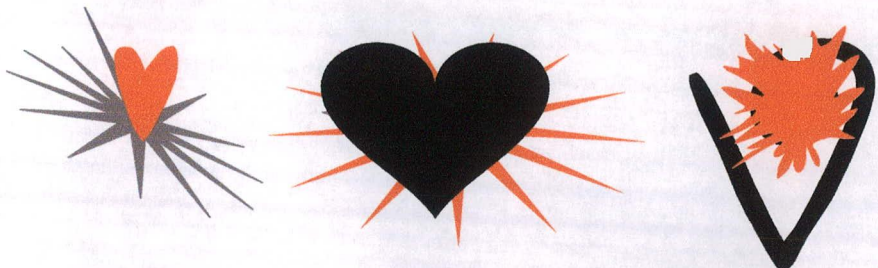
Energía



**Imagen
Pruebas de
composición**

De la misma forma se realizaron los bocetos digitales de lo que puede ser representativo de la energía gráficamente.

Energía



En esta etapa se define que no es necesario utilizar un elemento gráfico figurativo de la energía, ya que el color Naranja será el que transmita esta parte del concepto.

Muestra gráfica
Logotipo

Para iniciar con el bocetaje del logotipo que identificará al grupo de voluntarios jóvenes de la CONRED se establecieron los elementos claves que éste pueda incluir y que además representen el concepto.

Explicación

Se decidió hacerlo por medio de una V de voluntarios integrada a un corazón, ya que corazón es un elemento fundamental del concepto "Energía y Corazón para restaurar vidas"

Se realizó un estudio previo de los trazos de las diferentes V's que aparecen dentro de algunas tipografías las cuales servirán de referencia.



En cuanto a corazones no se encuentran muchas variantes, debido a que sus trazos deberan siempre buscar definir su forma, de lo contrario se perderá sin lograrlo percibir.



Se creará un elemento joven, con fuerza y carácter que se pueda identificar con ambos sexos.

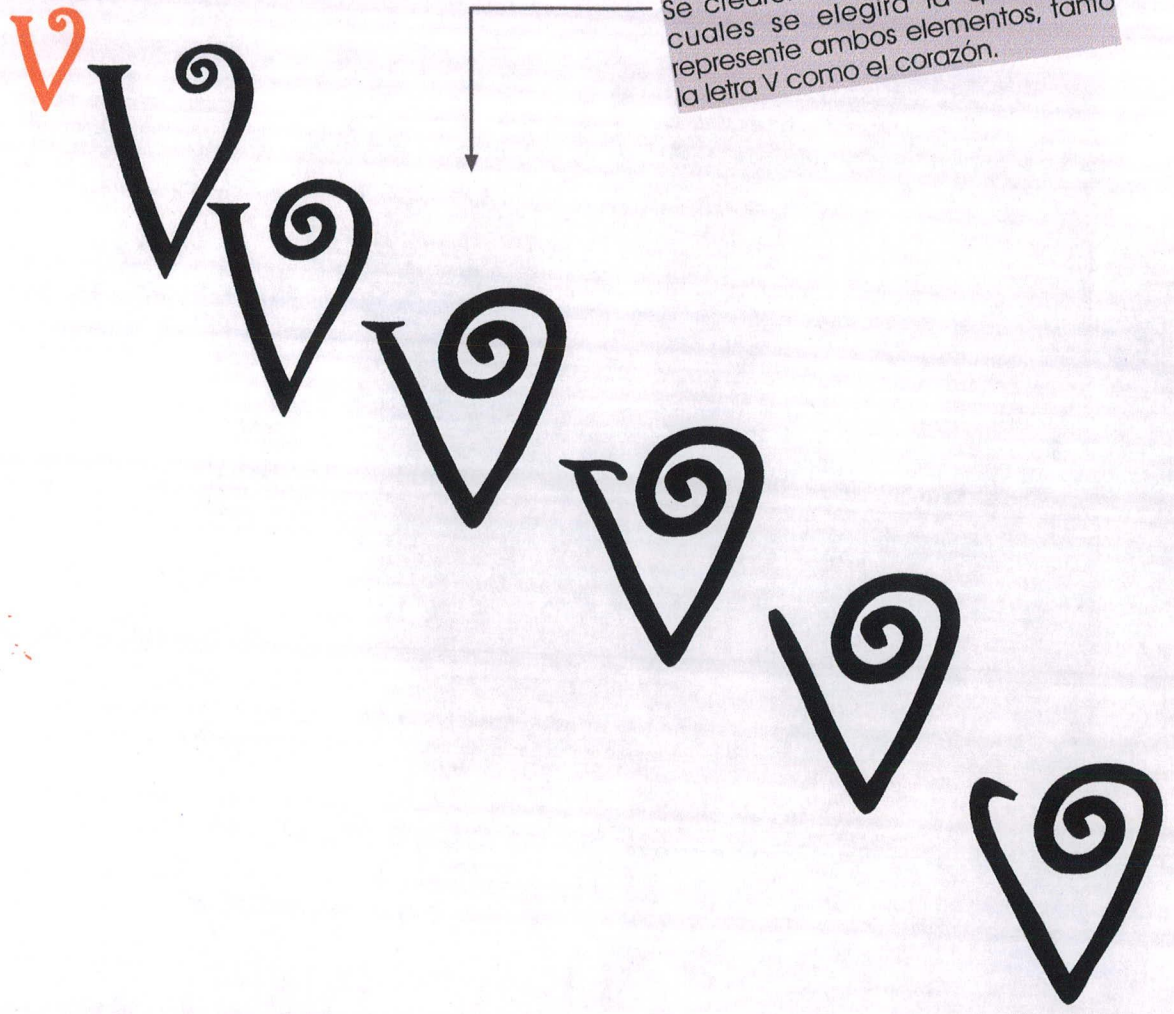


Se eligieron algunas V's que por sus rasgos se puedan implementar con el corazón
 Estas servirán de guía para la creación del logotipo

**Muestra gráfica
Logotipo**

Explicación

Se crearon varias opciones de las cuales se elegirá la que mejor represente ambos elementos, tanto la letra V como el corazón.



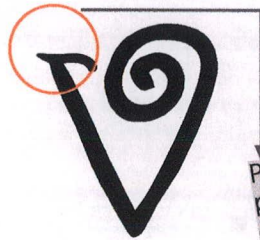
**Muestra gráfica
Logotipo**



Esta es la que se considera la mejor opción, ya que contiene los rasgos básicos de la letra V y los de un corazón. El espiral se fue ampliando a partir de la curvatura de la tipografía original para darle dinamismo y transmitir subjetividad y dar la sensación de algo intrínseco ya que la intención de ayudar es algo que viene de adentro, del corazón de cada persona.



En una pre-validación se hizo la observación de que se mejorara el inicio de la V, es decir, darle más aspecto de V que de corazón.



Para solucionarlo, y llegar a la que sería la propuesta final del elemento principal del logotipo, se retomaron las formas iniciales de la V tomada como base.

Muestra gráfica Logotipo

Siguiendo con el elemento del círculo utilizado en el logotipo de CONRED y en el de Voluntarios se implementó para que creará unidad entre ambos logotipos.



Explicación

Se eligió la enmarcada en naranja ya que el alto contraste crea impacto visual, haciendo un diseño más llamativo para el grupo objetivo.

**Muestra gráfica
Logotipo**

Para el nombre se empleó la tipografía sugerida desde el inicio IMPACT ya que por sus rasgos representa firmeza, fuerza e impacto como su nombre bien lo dice.



**VOLUNTARIOS
CONRED**

Se realizaron varias pruebas en la ubicación del texto, se descartó esta opción ya que no integra al texto con el elemento

Al hacer la prueba que integrara de alguna forma a ambos elementos, se descartó esta opción ya que pareciera que el texto asfixia al círculo. Para hacer que la impresión visual anterior fuera menos evidente se colocó un círculo entre ambos y se le aplicó color para marcar una línea divisoria del los elementos que a su vez los integra.



**VOLUNTARIOS
-CONRED-**



**VOLUNTARIOS
-CONRED-**

Se tomó el círculo de la propuesta anterior y se separó el texto, haciendo una prueba de ubicación, siendo esta en la parte inferior del mismo. Y por último se elimina el relleno del círculo de color, dejando sólo la línea lo cual hace más énfasis en el elemento principal.

Explicación

Esta es la opción elegida que identificará a los voluntarios jóvenes de CONRED

Muestra gráfica Logotipo

Habiendo decidido el diseño del logotipo, se retoma la tabla de elementos como guía de comparación para saber si se está cumpliendo con la expresión de los elementos.

Si bien, anteriormente se estableció que la energía se transmitiría a través del color, se hace una prueba en el logotipo con elementos gráficos que representen la energía.



**VOLUNTARIOS
-CONRED-**



**VOLUNTARIOS
-CONRED-**



**VOLUNTARIOS
-CONRE -**



**VOLUNTARIOS
-CONRED-**



**VOLUNTARIOS
-CONRED-**



**VOLUNTARIOS
-CONRED-**

La textura que en esta muestra se aplica, se consideró interesante, por esta razón, se decide implementarla en el logotipo elegido.

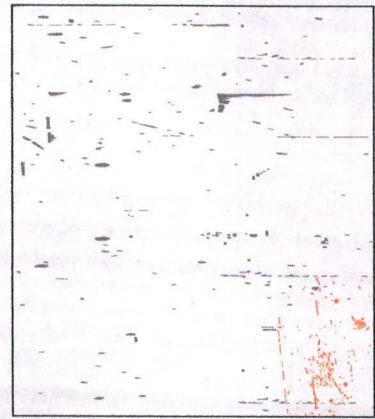
**Muestra gráfica
Logotipo**

A la propuesta final se le implementó textura como otro elemento gráfico que provocara impacto y la identificación del grupo objetivo con éste.



**VOLUNTARIOS
-CONRED-**

Para este fin se tomó una textura tipo rough, que en base a la observación de materiales o estilos de diseño dirigidos a el grupo objetivo, se puede notar que este es un estilo utilizado frecuentemente en materiales dirigidos a jóvenes.



Además representa desorden, desastre, y en cierta forma dolor, lo cual se compensa con el corazón que representa el amor con el que los voluntarios ayudarán a restaurar las vidas de las personas damnificadas.

**VOLUNTARIOS
-CONRED-**

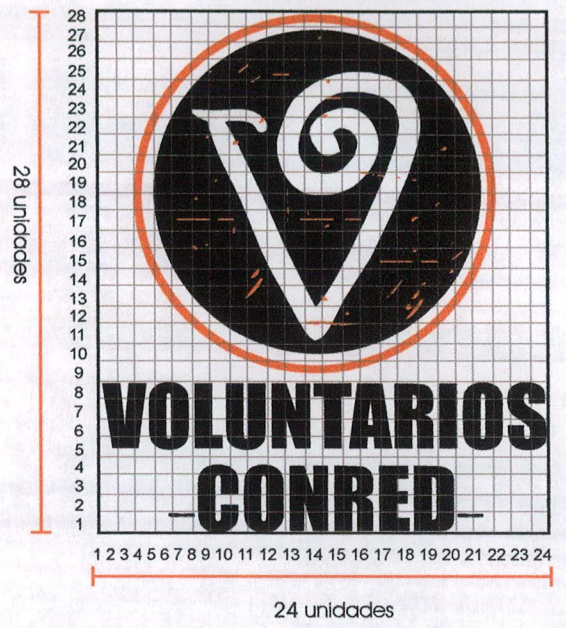
Explicación
Finalmente el logotipo queda de esta forma con la textura, la cual le da más fuerza y carácter al diseño.

Muestra gráfica
Logotipo

Se espera que en un futuro sea este el logotipo que identifique no sólo la campaña de captación de voluntarios sino, al programa en general, por esta razón se indicará la utilización correcta de este logotipo como una guía para uso de la institución.

La unidad de medida tomada como base para la medición de la proporción adecuada del logotipo fue el ancho de la letra I

- Negro
0c 0m 0y 100k 
- Naranja
0c 64m 84y 0k 



Para el empleo adecuado del logotipo en diferentes medios impresos deberá de estar dentro de las variantes siguientes:



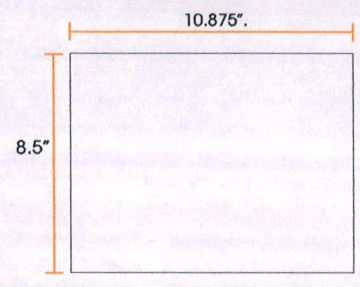
Queda a discreción de la institución el empleo de las diferentes variantes del logotipo de la forma más conveniente en la impresión de materiales.

Formato

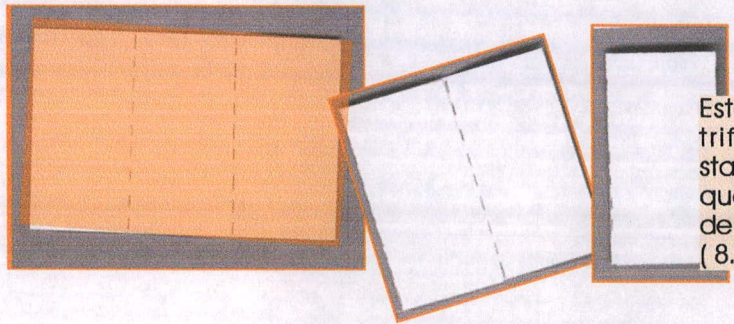
Antes de iniciar con la etapa de composición de diseño, en la cual se integran todas las fases finales del bocetaje en cuanto a color, tipografía, imagen y diagramación, es necesario establecer los formatos a utilizar, las medidas, dobleces y orientación que se desea en cada pieza según la expresión establecida en la tabla de contenidos, en este caso, la expresión que se busca es notoriedad. Para el trifoliar se considera necesario realizar un bocetaje en cuanto a la orientación y dobleces.

Trifoliar
Medidas: 8.5" x 10.875"
Orientación: Horizontal

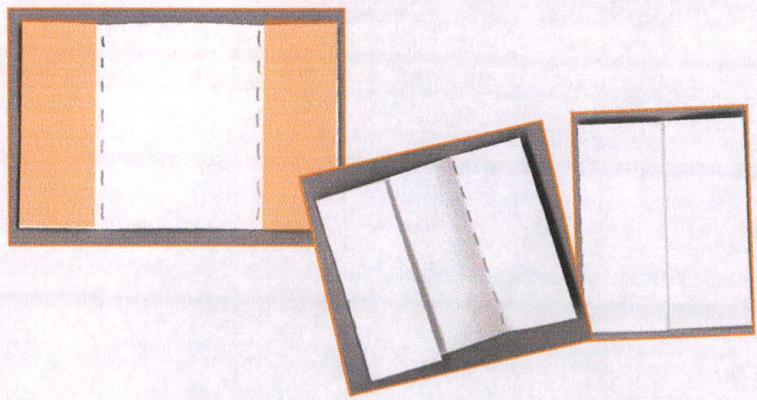
Se inició realizando bocetos tipo dummy, para tener una idea más cercana a lo que podría ser la apariencia física de las piezas.



Habiendo definido en la tabla de requisitos las medidas de cada pieza de diseño, en base a los costos, aprovechando al máximo el rendimiento del papel; por esto las medidas para el trifoliar son las medidas standard (8.5" x 10.875").



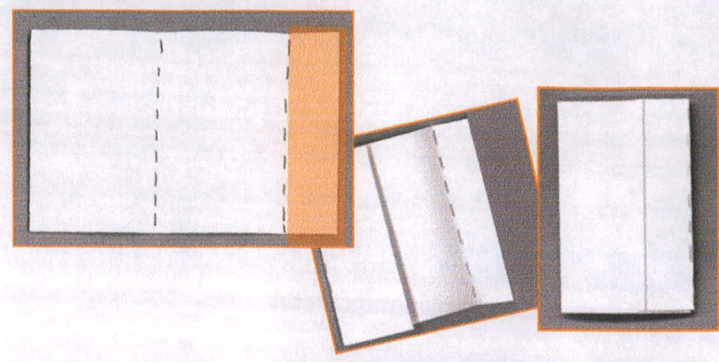
Este es una muestra del trifoliar con medidas standard (8.5" x 10.875"), que guarda en cada uno de sus folios medidas iguales (8.5433" x 3.7007").



Guardando las medidas standard se realiza este boceto con un diferente doblez. Donde los folios laterales tienen un mecanismo de cierre hacia adentro.

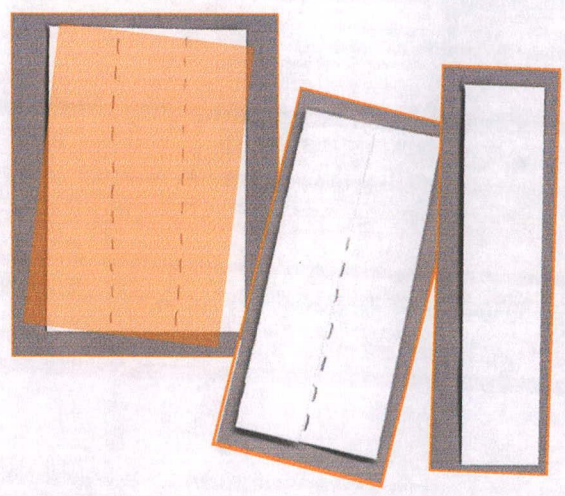
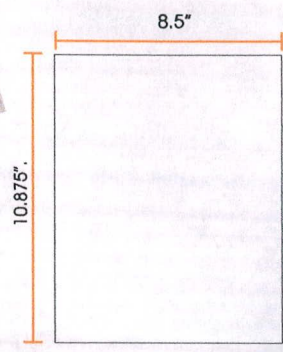
Formato

Trifoliar
Medidas: 8.5" x 10.875"
Orientación: Horizontal



En esta opción, el folio central así como el lateral izquierdo poseen las mismas medidas, mientras que el folio derecho es más angosto, creando así un cierre en forma de pestaña.

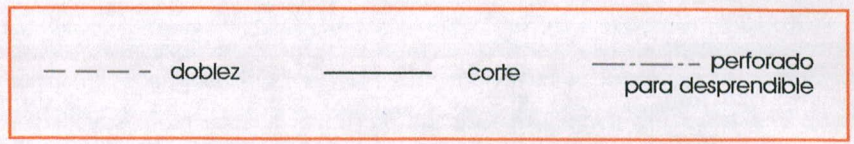
Trifoliar
Medidas: 8.5" x 10.875"
Orientación: Vertical



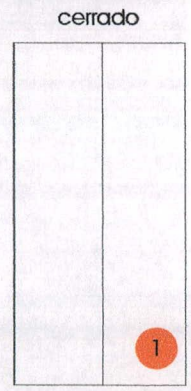
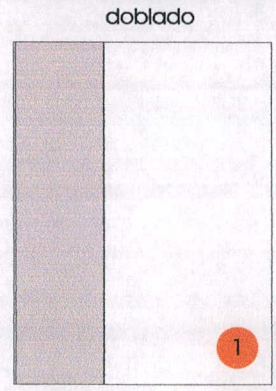
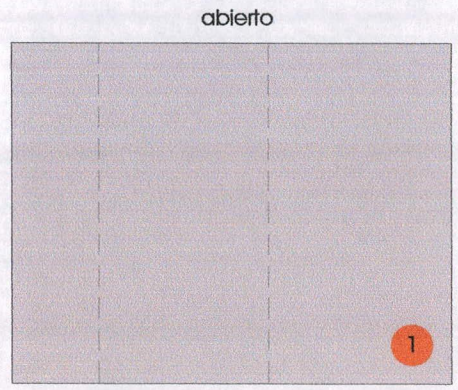
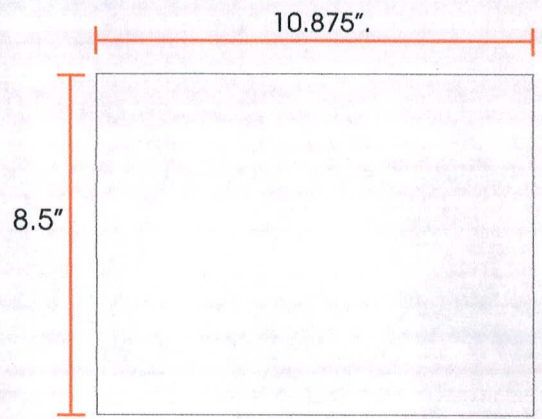
Al cambiar de orientación el formato el trifoliar sería verticalmente largo, por lo cual no permite la diagramación del texto, mensaje, y demás elementos gráficos.

Formato

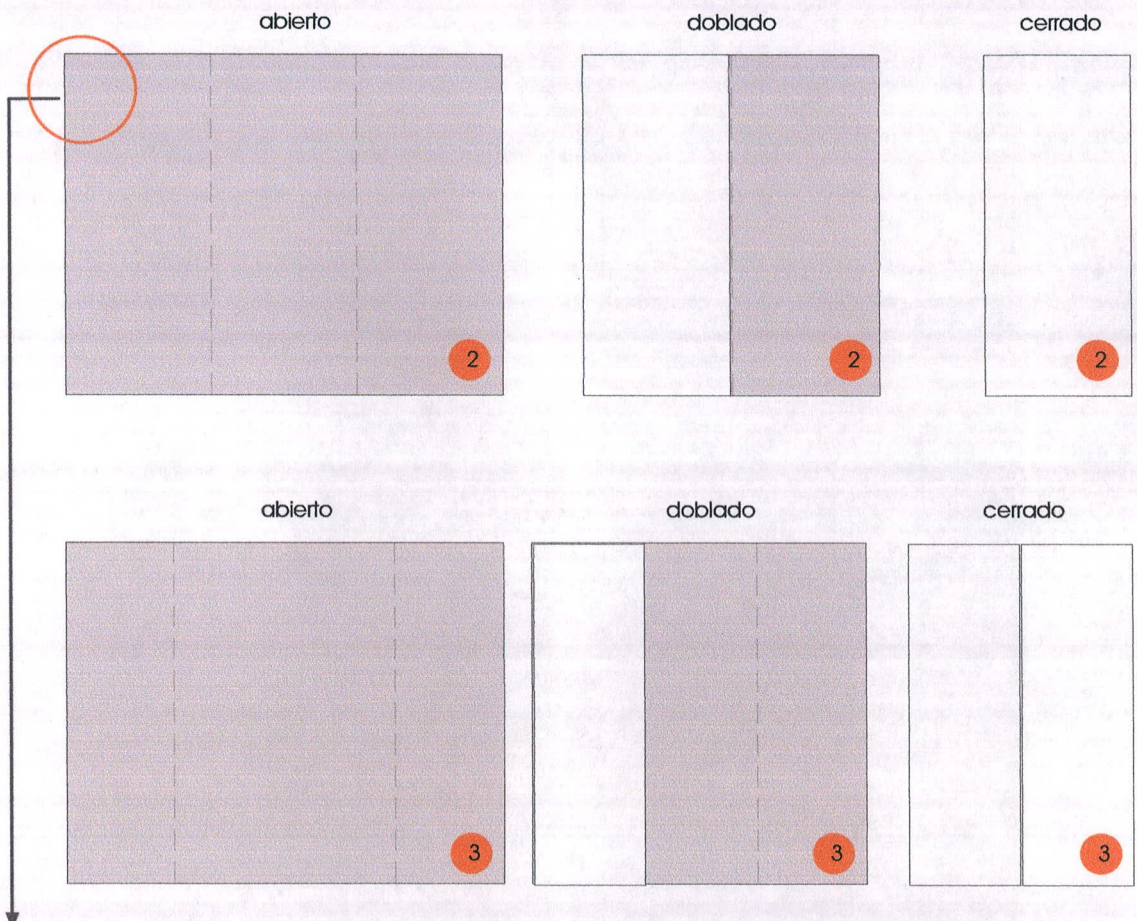
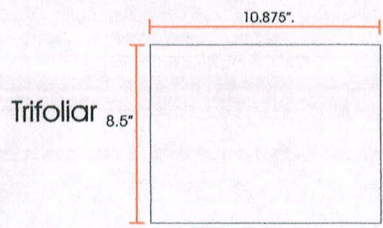
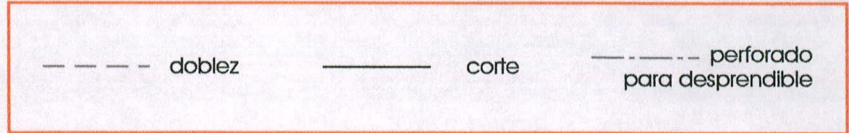
Se considera que la orientación más adecuada para el trifoliar, con base al tipo de información a transmitir es la horizontal. Por este motivo se visualizan las opciones que este presenta.



Trifoliar



Formato

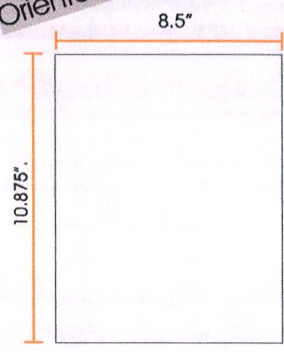


Se elige el formato tradicional del trifoliar, ya que or la información establecida en el contenido teórico de diseño, se considera la mas adecuada en cuanto a la funcionalidad que debe de tener facilitando de este modo la diagramación.

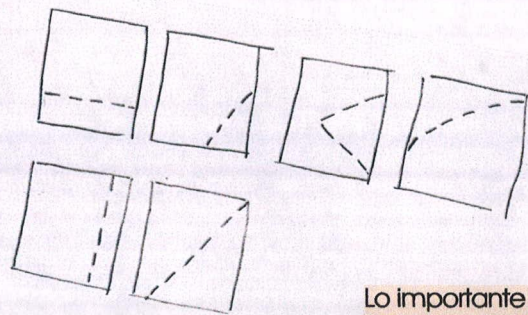
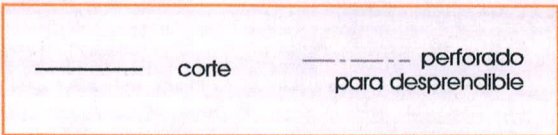
Formato

Los tamaños fueron establecidos anteriormente, en base a los costos, aprovechando al máximo el rendimiento del papel; por esto las medidas para las fichas de datos son medidas standard, para esto se toma en cuenta el contenido de texto que estas poseen.

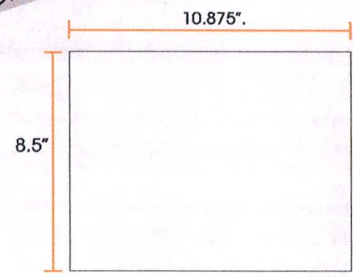
Ficha de datos
Medidas: 8.5" x 11"
Orientación: Vertical



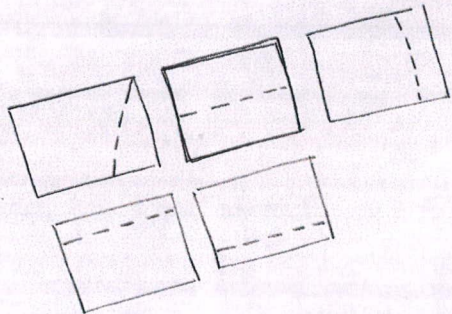
Lo importante a bocetar en esta pieza es el desprendible que será entregado como un comprobante de la afiliación del voluntario.



Ficha de datos
Medidas: 8.5" x 11"
Orientación: Horizontal



Lo importante a bocetar en esta pieza es el desprendible que será entregado como un comprobante de la afiliación del voluntario.

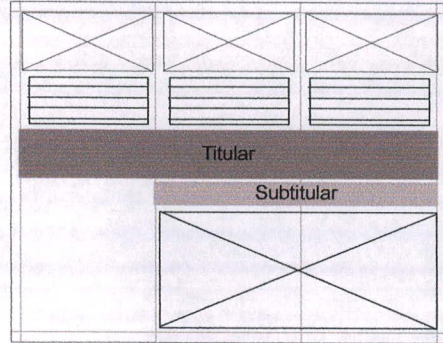


El resto de la piezas como lo son, los gafetes, stickers, anuncio de prensa y stand, no cuentan con dobles ni troqueles, se trabajaran en base a medidas standard.

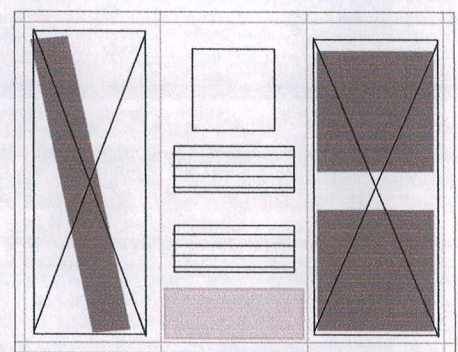
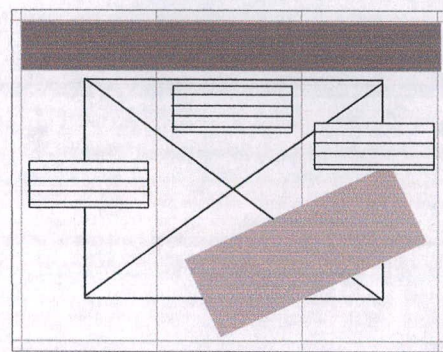
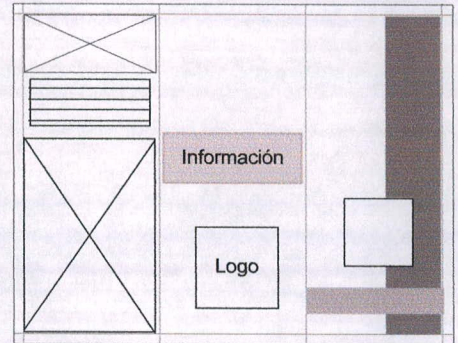
Retículas En base al formato establecido, a la orientación y dobleces, se procede a bocetar las retículas y bloques de diagramación.

Trifoliar
Medidas: 8.5" x 10.875"
Orientación: Horizontal

Trifoliar (retiro)

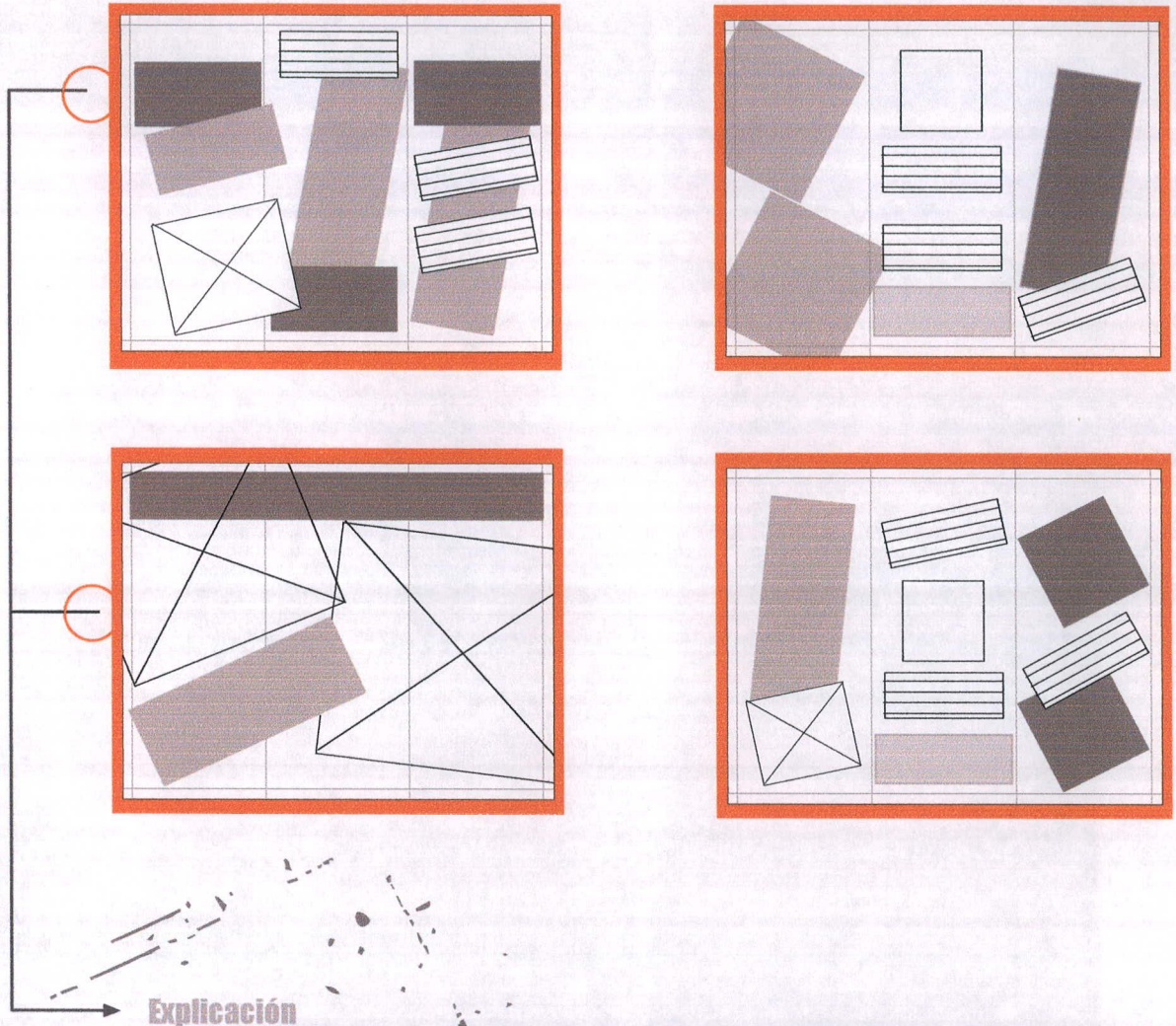


Trifoliar (tiro)



Retículas

Tomando en cuenta que la expresión de la diagramación propuesta en la tabla de contenidos gráficos, es "dinamismo". Se realizan otras propuestas las cuales cumplan con tal expresión.



Explicación

Se consideran ambas propuestas como base para la composición de diseño, ya que una diagramación de este tipo puede ser funcional para llegar al g.o al que va dirigida, buscando una jerarquía a través de un equilibrio oculto y resaltando el dinamismo como la expresividad que se busca.

Retículas

Ficha de datos
Medidas: 8.5" x 11"
Orientación: Vertical

Las fichas de datos se propone que sean de 8 1/2" x 11" , el diseño de la diagramación de estas deberá de ser simple por el tipo de información que contendrá.

Formulario de datos vertical (orientación vertical). Incluye campos para: Nombre completo, Edad, Dirección, Teléfono (Celular), Ocupación, y Horario en que puede asistir a capacitación (Mañana/Tarde) con una escala de días (L M W J V S D). También incluye un campo para el nombre de los responsables o encargados y el lugar donde se le contactó.

Formulario de datos vertical (orientación vertical). Incluye campos para: Nombre completo, Edad, Dirección, Teléfono (Celular), Ocupación, y Horario en que puede asistir a capacitación (Mañana/Tarde) con una escala de días (L M W J V S D). También incluye un campo para el nombre de los responsables o encargados y el lugar donde se le contactó.

Formulario de datos vertical (orientación vertical). Incluye campos para: Nombre completo, Edad, Dirección, Teléfono (Celular), Ocupación, y Horario en que puede asistir a capacitación (Mañana/Tarde) con una escala de días (L M W J V S D). También incluye un campo para el nombre de los responsables o encargados y el lugar donde se le contactó.

Ficha de datos
Medidas: 8.5" x 11"
Orientación: Horizontal

Formulario de datos horizontal (orientación horizontal). Incluye campos para: Nombre completo, Edad, Dirección, Teléfono (Celular), Ocupación, y Horario en que puede asistir a capacitación (Mañana/Tarde) con una escala de días (L M W J V S D). También incluye un campo para el nombre de los responsables o encargados y el lugar donde se le contactó.

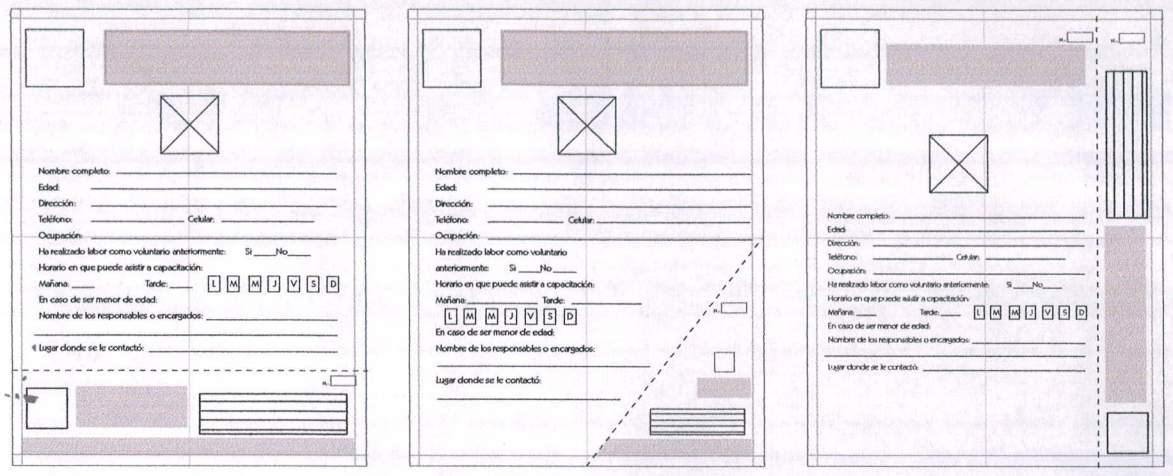
Formulario de datos horizontal (orientación horizontal). Incluye campos para: Nombre completo, Edad, Dirección, Teléfono (Celular), Ocupación, y Horario en que puede asistir a capacitación (Mañana/Tarde) con una escala de días (L M W J V S D). También incluye un campo para el nombre de los responsables o encargados y el lugar donde se le contactó.

Formulario de datos horizontal (orientación horizontal). Incluye campos para: Nombre completo, Edad, Dirección, Teléfono (Celular), Ocupación, y Horario en que puede asistir a capacitación (Mañana/Tarde) con una escala de días (L M W J V S D). También incluye un campo para el nombre de los responsables o encargados y el lugar donde se le contactó.

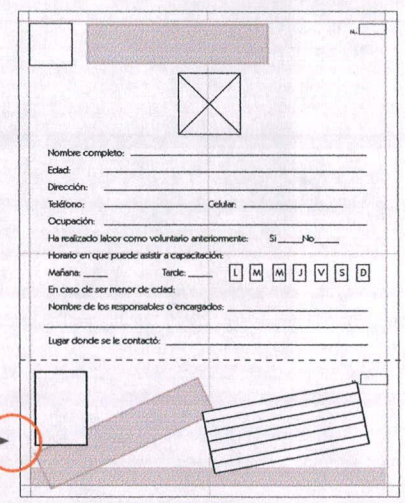


Retículas

Durante este proceso se consideró que para facilitar el proceso de afiliación a la institución, será necesario reservar un área de numeración que se realizará en la imprenta.



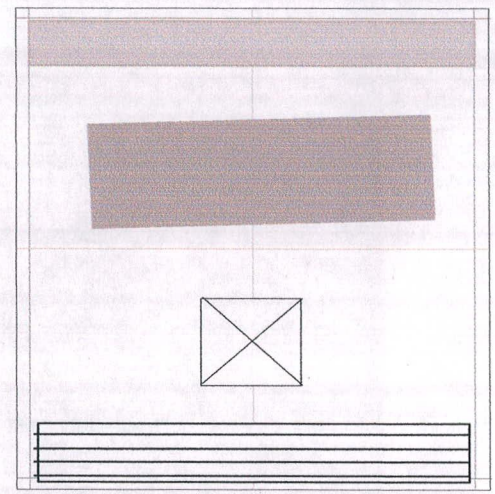
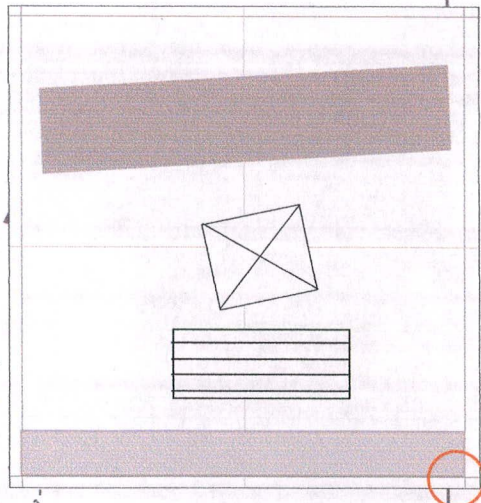
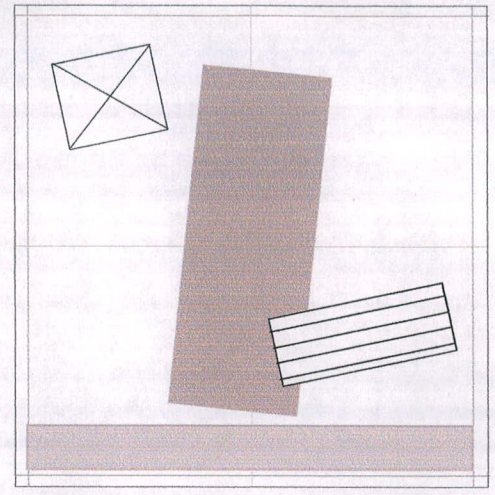
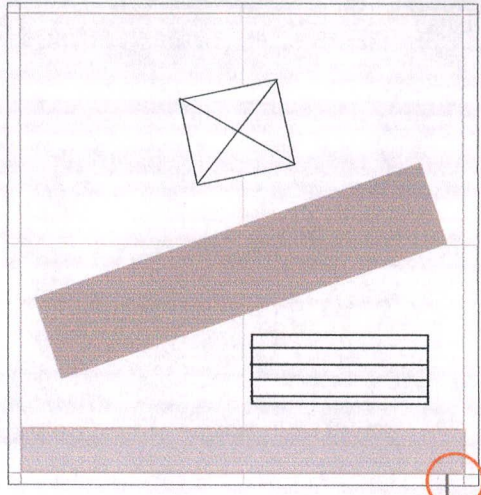
Se eligió esta propuesta, ya que se consideró que al hacer un desprendible vertical como el caso del boceto por su largo. En el caso de la propuesta del mismo en el que el desprendible es triangular se descartó ya que es un formato que no resulta funcional para quien lo porta ni para efectos de archivo del mismo por la institución. Por último, el elegido es una variante del primero, para evitar que el desprendible es más grande, simplemente por ser muy pequeño se pierda fácilmente. Además se integrará una diagramación dinámica dentro del área que es para el g.o., esto responde a la expresividad definida en la tabla de requisitos.



Anuncio de prensa

Las medidas del anuncio de prensa son las establecidas para página completa de suplemento de Prensa Libre, Siglo Veintiuno y El Periódico.

Anuncio de Prensa
Medidas: 10" x 11".
Página completa

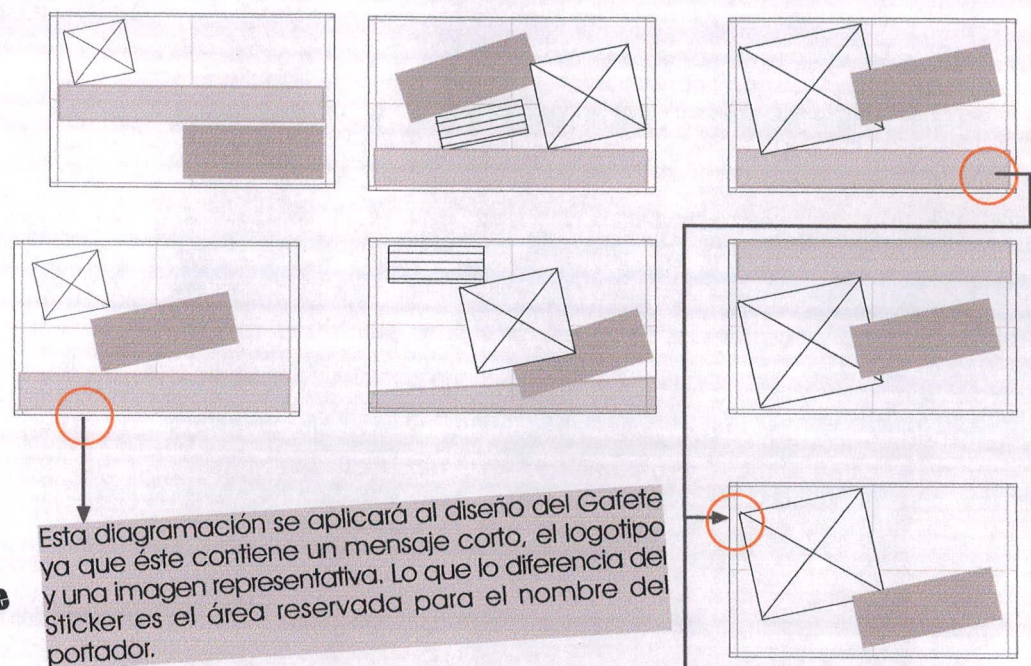


Ambas propuestas de diagramación se consideran apropiadas, ya que guardan unidad con las otras piezas, y si bien, son dinámicas, permiten jerarquizar el contenido de texto y gráfico.

Gafete y Bumper Sticker

Como se mencionó anteriormente las medidas del gafete serán las standard, este lo portará el grupo objetivo, por tal razón deberá de estar protegido por un portagafetes plástico. Tanto el gafete como el sticker son elementos identificativos del voluntario, por lo cual deberán de ser visibles y llamativos. Se realizarán en base a las medidas standard.

Gafete
Medidas: 2" x 3.5".
Orientación: Horizontal



Gafete

Esta diagramación se aplicará al diseño del Gafete ya que éste contiene un mensaje corto, el logotipo y una imagen representativa. Lo que lo diferencia del Sticker es el área reservada para el nombre del portador.

Bumper Sticker
Medidas: 2.5" x 6.5".
Orientación: Horizontal

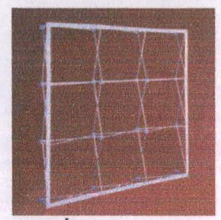
Bumper Sticker

Para el diseño del sticker se toma como base la propuesta superior de la cual se deriva la variante que se presenta sobre estas líneas, la cual no contiene el espacio reservado para el nombre, convirtiéndose en un mensaje y una imagen.

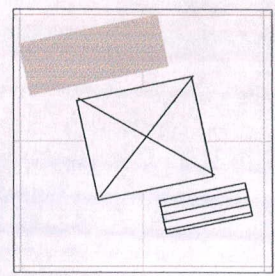
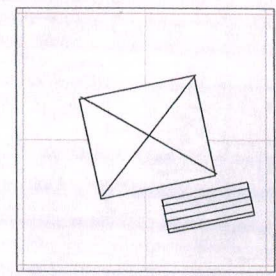
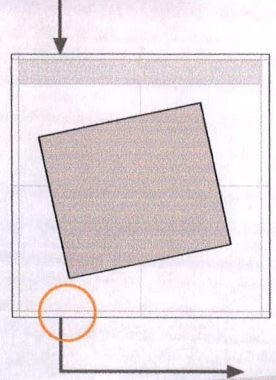
Stand Las medidas del material que se aplicará al stand serán las sugeridas por el proveedor del mismo, estas serán en base al diseño de las estructuras que conforman el stand portable..

Pop UP table : 2.00X0.94 MT

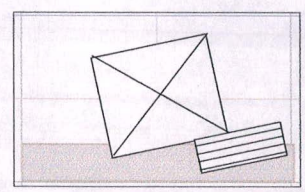
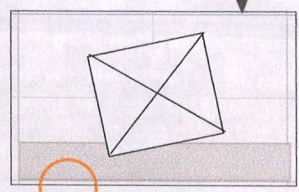
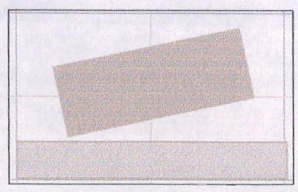
Velcro Pop Up : 2.26X2.26 MT



Ejemplo de estructuras con diseño impreso en manta vinílica



Por ser una pieza de grandes dimensiones, se aplicará una diagramación en la que sólo se presente la imagen gráfica. Esto creará la notoriedad, el impacto y dinamismo que se busca transmitir.

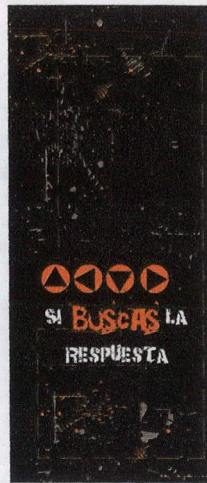


Esta pieza, aunque de grandes dimensiones, sólo cuenta con un 50 por ciento de área impresa visible, por esta razón se utilizará para el logotipo.

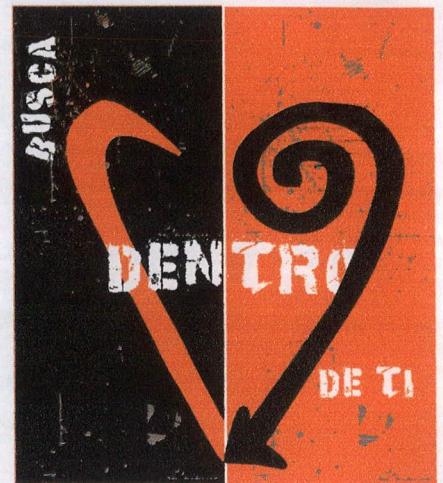


Al ver la secuencia de los folios se veía de esta forma:

Esta propuesta se diseñó con el mensaje: "si buscas la respuesta, busca dentro de tí, porque con corazón..... En el que se hacía énfasis a una respuesta con corazón para ayudar a los damnificados.



Portada



pág 2 y 3

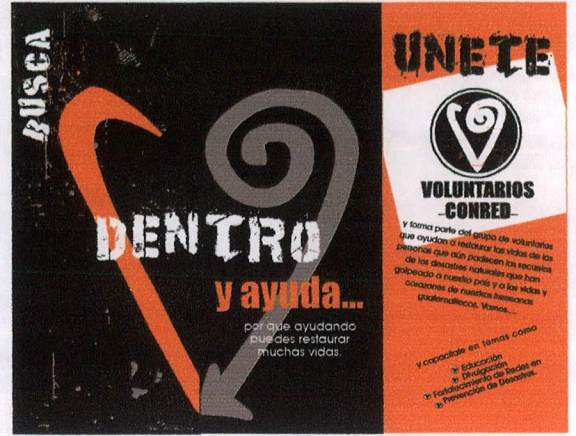
En esta opción se empleó el azul como color secundario y por el logotipo institucional. Este incrementaba los costos y además no era necesario ya que el logotipo de CONRED puede emplearse a dos colores. Además se determinó que era muy poca la información contenida dentro de esta pieza, lo cual daba como resultado un trifoliar disfuncional.

Explicación

Esta se descartó ya que el mensaje no invitaba a ayudar, sino más bien reflejaba una búsqueda intrínseca que no daría como respuesta la ayuda que se espera.

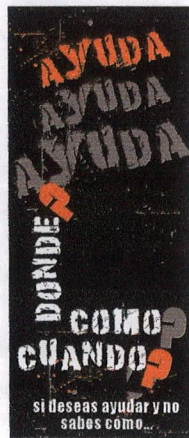
Tiro

Retiro

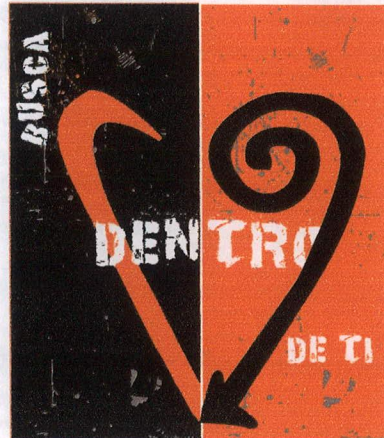


En esta nueva propuesta se trabajó el mensaje, para que fuera más comprensible.

Al ver la secuencia de los folios se veía de esta forma:



Portada



pág 2 y 3

En este se visualiza en la parte superior repetidas veces la palabra ayuda, luego las interrogantes, dónde, cómo, cuándo, seguidas del texto: si deseas ayudar y no sabes cómo.....busca dentro de ti y AYUDA

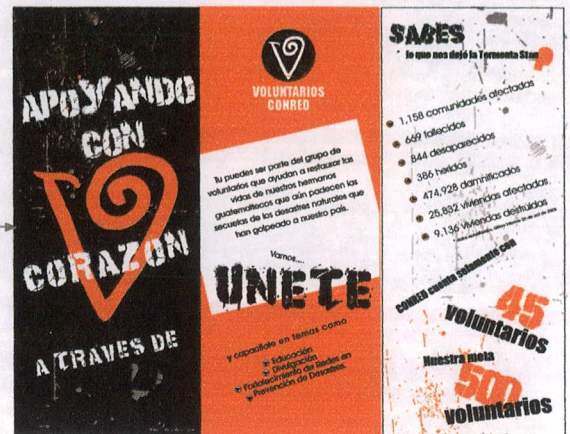
Se eliminó el color azul propuesto desde el inicio, ya que se consideró que no agregaba ningún valor visual, por lo tanto se dejaron los colores naranja, negro, blanco y grises ya que en unidad crean más impacto visual. Además se agregó más información, como era el calendario de actividades y centros de afiliación.

Explicación

Esta fue descartada ya que dejaba por un lado el concepto "Corazón y energía para restaurar vidas"

Tiro

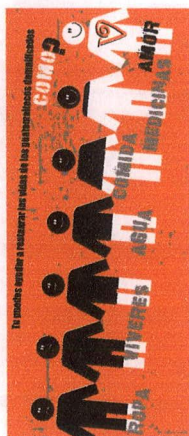
Retiro



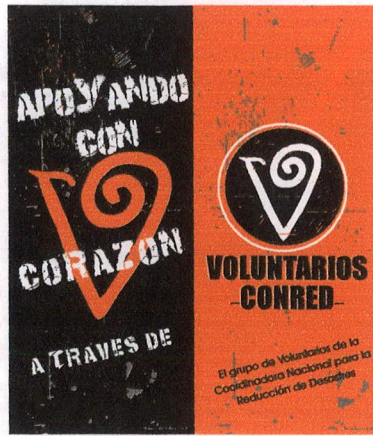
En esta tercera opción se trabajó un mensaje más directo, claro y que va de la mano con el concepto de diseño.

Se incluyó aún más información, aparte de los centros de afiliación, como datos estadísticos de la tormenta Stan en cuanto al daño que causó.

Al ver la secuencia de los folios se veía de esta forma:



Portada



pág 2 y 3

El mensaje se redactó de la siguiente manera: "Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados.... **COMO?** apoyando con corazón a través de VOLUNTARIOS CONRED...."

Para la representación gráfica del mensaje se trabajó una secuencia de íconos que representaran a una persona, la que con la ayuda allí mencionada, agua, víveres, medicinas, comida, ropa....se va llenando de color blanco lo cual representa la restauración de las vidas de esta persona hasta que finalmente llega al amor con lo cual se termina de llenar en blanco el ícono.

Conforme llega la ayuda el ícono cambia la expresión de su cara convirtiéndola gradualmente de una expresión triste a una feliz.

Explicación

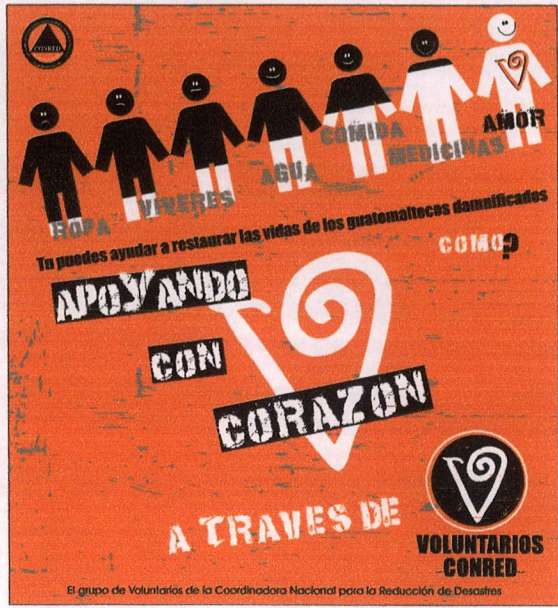
Esta se eligió como la opción final, sobre esta se trabajarán el resto de las piezas de diseño.



ETAPA II

Anuncio de prensa
Opción 1

PROYECTO final
de diseño



Tomando como base el diseño y el mensaje propuesto para el trífoliar se partió para el diseño del anuncio de prensa.

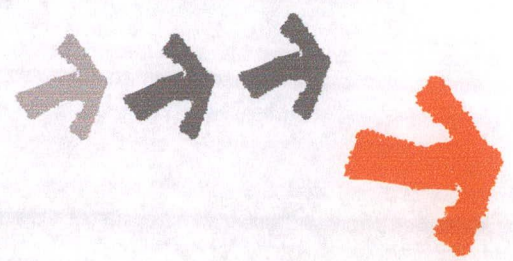
En esta primera opción se trabajó de igual forma los íconos y el mensaje.

El texto queda de esta forma:
Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados **como?** apoyando con corazón a través de VOLUNTARIOS CONRED... el grupo de voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres.

Este se consideró muy escueto, con poca información. Si se invertirá el dinero en un anuncio de una página completa tamaño magazine, debe de aprovecharse de una mejor forma.

Explicación

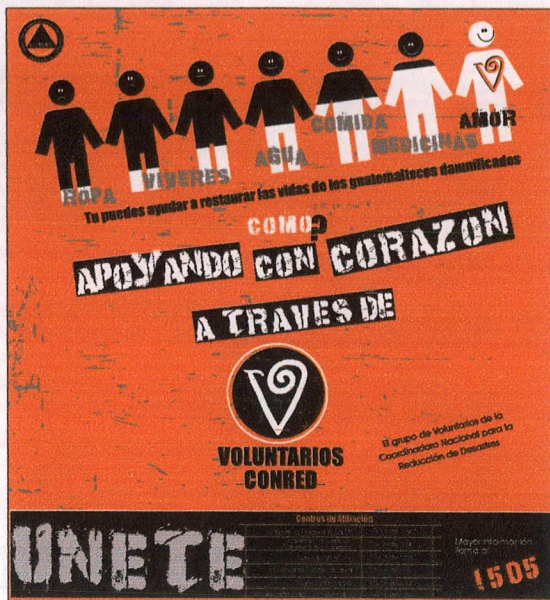
Por esta razón se trabajó una segunda opción, la cual diera la información necesaria para convocar a los voluntarios.



ETAPA II

Anuncio de prensa
Opción 2

PROYECTO final
de diseño



Dada la necesidad de incluir más información que la que tenía la opción 1 del anuncio de prensa se propone esta nueva opción:

En esta opción se trabajó de igual forma los pictogramas y el mensaje.

El contenido informativo queda de esta forma: Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados **como?** apoyando con corazón a través de VOLUNTARIOS CONRED... el grupo de voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres.

Se agregaron las fechas y los lugares en que pueden encontrar los centros de afiliación, un número de teléfono al cual comunicarse si se necesita mayor información y la palabra imperativa pero motivante...UNETE

Se vio que no era necesario trabajar con el corazón que aparece en la opción anterior, y se eliminó. Lo cual da lugar a una diagramación más ordenada y con una secuencia visual clara lo cual produce un mayor impacto visual.



Explicación

Se eligió esta nueva opción como anuncio de prensa,



ETAPA II

Gafete
Opciones
1, 2 y 3

PROYECTO

final
de diseño

En cuanto a los gafetes, se hicieron tres propuestas, 2 muy similares en las que varía la diagramación y una diferente que incluye más color y un elemento adicional.



Se implementó una nueva frase la cual identifica al voluntario:



En este varía el color de fondo del nombre, la frase adquiere mayor sentido de pertenencia implementado la palabra YO y se complementa con una interrogante:



En esta opción se busca dar mayor impacto por medio del fondo negro, y se integra el ícono con el corazón.



Este se considera que recarga demasiado el diseño, y un gafete debe de ser claro y dejar ver a simple vista el nombre de quien identifica, por esta razón se descarta.

Explicación

Se considera la opción 1 como la más clara, ya que en la opción 2 queda la frase en una mayor proporción que la primera y no agrega ningún valor las palabras adicionales.



ETAPA II

Ficha de datos opciones 1,2 y 3

PROYECTO final de diseño

En esta pieza de diseño no fue necesario elaborar tantos bocetos, ya que debe de ser simple en su diagramación ya que ésta no es cien por ciento para el grupo objetivo sino es para el uso del personal del Dpto. de Voluntarios de la institución.

Las propuestas difieren en la disposición de elementos.

soy voluntario

El grupo de Voluntarios de la Comandancia Regional para la Inscripción de Donantes

Nombre completo: _____
 Edad: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ Celular: _____
 Ocupación: _____
 Ha realizado labor como voluntario anteriormente: Si ___ No ___
 Horario en que puede salir a capacitación:
 Mañana _____ Tarde: _____ [L M W T F S D]
 En caso de ser menor de edad:
 Nombre de los responsables o encargados: _____
 Centro de afiliación: _____
 Fecha: _____

1505

soy voluntario

El grupo de Voluntarios de la Comandancia Regional para la Inscripción de Donantes

Nombre completo: _____
 Edad: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ Celular: _____
 Ocupación: _____
 Ha realizado labor como voluntario anteriormente: Si ___ No ___
 Horario en que puede salir a capacitación:
 Mañana _____ Tarde: _____ [L M W T F S D]
 En caso de ser menor de edad:
 Nombre de los responsables o encargados: _____
 Centro de afiliación: _____
 Fecha: _____

1505

En esta se centran a la misma altura los logotipos para no crear énfasis en ninguno en particular. Se elimina la frase "soy voluntario"

Se eligió la diagramación superior de la propuesta anterior, para unirla con la presentada bajo este texto.

soy voluntario

El grupo de Voluntarios de la Comandancia Regional para la Inscripción de Donantes

Nombre completo: _____
 Edad: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ Celular: _____
 Ocupación: _____
 Ha realizado labor como voluntario anteriormente: Si ___ No ___
 Horario en que puede salir a capacitación:
 Mañana _____ Tarde: _____ [L M W T F S D]
 En caso de ser menor de edad:
 Nombre de los responsables o encargados: _____
 Centro de afiliación: _____
 Fecha: _____

1505

soy voluntario

El grupo de Voluntarios de la Comandancia Regional para la Inscripción de Donantes

Nombre completo: _____
 Edad: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ Celular: _____
 Ocupación: _____
 Ha realizado labor como voluntario anteriormente: Si ___ No ___
 Horario en que puede salir a capacitación:
 Mañana _____ Tarde: _____ [L M W T F S D]
 En caso de ser menor de edad:
 Nombre de los responsables o encargados: _____
 Centro de afiliación: _____
 Fecha: _____

1505

Explicación

Luego de hacer modificaciones en la diagramación inferior resultó esta propuesta como final para la ficha de datos.

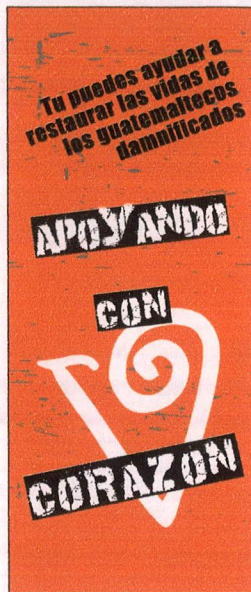


ETAPA II

Stand
opción 1PROYECTO
final
de diseño

Las pruebas de composición del stand se realizaron en base a las piezas anteriores, pero se consideró que estas deben de llevar poca información textual, ya que a esta tendrá acceso el interesado por medio del trifoliar.

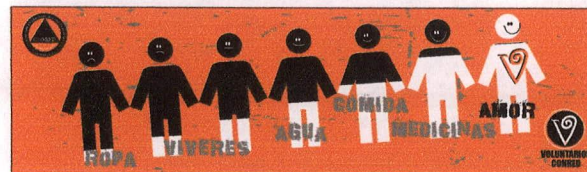
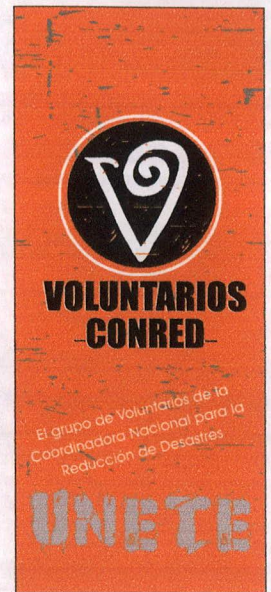
Estos se representan en tres piezas que se colocarán físicamente en ambos lados de la mesa en donde se ubicará el personal y uno al centro.



Al verse de frente el stand, se vería de esta forma:

Dos lonas vinílicas verticales a los lados y una horizontal en la parte inferior de la mesa.

Por esto es importante la secuencia de las tres piezas, pero se espera que cada una tenga sentido por sí sola.



Explicación

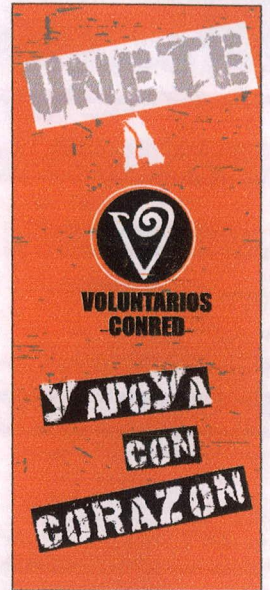
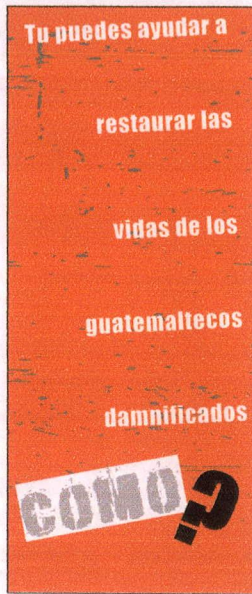
Se descarta esta opción, ya que se puede hacer más interesante y comprensible.

ETAPA II

Stand opción 2

PROYECTO final de diseño

En esta segunda opción se trabajó con el mensaje, el cual es corto y directo.



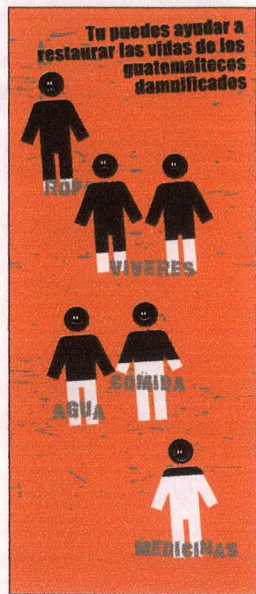
Explicación

Se descarta esta opción, ya que sólo tiene una continuidad entre las mantas verticales. Es necesario explotar los soportes.

ETAPAM

Stand opción 3

PROYECTO final de diseño



Al verse de frente el stand, se vería de esta forma:



En esta segunda opción se trabajó utilizando los íconos, marcando siempre una secuencia visual.



Explicación

Se considera que ésta es la mejor opción ya que se logra transmitir el mensaje manteniendo unidad con las otras piezas.

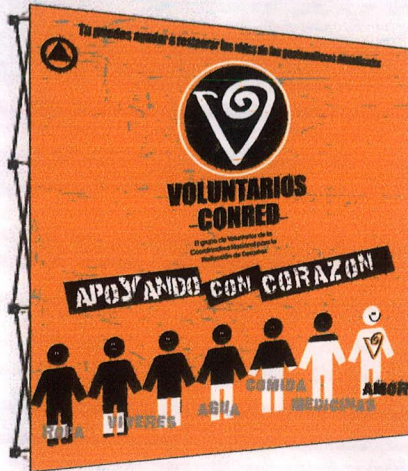


ETAPA II

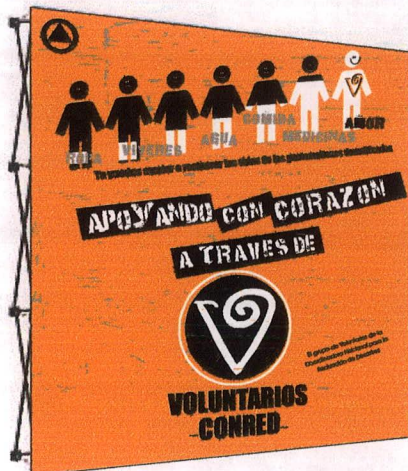
Stand
opción 4PROYECTO
final
de diseño

Se realizó una nueva opción de stand, ya que el cliente adquirió una estructura de metal, la cual será utilizada para el stand principal. Este a su vez cuenta con la ventaja de cambiar las lonas impresas y colocar la imagen institucional en cualquier evento. Este stand está compuesto por dos estructuras metálicas a las cuales se le une por medio de velcros las impresiones en lona vinílica impresa.

Velcro Pop Up : 2.26X2.26 MT



En la primera opción se maneja la imagen del anuncio de prensa, ya que por sus dimensiones se aplica de mejor manera esta diagramación, se cambió la distribución de los elementos.



Si bien el logotipo es visible y captura la atención en esta propuesta, también es evidente que la imagen con el mensaje queda abajo, por este motivo se cambiará de posición ya que no se busca plasmar el logotipo en la mente del grupo objetivo, sino que sea captado el mensaje por medio de los elementos gráficos.

En esta propuesta se retoma la ubicación del logotipo en relación al anuncio de prensa, con la diferencia que en el stand no es necesario colocar mucha información, por lo que se deja lo principal.

Esta es la opción elegida para el stand.

ETAPA II

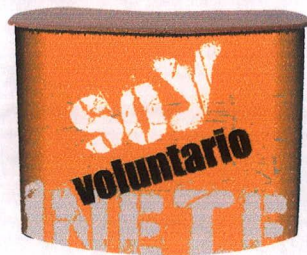
Stand
opción 4PROYECTO
final
de diseño

Para el diseño de la estructura que sirve como mesa, detrás de la cual se encuentran las personas encargadas del mismo, que serán las que proporcionen los trífolios, así como la información que solicite el interesado, aquí se llenarán los datos de los jóvenes que estén interesados por colaborar.

Pop UP table : 2.00X0.94 MT



Considerando que en la estructura Pop UP Velcro, el logotipo queda ubicado en la parte inferior, se propuso colocarlo nuevamente en la estructura de la mesa, ya que así, se aprecie desde lejos.



Se decide cambiar y no colocar el logotipo, ya que este se encuentra, aunque en la parte inferior, en la estructura grande, y como se mencionó ya, no se busca posicionar una marca en la mente del grupo objetivo, es simplemente transmitir un mensaje que genere una respuesta positiva. Por esta razón se elimina el logotipo de esta pieza y se reemplaza por la frase SOY VOLUNTARIO, la cual crea mayor pertenencia en el individuo.

La ventaja de estas estructuras es que se puede cambiar dependiendo el evento, mensaje o producto, simplemente se hacen las impresiones correspondientes en las lonas vinílicas. Por esto se considera que si el cliente desea pueda imprimir ambas propuestas, ya que la de SOY VOLUNTARIO, será la que se emplee durante el proceso de captación de jóvenes voluntarios, la otra propuesta servirá para el posicionamiento del logotipo en las personas, o simplemente como institucional.

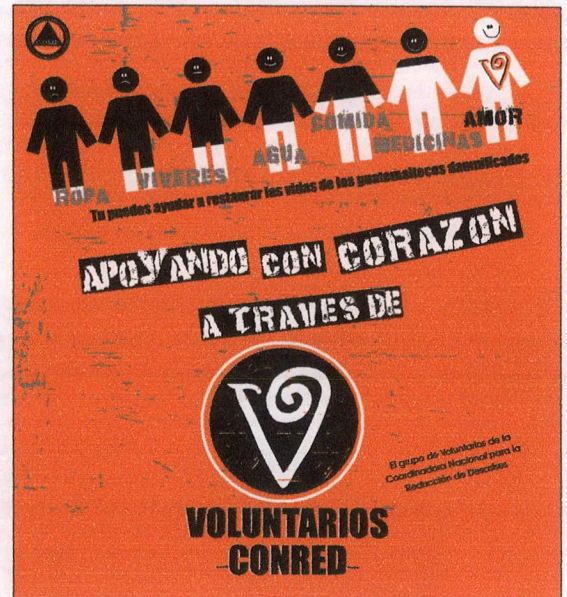
ETAPA II

Stand opción 4

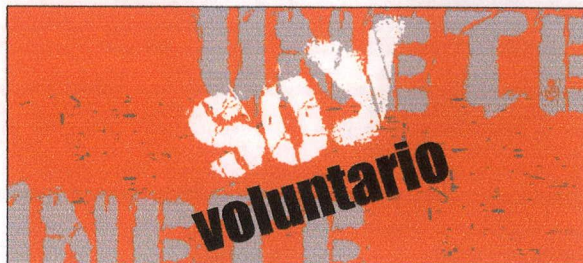
PROYECTO final de diseño

Así pues, esta es la propuesta final del diseño del stand.

Velcro Pop Up : 2.26X2.26 MT



Pop UP table : 2.00X0.94 MT



Aún contando con esta estructura, se sugiere que los identificadores de stand, previamente diseñados sean empleados para colocarlos en eventos o en la misma institución, o bien, cuando se convoque en dos lugares simultáneamente.

ETAPA III Pre-validación

PROYECTO final de diseño

La propuesta preliminar estuvo constituida inicialmente por el diseño de las piezas que se muestran a continuación. Para este momento, surgieron dudas en cuanto a algunos elementos gráficos, razón por la cual se decidió hacer una pre-validación del material. (ver anexos, NO. 2)

TRIFOLIAR

8.5" x 10.875"

Tiro

8.5"

10.875"

COMO

Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

Calendario de Actividades	
Galerías la Pradera Zona 10	15-18 de mayo
Pradera Concepción Carrizosa El Salvador	15-18 de mayo
Galerías Mejores	15-18 de mayo
Universidad Xelajú Lamarkar	15-18 de mayo
Universidad San Gilileo	15-18 de mayo
Universidad Politécnico Marroquín	15-18 de mayo
Universidad Francisco Marroquín	15-18 de mayo
Ciudad Magie Píncez Chimpolis	15-18 de mayo
Centro Comercial Los Procares	15-18 de mayo

1505

Además visitamos tu colegio y tu universidad, si deseas saber cómo llegamos llama a nuestro Centro de Información al teléfono

VOLUNTARIOS CONRED

El grupo de Voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Rehabilitación de Desdésites

Av. España, Edif. 21-72, Zona 13, Guatemala, Ciudad de Guatemala. P.O. Box: 2385-1144. FAX: (502) 2332-6635

ETAPAM Pre-validación

PROYECTO final de diseño

TRIFOLIAR 8.5" x 10.875" Rotro 8.5"

SABES
lo que nos dejó la Tormenta Stan?

CONRED cuenta solamente con **45** voluntarios

Nuestra meta **500** voluntarios

1,158 comunidades afectadas
669 fallecidos
844 desplazados
386 heridos
174,628 desplazados
25,832 viviendas destruidas
9,139 personas afectadas

VOLUNTARIOS CONRED

Tu puedes ser parte del grupo de voluntarios que ayudan a restaurar las vidas de nuestros hermanos guatemaltecos que aún padecen las secuelas de los desastres naturales que han golpeado a nuestro país.

Vamos... **¡VAMOS!**

Capacítate en temas como:

- Participación de la comunidad
- Divulgación
- Edificación
- Rehabilitación de viviendas
- Resistencia

APROXIMADO

CONRED

COORDINACIÓN

ACRIBLES DE

10.875"

ETAPAM Pre-validación

PROYECTO final de diseño

ANUNCIO DE PRENSA

10" x 11"

10"

11"

CONRED

ROPA VIVERES AGUA COMIDA MEDICINAS AMOR

Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

APOYANDO COMO? CON CORAZON

A TRAVES DE

VOLUNTARIOS CONRED

El grupo de Voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres

Centros de Afiliación	
Galeras La Proadera Zona 10	15-18 de nov.
Madera Concepción Carretera a El Salvador	15-18 de nov.
Galeras Miraflores	15-18 de nov.
Universidad Rafael Landívar	15-18 de nov.
Universidad Galileo	15-18 de nov.
Universidad Francisco Marroquín	15-18 de nov.

Mayor información llama al **1505**

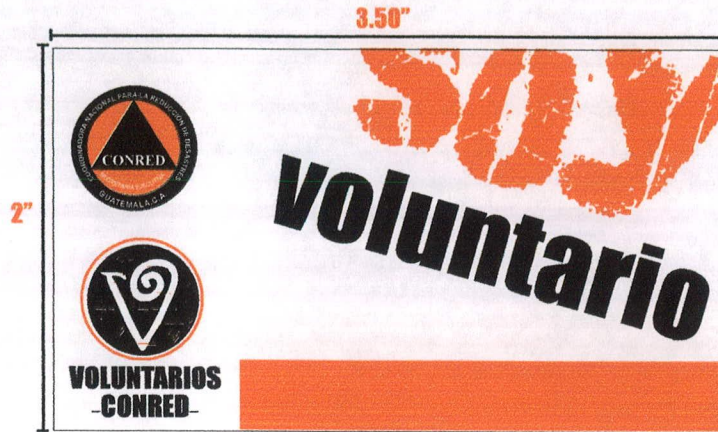
ETAPAS Pre-validación

PROYECTO final de diseño

GAFETE

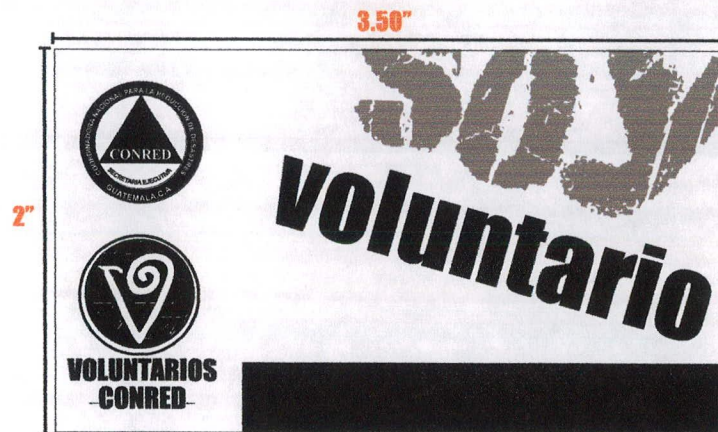
2" x 3.50"

Para impresión a color.



← Espacio reservado para nombre del portador. →

Para impresión blanco y negro.



← Espacio reservado para nombre del portador. →

ETAPAM Pre-validación

PROYECTO
final
de diseño

FIGHA DE DATOS 8.5" x 11"

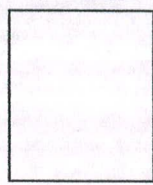
8.5"



El grupo de Voluntarios de la
Coordinadora Nacional para la
Reducción de Desastres

No. 0001

Fotografía



Nombre completo: _____

Edad: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ Celular: _____

Ocupación: _____

Ha realizado labor como voluntario anteriormente: Si ___ No ___

Horario en que puede asistir a capacitación:

Mañana: _____ Tarde: _____ L M M J V S D

En caso de ser menor de edad:

Nombre de los responsables o encargados: _____

Centro de afiliación: _____

Fecha: _____

11"



El grupo de Voluntarios de la
Coordinadora Nacional para la
Reducción de Desastres

No. 0001

Presenta esta contraseña el día que asistas a capacitación
junto con una fotografía reciente

Nos comunicaremos contigo para informarte la fecha de tu capacitación.

Mayor información llama al

1505

Nombre completo: _____

Lugar en que me afilié: _____

Fecha de afiliación: _____

voluntario

ETAPAS Pre-validación

PROYECTO final de diseño

IDENTIFICADORES DE STAND

24" x 70"

24"

70"

Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

APOYANDO

CON

CORAZON

AMOR

70"

20"

VOLUNTARIOS CONRED

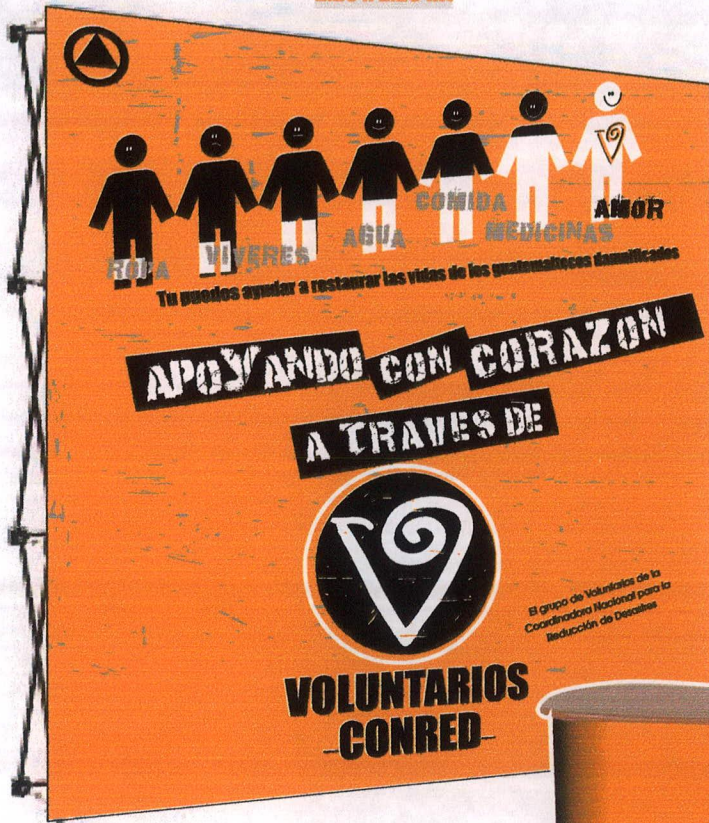
El grupo de Voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres

ETAPA III Pre-validación

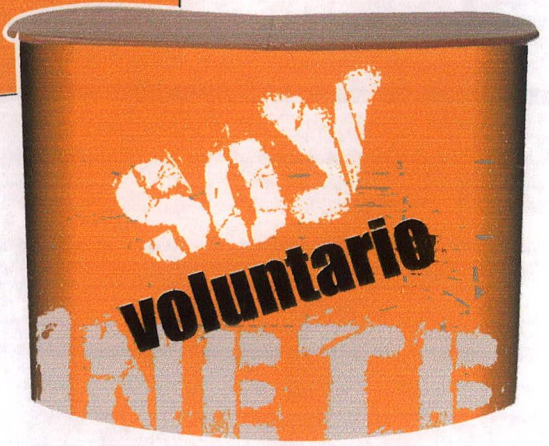
PROYECTO final de diseño

STAND CON ESTRUCTURA

2.26 x 2.26 mt



2.00 x 0.94 mt



ETAPA III Pre-validación

PROYECTO
final
de diseño

**STAND CON
ESTRUCTURA**

2.26 mt

Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

**APOYANDO CON CORAZON
A TRAVES DE**

**VOLUNTARIOS
CONRED**

El grupo de Voluntarios de la
Coordinadora Nacional para la
Reducción de Desastres

2.26 mt

2.00 mt

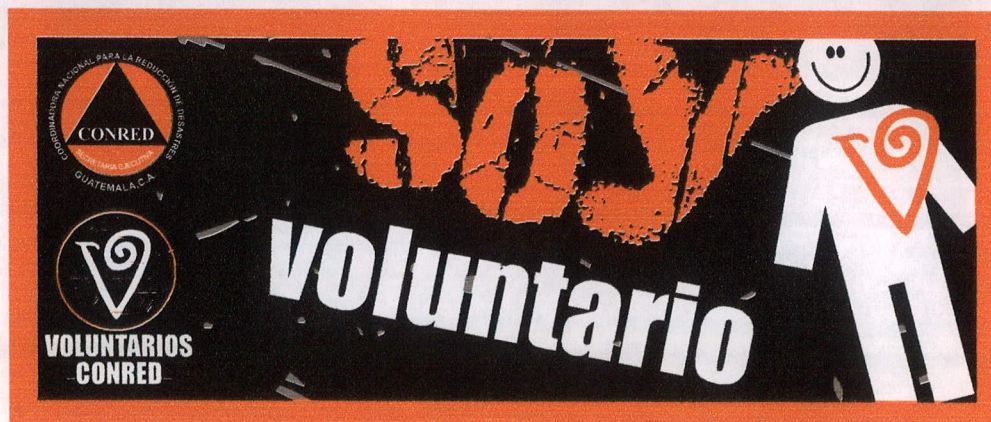
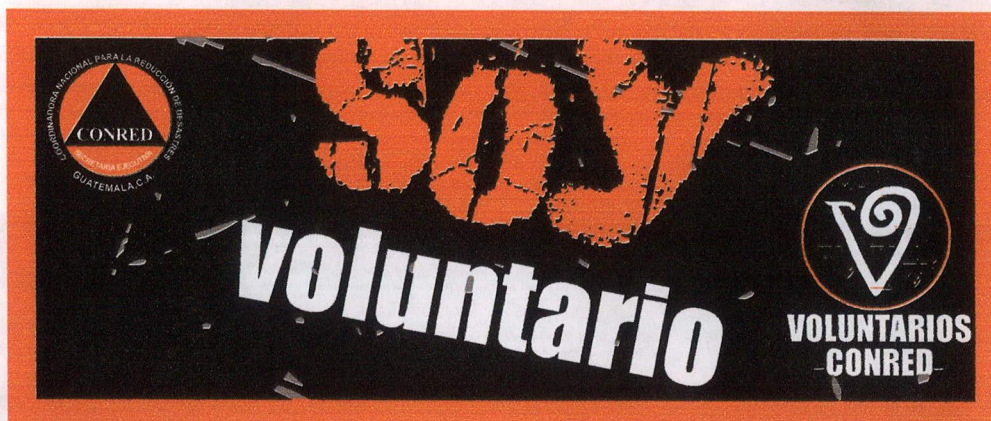
0.94 mt

voluntario

ETAPA III Pre-validación

PROYECTO
final
de diseño

**BUMPER
STICKERS 2.5" X 6.5"**



bocetaje y propuesta preliminar



Resultados de pre-validación

En general la pre-validación proporcionó buenos resultados, además de aclarar las dudas que se tenían en cuanto al diseño.

- El formato y soporte son adecuados al grupo objetivo y permiten su manejabilidad correcta y de una forma cómoda, además ayuda a capturar la atención del grupo objetivo.
- La selección del color crea armonía visual por medio de los contrastes y se adecua al concepto y al grupo objetivo.
- La estructura y rasgos de la tipografía, el tamaño y color se adecuan al grupo objetivo y crea impacto visual.
- En cuanto a la diagramación se considera que la cantidad de texto es adecuada al nivel de lectura del grupo objetivo y por su disposición, los elementos gráficos, títulos y textos en su conjunto crean impacto.
- Los diseñadores gráficos que validaron la propuesta consideran que el ícono principal logra identificación por parte del grupo objetivo. La mayoría de éstos sugieren que no es necesaria la utilización de expresiones en las caras de los íconos.
- En términos generales se considera, según la validación, que el material propuesto guarda unidad en todas sus piezas, que cumple con la función de informar, transmitiendo el concepto de diseño. En general a los diseñadores gráficos que validaron les agradó la forma en que fue diseñado el material tomando en cuenta el grupo objetivo.

IMPORTANTE

A manera de observación, se sugiere que la palabra COMO?, está de más, ya que si se elimina igualmente tiene sentido el mensaje.

Se sugirió también que se intensifique el color naranja, para que cree mayor impacto.

A esto se le agrega la sugerencia de utilizar un color pantone y no un CMYK, para dar mas calidad a la impresión del material y reducir costos. (esto queda pendiente, ya que el cliente debería proporcionar el color pantone a utilizar).

Se realizaron los cambios sugeridos ya que se consideraron valiosos aportes para el diseño del material mostrado previamente.

Cambios que se tomaron en cuenta en la etapa de pre-validación

Antes



1. Las expresiones de las caras de los íconos se eliminaron.

Se considera que son innecesarias, y que no se adapta al estilo del diseño.

Ahora



2. Se eliminó la palabra COMO? De la frase principal.

El mensaje de igual forma se entiende. Al eliminar la palabra crea descanso y limpieza.



propuesta preliminar

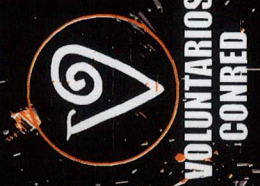
PROYECTO final de diseño

TRIFOLIAR Tiro

8.5"



10.875"



Calendario de Actividades

15-17 de mayo	Galerías la Proadera Zona 10
15-18 de mayo	Proadera Concepción Caneleros a El Salvador
15-17 de mayo	Galerías Miraflores
15-18 de mayo	Universidad Rafael Landívar
15-18 de mayo	Universidad San Carlos de Guaymas
15-18 de mayo	Universidad Francisco Marroquín
15-18 de mayo	Universidad Francisco Marroquín
15-18 de mayo	Cines Magic Place
15-18 de mayo	Cinepolis
15-18 de mayo	Centro Comercial Los Próceres

Además visitaremos tu colegio y tu universidad, si deseas saber cuando llegaremos llámanos a nuestro Centro de Información al Teléfono

15055



Avenida Fincaable 211-72, Zona 13
Guatemala, Ciudad de Guatemala
PBX: (502) 2385-4144 FAX: (502) 2332-6635



VOLUNTARIOS CONRED

El grupo de Voluntarios de la
Coordinadora Nacional para la
Reducción de Desastres

propuesta preliminar

PROYECTO

final de diseño

TRIFOLIAR Retiro

8.5"

SABES

lo que nos dejó la Tormenta Stan

1,158 comunidades afectadas

669 fallecidos

844 desaparecidos

386 heridos

474,928 personas afectadas

25,838 viviendas destruidas

9,136 millones de dólares en pérdidas

¡CONTRIBUYENDO A UN PAÍS MEJOR!

45

voluntarios

Nuestra meta

500

voluntarios

10.875"



**VOLUNTARIOS
CONRED**

Tu puedes ser parte del grupo de voluntarios que ayudan a restaurar las vidas de nuestros hermanos guatemaltecos que aún padecen las secuelas de los desastres naturales que han golpeado a nuestro país.

Vamos...

¡VAMOS!

¡Acompañate en temas como

- Fortalecimiento de la Red de Voluntarios
- Educación y capacitación
- Atención y apoyo psicosocial
- Fortalecimiento de la Red de Voluntarios



propuesta preliminar

PROYECTO final de diseño

ANUNCIO DE PRENSA

10"



Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

**APOYANDO CON CORAZON
A TRAVES DE**



**VOLUNTARIOS
CONRED**

El grupo de Voluntarios de la
Coordinadora Nacional para la
Reducción de Desastres

11"

UNETE

Centros de Afiliación

Galerías la Pradera Zona 10	15-18 de nov.
Pradera Concepcion Carretera a El Salvador	15-18 de nov.
Galerías Miraflores	15-18 de nov.
Universidad Rafael Landivar	15-18 de nov.
Universidad Galileo	15-18 de nov.
Universidad Francisco Marroquin	15-18 de nov.

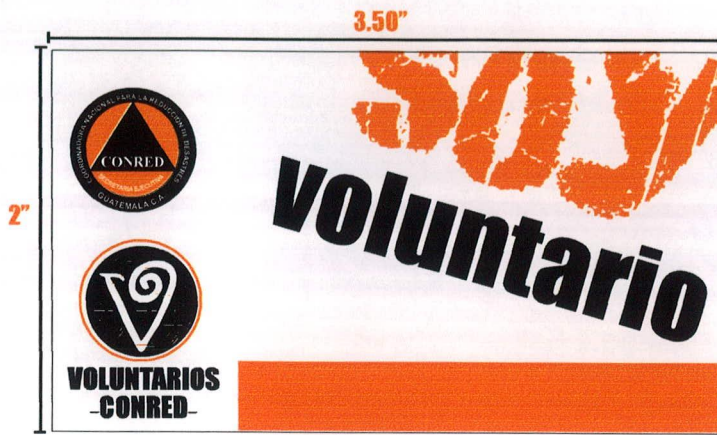
Mayor información llama al

1505

propuesta preliminar

PROYECTO final de diseño

GAFETE

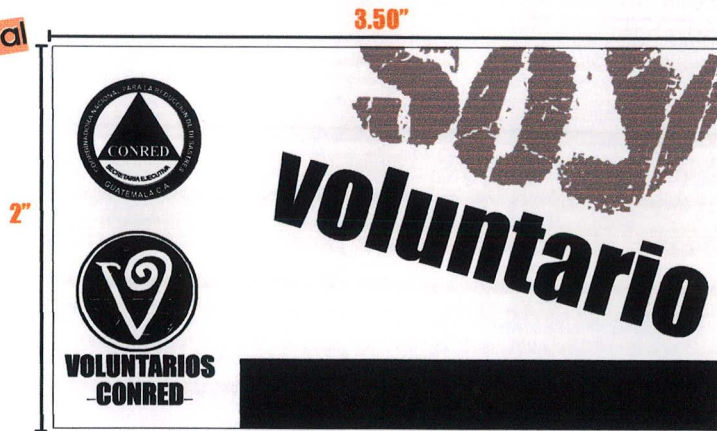


Tamaño Real

Para impresión a color.

↑ Espacio reservado para nombre del portador. ←

Tamaño Real



Para impresión blanco y negro.

↑ Espacio reservado para nombre del portador. ←

propuesta preliminar

PROYECTO final de diseño

FICHA DE DATOS

8.5"

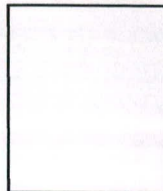


VOLUNTARIOS CONRED

El grupo de Voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres

No. 0001

Fotografía



Nombre completo: _____

Edad: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ Celular: _____

Ocupación: _____

Ha realizado labor como voluntario anteriormente: Si ____ No ____

Horario en que puede asistir a capacitación:

Mañana: ____ Tarde: ____

L M M J V S D

En caso de ser menor de edad:

Nombre de los responsables o encargados: _____

Centro de afiliación: _____

Fecha: _____

11"



VOLUNTARIOS CONRED

El grupo de Voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres

No. 0001

Presenta esta contraseña el día que asistas a capacitación junto con una fotografía reciente

Nos comunicaremos contigo para informarte la fecha de tu capacitación.

Mayor información llama al

1505

Nombre completo: _____

Lugar en que me afilié: _____

Fecha de afiliación: _____

Voluntario

propuesta preliminar

PROYECTO final de diseño

IDENTIFICADORES DE STAND

24"

70"

Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

ROPA

VIVERES

AGUA

COMIDA

MEDICINAS

70"

APOYANDO

CON

CORAZON

AMOR

20"

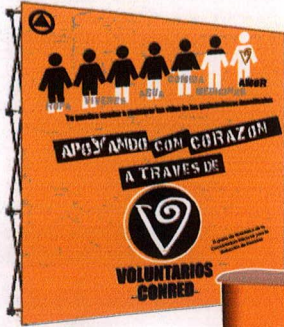
VOLUNTARIOS CONRED

El grupo de Voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres

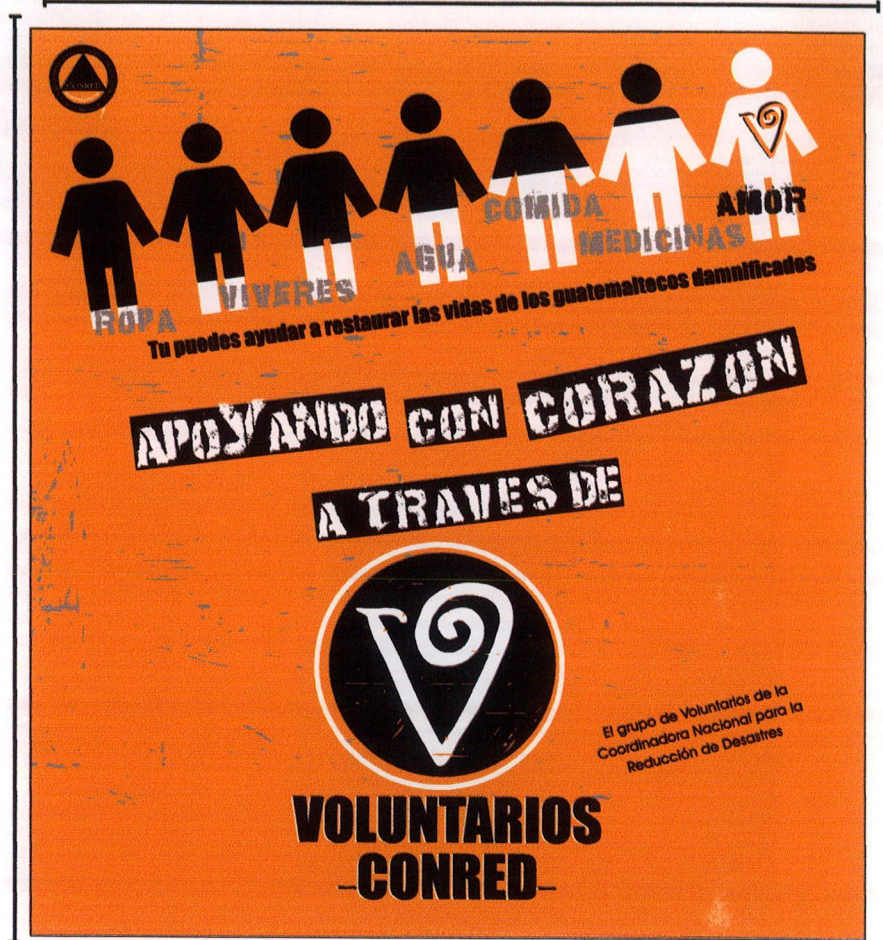
propuesta preliminar

PROYECTO final de diseño

STAND CON ESTRUCTURA

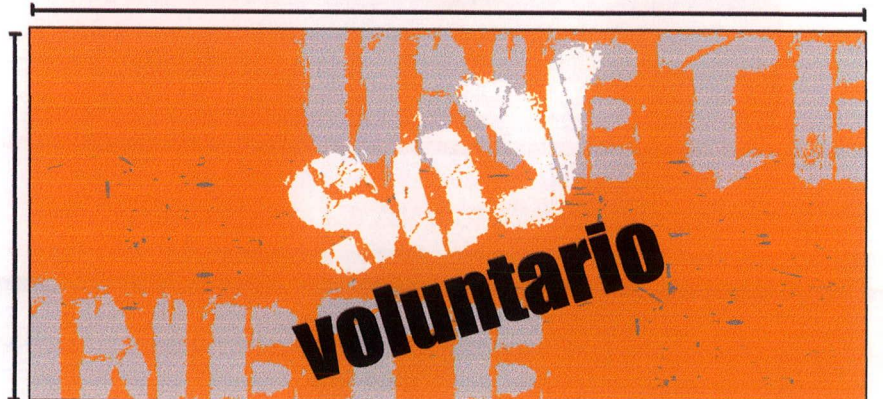


2.26 mt



2.26 mt

2.00 mt



0.94 mt

propuesta preliminar

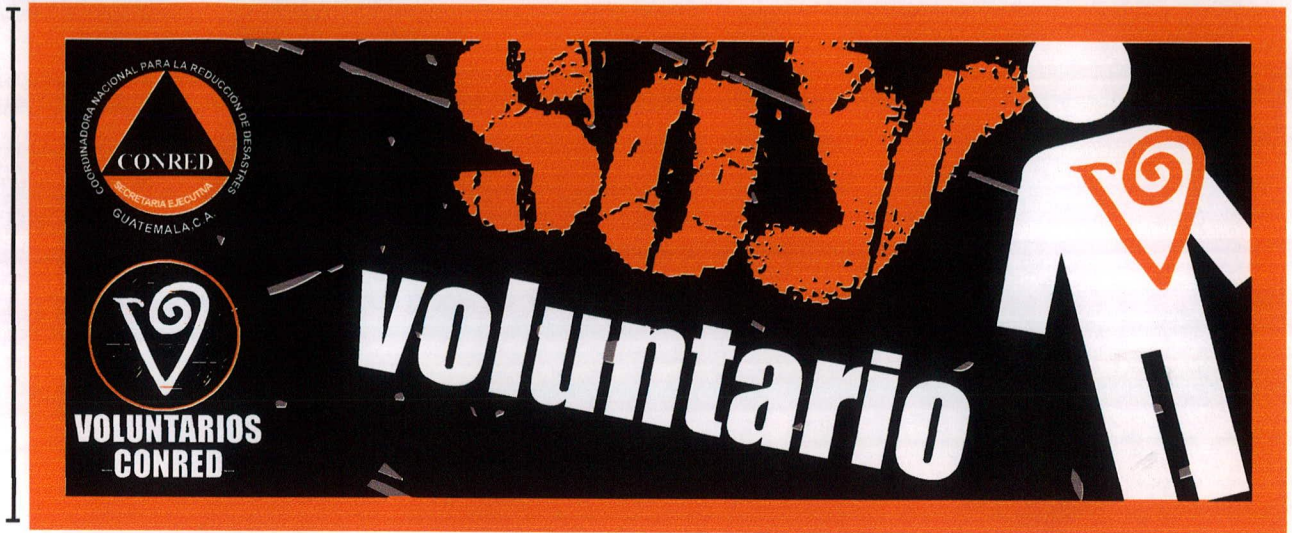
PROYECTO final de diseño

BUMPER STICKERS

6.5"

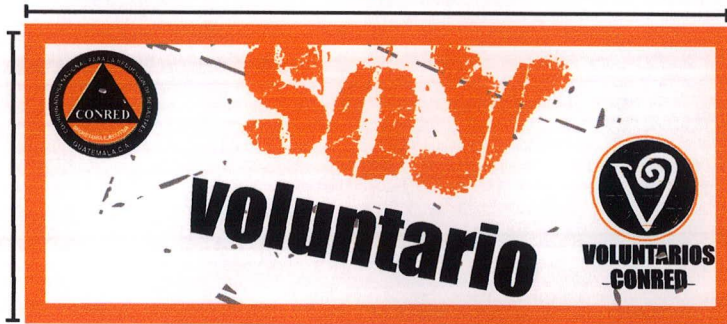
Tamaño Real

2.5"



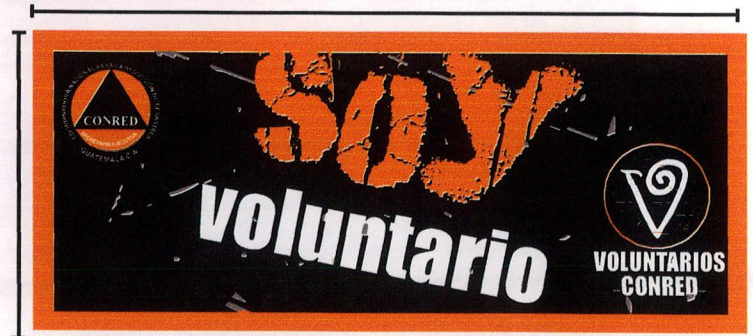
6.5"

2.5"



6.5"

2.5"



11 **Validación técnica del diseño preliminar**

Habiendo realizado los cambios sugeridos en la pre-validación, se procedió a una validación técnica a través de un instrumento (ver anexos, NO.3), realizado especialmente para expertos, siendo estos diseñadores gráficos profesionales con experiencia, que se desempeñan dentro de ésta área. En dicho instrumento se le indicó en términos generales el contexto en el que se realizó el proyecto y luego se plantean las preguntas que interesa que contesten en cuanto a formato, soporte, color, tipografía, diagramación, imágenes, etc.

A continuación se detalla lo que respondieron los expertos en cuanto a las piezas que componen el presente proyecto:

Se considera que el formato utilizado para el trifoliar, gafete, ficha de datos y bumper stickers, es de fácil manejo para el usuario, siendo este el grupo objetivo conformado por jóvenes. También el formato ayuda a capturar la atención del mismo. En cuanto al soporte se dice, que ayuda a realzar el diseño, permitiendo una apreciación del grupo objetivo, lo que hace cumplir con la expresividad que se esperaba del soporte, planteada en la tabla de requisitos.

Los elementos gráficos como el color, transmiten energía y juventud, reflejando dinamismo, lo cual junto con la intensidad y el contraste que éstos generan ayudan a capturar la atención del grupo.

Las tipografías elegidas en su conjunto generan dinamismo al diseño y crean familiaridad por parte del grupo objetivo. A pesar de sus rasgos y estructura tan variados, estas facilitan la lectura. En cuanto a los ejes empleados en la diagramación se dice que refuerzan el dinamismo establecido como expresividad en la tabla de requisitos, a esto le ayuda los bloques de texto, los cuales son fáciles de leer reforzado por la jerarquía que insinúa el orden de lectura. La disposición de los elementos crea igualmente dinamismo.

Otro elemento utilizado en el diseño son los íconos, a los que los expertos califican como fáciles de identificar por el grupo objetivo y capturan la atención, además de reforzar el concepto manejado. La textura empleada crea dinamismo e impacto, mientras que el grafismo del logotipo es claro, identificando a los jóvenes.

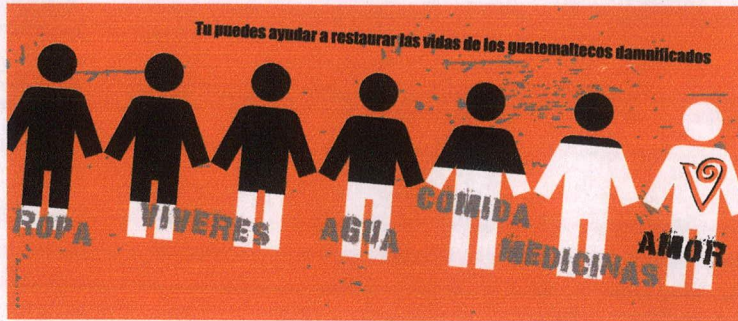
En términos generales se dice que el material cumple con la función de informar y promocionar, guardando unidad en todas sus piezas. En conjunto los elementos gráficos transmiten de forma clara el concepto de diseño propuesto como base para el diseño. Por todo esto el material es del agrado de los expertos en la materia de diseño gráfico.

IMPORTANTE

Los cambios sugeridos en el espacio destinado dentro del instrumento para observaciones y comentarios, hechos por tres expertos son los siguientes:

- 1.- Intensificar el color en la impresión ya que este tiende a opacar un poco el diseño.
- 2.- Crear jerarquía dentro de la frase "tu puedes ayudar.....", para que ésta sobresalga más dentro del diseño.

antes



2.- Crear jerarquía dentro de la frase "tu puedes ayudar.....", para que ésta sobresalga más dentro del diseño. Se consideró un buen aporte, por lo cual se realizó el cambio como se muestra en el ejemplo inferior.

ahora



1.- Intensificar el color en la impresión ya que este tiende a opacar un poco el diseño. Se hace la salvedad que el color que se verá en la impresión litográfica y digital de las piezas será el color manejado institucionalmente, por esta razón no se realiza el cambio ya que la diferencia radica en la impresión del presente proyecto que se hizo en impresora de inyección de tinta.

12

Propuesta final y fundamentación

MENSAJE

Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

APOYADA
CON
CORAZON

El **mensaje** que se trabajó en las piezas es: Tú puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados, apoyando con corazón a través de Voluntarios CONRED, el grupo de voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres.

Después de haber realizado pruebas con otros mensajes, se consideró éste como una forma por medio de la cual se transmitiera el concepto de diseño, éste a su vez proporcionaría elementos que se pudieran representar gráficamente. Se trabajó con un lenguaje sencillo, de fácil comprensión para el grupo objetivo y además al ser apoyado por las imágenes facilitaría aún más su comprensión.



COLOR

La utilización del **color** se basó inicialmente en los colores del logotipo institucional de CONRED, conformado por azul y naranja, a éstos se agregó el color negro el cual proporcionará carácter al diseño. Luego de hacer las pruebas de paleta de color en la primera etapa del bocetaje, se consideró que estos tres colores mencionados podían ser utilizados juntos. Se retomó la información del grupo objetivo y se hizo una pequeña observación, con base a las referencias dadas por el mismo grupo, de materiales de diseño que a éstos les agrada ver, como por ejemplo la revista INSIDE, o el mismo estilo de diseño de la publicidad de Saúl E. Méndez, entre otros. Por esta razón se decidió utilizar el contraste proporcionado por el color naranja y negro, se decidió naranja ya que el color azul institucional de CONRED, no generaba el contraste buscado al aplicarlo sobre el color negro o viceversa. Además por medio de el color naranja se transmite la ENERGÍA.



VOLUNTARIOS CONRED

LOGO

El **logotipo** creado específicamente para este proyecto, se realizó con base al concepto y partió de la imagen que posee el logotipo de CONRED el cual es un triángulo dentro de un círculo, al invertir la posición de este triángulo proporciona los trazos de una letra V, de aquí partió la idea de utilizar una V de voluntarios e implementarle a ésta un corazón, el cual es un elemento principal del concepto de diseño.



ICONOS

La secuencia de **íconos**, se trabajó de esta forma ya que refleja como poco a poco con corazón y energía, pero con amor principalmente se logran sanar las vidas de muchas personas que están sufriendo a causa de las consecuencias de los desastres naturales. Esta secuencia de íconos se refuerza por palabras las cuales representan la ayuda que es importante para la restauración de las vidas de estas personas, más se hace nuevamente referencia a lo intangible y subjetivo como lo es el amor, el cual puede curar y sanar, ayudando a que, ante la adversidad, siempre reine el deseo de ayudar y la esperanza.

<p>TEXTURA</p>	<p>La textura que se utiliza como fondo dentro de las piezas, representa la adversidad, el desastre, el caos, que viene a consecuencia de un desastre de magnitud importante para quien lo padece. Así mismo crea dinamismo lo que transmite energía.</p>
<p>TIPOGRAFIA tipografía tipografía</p>	<p>La tipografía, a pesar de ser variada se complementa entre sí, ya que el diseño cuenta con la aplicación de tres tipos diferentes de tipografía, una crea el impacto visual que se buscaba, y se acerca al grupo objetivo por ser una tipografía joven y moderna. El otro tipo utilizado, por sus rasgos representa fuerza, dureza y firmeza. A éstas se une una tipografía suave, de trazos a base de curvas, lo cual crea un equilibrio y suaviza la dureza de las descritas anteriormente.</p>
<p>FUNDAMENTOS DE DISEÑO</p>	<p>Existe un equilibrio oculto, así como la asimetría, los ejes se manejan libremente, lo cual ayuda a que el grupo objetivo se identifique con el material, ya que siendo jóvenes buscan sentirse libres y que no se les trate de enmarcar o delimitar en cuanto a sus decisiones y formas de disfrutar su vida.</p>
<p>FUNDAMENTOS DE DISEÑO</p>	<p>Los recuadros utilizados dentro de los textos, crean equilibrio con lo dicho en el párrafo anterior. Estos ayudan a que de forma inconsciente el grupo objetivo sepa que existen límites, que existen aristas en la vida propia de ellos y de sus semejantes. Éstos recuadros crean equilibrio ante el rompimiento de los ejes y el uso caprichoso de los mismos.</p>



A continuación se hace un detalle breve de cada pieza.



TRIFOLIAR

El diseño del trifoliar sería el que marcaría el estilo de diseño para todas las piezas, éste se tomó como base para el resto del material debido a que es el que más información lleva consigo. Se pensó en el grupo objetivo y se decidió distribuir dicha información de una forma dinámica y que llevara una secuencia, desde su portada hasta la página final. Para ésto el mensaje se dividió en tres partes para que así partiera de una etapa de expectación hasta llegar al propósito de la pieza.

Se trabajó en forma vertical, aunque en la portada se puede apreciar que la secuencia de íconos se colocó con una inclinación significativa, ésto se hizo para darle dinamismo a la portada por medio del rompimiento de ejes, así se logra un diseño asimétrico y dinámico.

Se representa el mensaje de una forma gráfica, por medio del efecto visual de que cada uno de los íconos se va llenando secuencialmente. Ésto hace referencia a la restauración de la vida de una persona. Se utilizó el elemento tipográfico para reforzar el texto y así transmitir un mensaje más claro y directo.

Como se dijo anteriormente se trabajó con ejes libres, lo cual hace que el grupo identifique esa misma libertad por medio del diseño.

El color es un elemento predominante dentro del diseño ya que se satura de color dejando pocos espacios blancos, se decidió de esta forma para crear impacto y capturar la atención del grupo objetivo, el contraste de los colores sobrepuestos unido al estilo de la tipografía y a la textura seleccionada, logrará provocar un acercamiento por parte del grupo objetivo y una identificación con el material y con su propósito. El color naranja por su psicología transmite energía, y se asocia con juventud. El color negro se empleó para lograr más impacto en el diseño, al verse en conjunto el naranja, el blanco y el negro crean un contraste que ayuda a lograr ese impacto buscado para llamar la atención del grupo objetivo. El fondo con textura, hace referencia a la devastación, representa dolor, caos, destrucción, además de crear dinamismo. A ésto se le compensa con el mensaje, con los íconos con el elemento gráfico del logotipo.

Se propusieron pequeños bloques de texto para evitar dar más información de la necesaria, por el grupo al que va dirigido se decidió esto ya que éste no considera importante tomar un documento y leerlo detenidamente, mientras que ese tiempo lo puede utilizar en alguna otra actividad.

Al decidir el texto que se utilizaría se pensó en algo que impacte, por esta razón se colocaron datos estadísticos proporcionados por CONRED, en los que refleja los daños provocados por la tormenta Stan, dentro de los datos estadísticos se incluye el dato de voluntarios con los que actualmente cuenta CONRED, ésto es para mostrar que a toda esa devastación no se puede ayudar con tan pocos voluntarios.



TRIFOLIAR

8.5"

TIRO

10.875"

VOLUNTARIOS CONRED

Calendario de Actividades

General La Pradera Zona 13	15/11/2009
Pradera El General en Ciudad de Guatemala	15/11/2009
General Las Flores	15/11/2009
Universidad de San Carlos	15/11/2009
Universidad de San Carlos	15/11/2009
Universidad Francisco Marroquin	15/11/2009
Universidad Francisco Marroquin	15/11/2009
Cines Magic Place	15/11/2009
Cinepolis	15/11/2009
Centro Comercial Los Próceres	15/11/2009

Nuestras instalaciones tu colegio y tu universidad si desear, saber cuando llegaremos llama a nuestro Centro de Información al telefono

1505

Avenida Francisco B. G. Zona 13
Guatemala, Ciudad de Guatemala
Tel: (502) 2332-4144 Fax: (502) 2332-6035

Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

AMOR
COMIDA
MEDICINAS
AGUA
VIVERES

APROVECHANDO CON CORAZON A TRAVES DE

VOLUNTARIOS CONRED

Tu puedes ser parte del grupo de voluntarios que ayudan a restaurar las vidas de nuestros hermanos guatemaltecos que aún padecen las secuelas de los desastres naturales que han golpeado a nuestro país.

Vamos... **UNETE**

y capacitate en temas como

- Educación
- Divulgación
- Fortalecimiento de Redes en
- Prevención de Desastres.

SADES
lo que nos dejó la Tormenta Stan

- 1,158 comunidades afectadas
- 669 fallecidos
- 844 desaparecidos
- 386 heridos
- 474,928 damnificados
- 25,832 viviendas afectadas
- 9,136 viviendas destruidas

CONRED cuenta solamente con 45 voluntarios

Nuestra meta **500 voluntarios**



ANUNCIO DE PRENSA

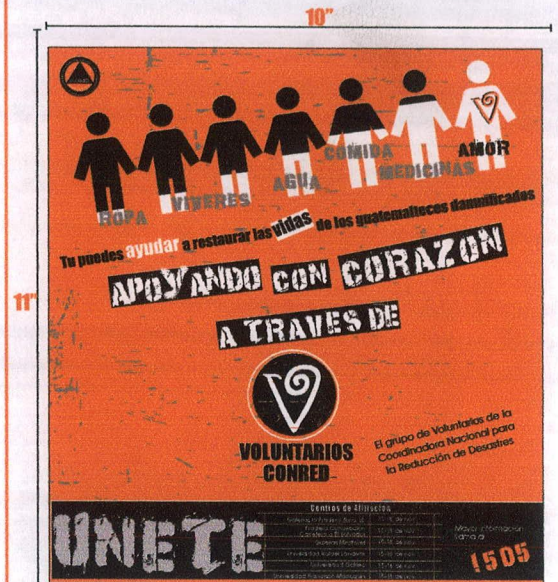
Para el diseño del anuncio de prensa se inició con proponer las medidas adecuadas para poder captar la atención del grupo. Además se consideró que la mejor forma de llegar al grupo por este medio, es pautando en los espacios con los que cuentan algunos periódicos de circulación nacional, sobre todo interesa la metrópoli ya que allí es donde se encuentra concentrado el grupo al que se desea llegar.

Se determinó que los dos periódicos más conocidos para el grupo son Prensa Libre y Siglo XXI, estos dos cuentan con un suplemento que se dirige a este grupo objetivo. En el caso de Prensa Libre es el suplemento Aula 2.0, mientras que en el Siglo XXI es Gente 21.

Dentro de éstos existe variedad en los tamaños de anuncios que manejan, pero se consideró que si se desea capturar la atención, debe de iniciar, especialmente en la primera y segunda etapa propuesta con anuncios de página completa, que exaltarán el diseño y hará evidente el anuncio, lo que ayudará a que se enteren quienes no ven los periódicos por medio de sus padres, ya que éstos pueden transmitirle dicha información, es decir, el anuncio captura igual la atención de diversos grupos.

En cuanto a la diagramación, se realizó de una forma más ordenada y limpia, se jerarquizó la información, iniciando con el mensaje, al centro la parte central del mismo y finalmente en la parte inferior, los centros de afiliación y otra información relevante.

En este se hace resaltar el logotipo elaborado especialmente para la campaña que propone este proyecto; se hace énfasis en éste ya que al grabar esta imagen en la memoria será más fácil que se identifique en cualquier lugar donde se encuentre el stand ubicado.



ANUNCIO DE PRENSA

página completa

10"

11"



Tu puedes **ayudar** a restaurar las **vidas** de los guatemaltecos damnificados

APOYANDO CON CORAZON
A TRAVES DE



VOLUNTARIOS
CONRED

El grupo de Voluntarios de la
Coordinadora Nacional para
la Reducción de Desastres

UNETE

Centros de Afiliación

Galerías la Pradera Zona 10	15-18 de nov.
Pradera Concepción	15-18 de nov.
Carretera a El Salvador	15-18 de nov.
Galerías Miraflores	15-18 de nov.
Universidad Rafael Landívar	15-18 de nov.
Universidad Galileo	15-18 de nov.
Universidad Francisco Marroquín	15-18 de nov.

Mayor información
llama al

1505

GAFETE

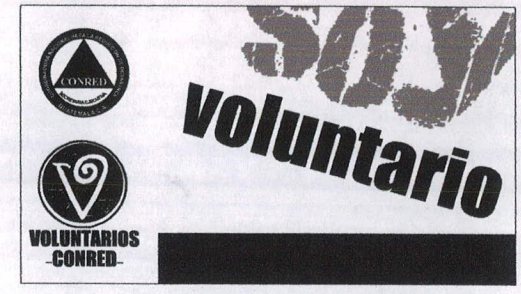
Al diseño del gafete se agrega un nuevo elemento, de texto conformado por la frase SOY VOLUNTARIO, ésto se hizo para crear un sentido de pertenencia en el grupo objetivo ya que se sabe que éstos necesitan sentirse que pertenecen a un grupo, a una familia, a una sociedad etc., es por ésto que con la frase termina de reforzar y de convencer al voluntario de la importancia de formar parte del grupo de Voluntarios CONRED. Además, por el propósito de esta pieza, se hizo de una forma sencilla en cuanto a la diagramación, ya que lo que se busca es que se identifiquen entre sí los voluntarios con los capacitadores y además que la gente pueda identificarlos no sólo como voluntarios de la CONRED sino también por su nombre.

Las dos opciones de color son por razones de costo en la impresión.

Para impresión a color.



Para impresión blanco y negro.



FICHA DE DATOS

8.5"

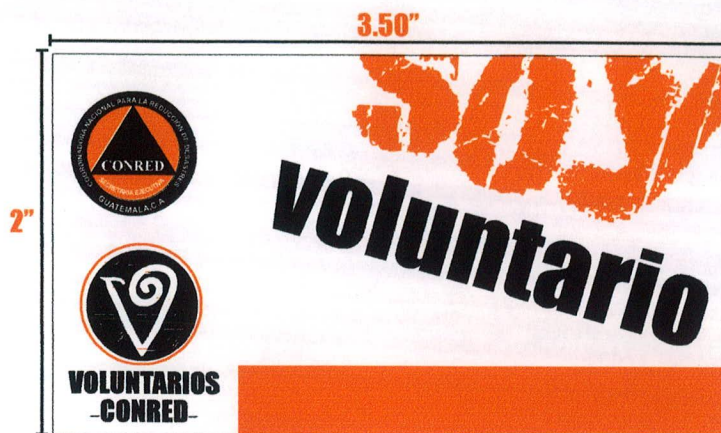
Formulario de datos con logos de CONRED y VOLUNTARIOS CONRED. Incluye campos para: Nombre completo, Edad, Dirección, Teléfono, Celular, Ocupación, Ha realizado labor como voluntario anteriormente (Sí/No), Horario en que puede existir a capacitación (Mañana/Tarde), En caso de ser menor de edad, Nombre de los responsables o encargados, Centro de afiliación, Fecha, and a section for 'Mayor información llamar al 1505'.

La ficha de datos fue diseñada como material de apoyo, pero específicamente es para el personal del programa de Voluntarios ya que ésta servirá para recopilar los datos de las personas interesadas, es por ésto que la diagramación es simple, guarda equilibrio, es legible y limpia. Dentro de ésta se diseñó un desprendible para el grupo objetivo, el cual se integra a la diagramación de las piezas mostradas anteriormente.

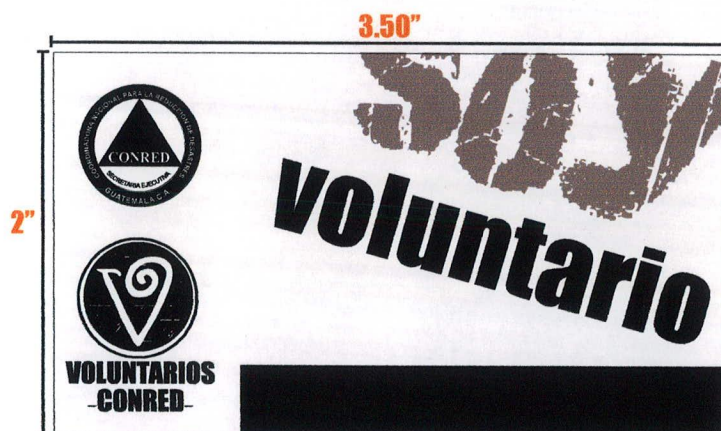
Ambas partes reservan un área de numeración, ya que se harán blocks de 25 hojas cada uno, este reservado se deja para que en la imprenta sean numeradas.

El diseño se realizó en color negro, por costos y además porque se considera que no agrega ningún valor para el g.o. que el desprendible tenga colorido, ni para el personal que hará uso de los datos escritos en cada ficha.

GAFETE



Para impresión a color.



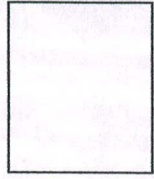
Para impresión blanco y negro.

FICHA DE DATOS

8.5"



No. 0001



El grupo de Voluntarios de la
Coordinadora Nacional para la
Reducción de Desastres

Nombre completo: _____

Edad: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ Celular: _____

Ocupación: _____

Ha realizado labor como voluntario anteriormente: Si ____ No ____

Horario en que puede asistir a capacitación:

Mañana: _____ Tarde: _____

L	M	M	J	V	S	D
---	---	---	---	---	---	---

En caso de ser menor de edad:

Nombre de los responsables o encargados: _____

Centro de afiliación: _____

Fecha: _____

11"



No. 0001

Presenta esta contraseña el día que asistas a capacitación
junto con una fotografía reciente

Nos comunicaremos contigo para informarte la fecha de tu capacitación.

Mayor información llama al

1505

Nombre completo: _____

Lugar en que me afilié: _____

Fecha de afiliación: _____

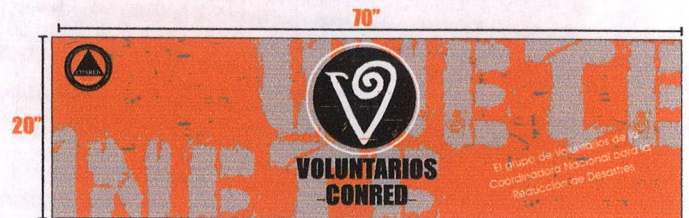


El grupo de Voluntarios de la
Coordinadora Nacional para la
Reducción de Desastres

IDENTIFICADORES DE STAND

Éstos fueron diseñados para ser vistos por todas las personas, no solamente por el grupo objetivo, pero es probable que sólo a éste le impacte o le agrade visualmente. Lo cierto es que teniendo un espacio tan amplio es necesario explotarlo al máximo, entonces por esta razón se vuelve a transmitir el mensaje, pero diagramado de diferente manera. En esta forma diferente de diagramación, se juega con la disposición de los elementos gráficos, como lo son los íconos, los cuales han estado cambiando conforme se han ido diseñando las piezas, ya que en el trifoliar aparecen casi en sentido completamente vertical con una inclinación hacia la derecha, mientras que en el anuncio de prensa aparecen de forma casi horizontal con una leve inclinación superior del lado derecho. Y en esta pieza se rompe completamente la fila, más no se pierde la secuencialidad, ya que estos igualmente aunque vayan sueltos o en pareja van de arriba hacia abajo, de poco a mucho en cuanto al color blanco que va llenando el ícono.

Estos identificadores se dividen en tres creando una secuencia que inicia a transmitir el mensaje desde el lado izquierdo, luego al derecho y por último a la parte de abajo donde sólo se refuerza el mensaje.



IDENTIFICADORES DE STAND

24"

70"

Tu puedes **ayudar** a restaurar las **vidas** de los **guatemaltecos** **damnificados**

FOD

VIVERES

AGUA

COMIDA

MEDICINAS

APOYANDO

CON

CORAZON

AMOR

70"

20"

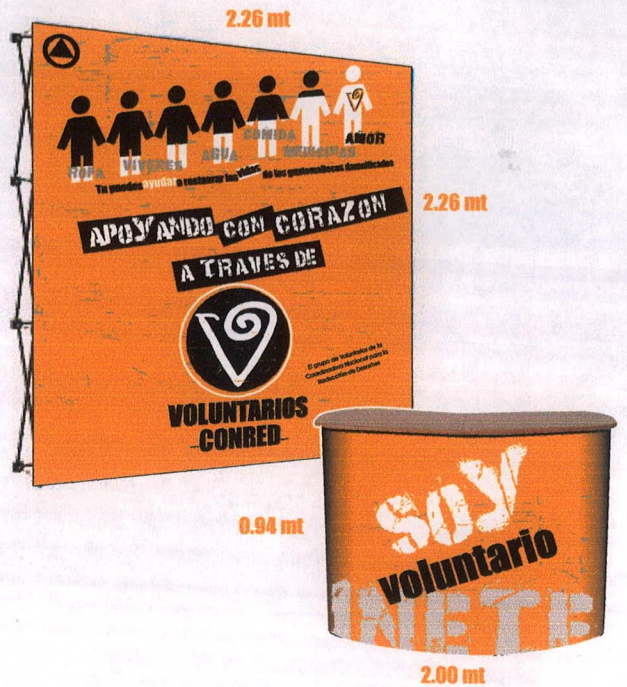
VOLUNTARIOS CONRED

El grupo de Voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres

STAND CON ESTRUCTURA

Éstos fueron diseñados para ser vistos por todas las personas, no solamente por el grupo objetivo, pero es probable que sólo a éste le impacte o le agrade visualmente. Lo cierto es que teniendo un espacio tan amplio es necesario explotarlo al máximo, entonces por esta razón se vuelve a transmitir el mensaje, pero diagramado de diferente manera. En esta forma diferente de diagramación, se juega con la disposición de los elementos gráficos, como lo son los íconos, los cuales han estado cambiando conforme se han ido diseñando las piezas, ya que en el trifoliar aparecen casi en sentido completamente vertical con una inclinación hacia la derecha, mientras que en el anuncio de prensa aparecen de forma casi horizontal con una leve inclinación superior del lado derecho. Y en esta pieza se rompe completamente la fila, más no se pierde la secuencialidad, ya que estos igualmente aunque vayan sueltos o en pareja van de arriba hacia abajo, de poco a mucho en cuanto al color blanco que va llenando el ícono.

Estos identificadores se dividen en tres creando una secuencia que inicia a transmitir el mensaje desde el lado izquierdo, luego al derecho y por último a la parte de abajo donde sólo se refuerza el mensaje.



STAND CON ESTRUCTURA

2.26 mt

Tu puedes ayudar a restaurar las vidas de los guatemaltecos damnificados

APOYANDO CON CORAZON
A TRAVES DE

VOLUNTARIOS CONRED

El grupo de Voluntarios de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres

2.26 mt

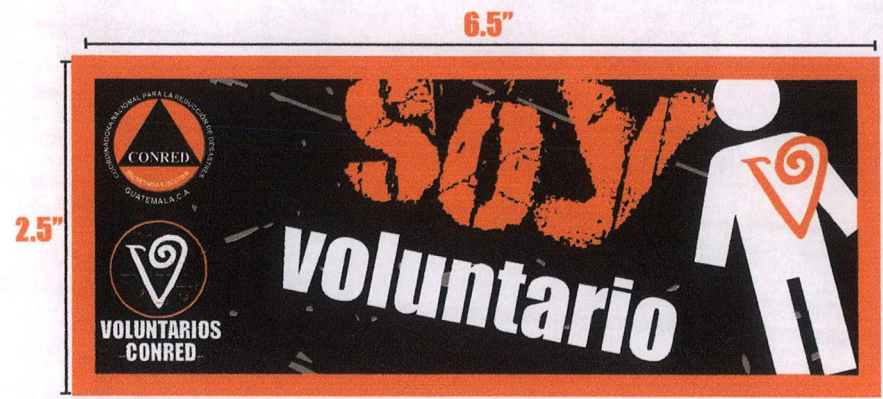
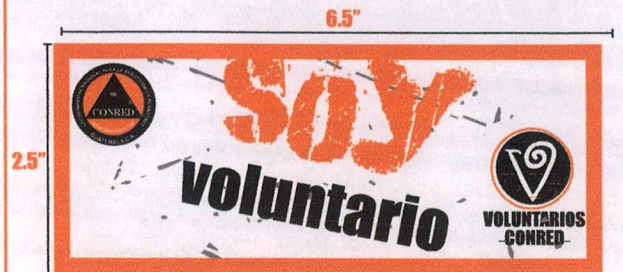
2.00 mt

0.94 mt

voluntario

BUMPER STICKERS

Estos se diseñaron en base a los gafetes, ya que deben de ser visibles a simple vista, legibles y para que puedan ser identificados. El tamaño que se propone es de 2.5" x 6.5", estos además se podrán estar renovando, cada cierto tiempo.



13 Producción y Reproducción

13.1 ESPECIFICACIONES TECNICAS

Trifoliar

2,000
Formato 8.5" x 10.875"
Dos colores
Tiro y retiro
Couche 80 grms.

Ficha de datos

50 talonarios de 25 hojas
8.5" x 11"
Tiro
Un color (Negro)
Numerados
Pegados

Gafete

2,000 unidades
2.5" x 3"
Tiro
Dos colores
Texcote 12
Barniz UV

Anuncio de Prensa

Publicarse el día sábado 3 de diciembre / 10 de diciembre
6 x 7 módulos (página completa, Magazine)
Negro más un color

Bumper Sticker

2,000 unidades
2.5" x 6.5"
Dos colores
Papel auto-adhesivo brillante

Identificadores de Stand

2 unidades
70" x 24"
1 unidad
70" x 20"
Dos colores
Tiro
Lona vinílica.

* Lonas para Stand con Estructura

2 unidades
- 2.26 x 2.26 mt.
- 0.94 x 2.00 mts
Dos colores
Tiro
Lona vinílica.

* Para esta pieza no se hará una cotización, ya que el proveedor del stand, ofrece el servicio de impresión incluido en el precio total de la estructura adquirida por el cliente.

13 **Producción y Reproducción**

13.2. **INFORME TECNICO**

En total se hará entrega de tres cds, distribuyendo los archivos dependiendo el sistema de impresión que se utilizará, y de los diferentes lugares en los que se imprimirá.

CD 1.

5 carpetas nombradas así:

Trifoliar

documento de FH Mx
Convertido a path
Colores CMYK
Bleed de 0.125

Anuncio de Prensa

Archivo en BMP
Prueba en BMP
Colores CMYK
Informe

Gafete

documento de FH Mx
Convertido a path
Colores CMYK
Bleed de 0.125

Bumper Sticker

documento de FH Mx
Convertido a path
Colores CMYK
Bleed de 0.125

CD 2.

Se hace entrega de un CD con el documento digital trabajado de la siguiente manera (según especificaciones de proveedor):

Identificadores de Stand

Archivo jpg.
Colores RGB (por ser impresión digital).
Escla real o reducido a un 50%.

CD 3.

En éste se encuentran los archivos que servirán para entregarse al proveedor de la estructura quien le hará entrega del material a Servicopias, encargado de impresión.

Stand con Estructura

Archivo jpg
Colores RGB (por ser impresión digital).
Escla real o reducido a un 50%, siempre y cuando el jpg se exporte con una resolución de 15 o 300 dpis

13.3. PRESUPUESTO DE DISEÑO Y DE IMPRESION

Guatemala, Mayo de 2006

Señores
Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres
-CONRED-
Programa de Voluntarios
Lcda. Claudia Flores
Presente

Estimada Licenciada:

Me complace presentarle la oferta de servicios profesionales de diseño gráfico para el desarrollo del material solicitado por usted.

A continuación se detalla cada pieza de diseño propuesta:

Trifoliar
8.5" x 10.875"
Tiro y retiro
Dos colores
..... Q. 1,500

Ficha de datos
8.5" x 11"
Tiro
Un color (Negro)
..... Q. 300

Gafete
2.5" x 3"
Tiro
Dos colores
..... Q. 350

Anuncio de Prensa
6 x 7 módulos (pagina
completa, Magazine)
Negro mas un color
..... Q. 1,500

Bumper Sticker
2.5" x 6.5"
Dos colores
..... Q. 350

Identificadores de Stand
3 unidades
2 de 90 cm. x 1.50 y una
de 70 cm. x 2.00 mts
Dos colores

..... Q. 500

Stand con estructura
1 de 2.26 x 2.26 mt
1 de 0.94 x 2.00 mt.
Dos colores

..... Q. 800

Precio total..... Q. 5,300

Seguros de poder contar con una respuesta satisfactoria, será un gusto poderle servir en tan importante proyecto.

Atentamente,

Gabriela García
Diseñadora Gráfica

Aprobación Cliente
Lcda. Claudia Flores
Dpto. De Voluntarios
CONRED

Tel: 2365-3761 Cel: 5517-0327
Mggalvarez00@hotmail.,com

importante

Para la realización de este proyecto se solicita que la información que se incluirá en los documentos sea proporcionada por el cliente de forma digital.

Los precios descritos anteriormente incluyen tres cambios por cada pieza, del cuarto cambio en adelante se cobrará un 5% del costo de la pieza.

Después de aprobada la cotización, se requiere la cancelación del 50% de anticipo, el otro 50% será contra entrega.

PRESUPUESTO DE IMPRESION

Los costos de impresión litográfica para el trifoliar, gafetes, stickers y fichas de datos son los siguientes: (Ver anexos, No. 4)

Trifoliar

2,000
Formato 8.5" x 10.875"
Dos colores
Tiro y retiro
Couche 80 grms.
Total Q.1110.00

Ficha de datos

50 talonarios de 25 hojas
8.5" x 11"
Tiro
Un color (Negro)
Numerados
Pegados
Total Q.1900.00

Gafete

2,000 unidades
2.5" x 3"
Tiro
Dos colores
Texcote 12
Barniz UV
Total Q.550.00

Bumper Sticker

2,000 unidades
2.5" x 6.5"
Dos colores
Papel auto-adhesivo
brillante
Total Q.1110.00

El servicio de impresión litográfica fue ofrecido por
SERVinsa. 7a. Calle 16-23 Zona 1 Telefax: 22305859
Contacto: Carlos Gálvez

Los costos de impresión digital para los identificadores de stand son los siguientes: (Ver anexos, No. 5)

Identificadores de Stand

2 unidades
70" x 24"
Total Q.650.00

1 unidad
70" x 20"
Dos colores
Tiro
Lona vinílica.
Total Q.300.00

Salvedad
Estos precios difieren de la cotización que Digital Color realizó, ya que hubo confusión en las medidas. Por este motivo se pidió el precio correcto, sin embargo por razones de tiempo y de incumplimiento por parte de la empresa no fue enviada la corrección vía fax, por lo que fueron proporcionados vía telefónica.

El servicio de impresión digital fue ofrecido por
DIGITAL COLOR, 10a. Calle 0-29 Zona 9. Telefax: 2334-1091
Contacto: Sandra Castillo.

El precio para pauta de anuncio en suplemento
Aula 2.0 de Prensa Libre es el siguiente: (Ver anexos, No. 6)

Anuncio de Prensa

1 anuncio
6 x 7 módulos
(página completa, Magazine)
Negro más un color
Total Q.17,000.00

Prensa Libre
Contacto: Francisco Chinchilla / Jefe de Ventas
PBX 2230-5096 Ext. 3506
Cel. 5779-7547

13.4. SISTEMA DE IMPRESION Y REPRODUCCION

El trifoliar, los gafetes, y la ficha de datos serán impresos en sistema de impresión litográfica
Los Bumper Sticker de igual forma puede ser en sistema de impresión litográfica o serigrafía. Se eligió el medio litográfico, con base a la experiencia, ya que en el sistema de impresión de stickers de forma serigráfica no se posee un conocimiento amplio.
Los Identificadores de stand se imprimirán en sistema de impresión digital.

14



Conclusiones y Recomendaciones

CONCLUSIONES

- 1 Se concluye este proyecto con la propuesta de una estrategia de comunicación que servirá de ayuda para CONRED en la convocatoria y afiliación de voluntarios jóvenes.
- 2 Se diseñó un logotipo el cual identifica la campaña de captación de voluntarios jóvenes así como elemento identificador de este nuevo grupo que formará CONRED.
- 3 Se desarrolló material informativo para motivar e informar sobre las formas de afiliación y capacitación para voluntarios; la cual la conforma un Trifoliar y un anuncio de prensa.
- 4 Se diseñó material de apoyo para implementar la actividad de afiliación de voluntarios conformado por las siguientes piezas: Gafetes, que servirán para identificar al voluntario desde el proceso de capacitación. Fichas de datos, que serán utilizadas por el personal que se encargue del stand, quienes deberán de llenarlas con los datos que se indica en éstas, proporcionándole al afiliado un desprendible de la misma ficha. Identificadores de stand y stand con estructura, ambos servirán para identificar al grupo encargado de informar a los jóvenes que se acerquen. Serán colocados en lugares previamente sugeridos en esta estrategia, además servirán para capturar la atención del grupo objetivo. Bumper stickers, lo cuales serán entregados a los voluntarios luego de su capacitación.

14



Conclusiones y Recomendaciones

RECOMENDACIONES

- 1 Se recomienda investigar a profundidad lo que es una estrategia de comunicación y se sugiere que ésta después de ser creada se valide con un profesional de ciencias de la comunicación o publicidad.
- 2 Al diseñar un logotipo que sirva para una campaña como lo es la convocatoria y captación de voluntarios, así como para identificar a este grupo de jóvenes, se espera que llegue a convertirse en el logotipo oficial de los voluntarios jóvenes de CONRED. Por esta razón se recomienda que se diseñe una guía de utilización del logotipo, evitando así un mal uso de éste, lo cual podría repercutir cuando se espera que el logotipo cause impacto. Esta guía puede ser sencilla, debe de contener las proporciones adecuadas del logotipo, y su aplicación en diferentes colores y para diferentes sistemas de impresión.
- 3 Para la elección de piezas de diseño que conforman material informativo, es necesario proponer formatos que se ajusten tanto al grupo objetivo como a la necesidad y presupuesto del cliente, si el presupuesto es limitado, se recomienda recurrir a los formatos de medidas standard, y a la limitación del uso del color. Esto representará una reducción en costos de impresión, más no, una limitación de creatividad. Se logran diseños creativos tanto en materiales finos impresos a full color y con troqueles, como en materiales más económicos y con formatos que permitan un el máximo rendimiento del papel.
- 4 En el diseño e impresión de stands, se recomienda crear soluciones alternas cuando no se posean estructuras especiales que funcionan para este fin. Un diseño con buena calidad, en las proporciones adecuadas y con un nivel de impresión óptimo, colocado en un lugar adecuado, (previamente establecido), así como la estética en la decoración de dicho lugar, serán suficiente para capturar la atención del grupo que se desea impactar.

16



anexos

Anexo No. 1

Instrumento para grupo objetivo

Permitió indagar aspectos importantes para conocer el perfil psicográfico del grupo objetivo.

Dirección: _____ Edad: _____

Colegio o Universidad: _____ Grado que cursas: _____

Agradezco tu colaboración contestando las siguientes preguntas, subrayando la respuesta correcta. Puedes subrayar más de una respuestas si así consideras necesario.

1.- Actualmente vives con:

- Padres
- Familiares
- Amigos

2.- Cuando sales a divertirte lo haces con:

- Amigos
- Amigos y amigas
- Familiares

3.- Cuando sales con tus amigos te gusta frecuentar:

- Restaurantes
- Tiendas de Autoservicio
- Restaurantes de comida rápida
- Cines
- Centros Comerciales
- Otros: _____

4.- Cuando sales de viaje con tus amigos o familiares, prefieres ir a:

- Antigua
- Panajachel
- Río Dulce
- Esquipulas
- Otros: _____

5.- De la tecnología que tienes a tu alcance, utilizas:

- Computadora
- Reproductores de música
- Celular
- Otros: _____

Anexo No. 1

Instrumento para grupo objetivo

6.- El internet lo utilizas para:

- Comunicarte con tus amigos
- Jugar
- Hacer compras en línea
- Buscar información para trabajos de estudio.

7.- Has ayudado como voluntario en momentos de emergencia nacional por desastres:

SI	NO
----	----

Si tu respuesta es positiva especifica el evento y el año _____

8.- Actualmente brindas tu ayuda como voluntario en alguna labor social:

SI	NO
----	----

Si tu respuesta es positiva especifica cómo _____

9.- Te gusta leer?

SI	NO
----	----

10.- Lees la prensa?

SI	NO
----	----

Si la respuesta es positiva indica qué secciones?

- Deportes
- Chistes
- Noticias Nacionales
- Noticias internacionales
- Eventos
- Suplementos de ofertas
- Entretenimiento

10.- Cuando sales a la calle, prestas atención a la información o anuncios de:

- Gigantografías
- Vallas
- Publicidad en autos
- Publicidad en avionetas
- Publimóviles
- Mupis
- Otros: _____

Anexo No. 1
Instrumento para grupo objetivo

11.- Cuando te ofrecen en la calle, recibes:

- Volantes
 - Folletos
 - Stickers
 - Otros:
-

12.- Cuando recibes o lees un material qué prefieres?

Colorido	Poco color
Mucho Texto	Poco texto
Tamaño grande	Tamaño pequeño
Fotografías	Ilustraciones
Papel brillante	Papel opaco
Papel con textura	Otros

13.- Con qué color crees que te identificas? _____

14.- Cuál consideras que es un color de la juventud? _____

15.- Te gustaría formar parte de un grupo de jóvenes voluntarios para ayudar en caso de emergencias por desastres naturales?

SI	NO
----	----

Gracias por tu colaboración.

Anexo No. 2 Instrumento para pre-validación

A la izquierda encontrará enunciados en una serie de rasgos deseables en un material impreso; marque en los números de la derecha, el indicador que mejor describa el estado de cada enunciado conforme a la siguiente escala:

1. Excelente 2. Bueno 3. Regular 4. Malo

Formato y soporte

Por sus dimensiones, el formato empleado en todas las piezas es de fácil manejo para el usuario.

1 2 3 4

Por su forma, el formato del material es adecuado para capturar la atención del grupo objetivo.

1 2 3 4

Color

La selección del color es adecuada según el concepto.

1 2 3 4

El empleo del color refleja armonía visual.

1 2 3 4

A lo largo del material el empleo del color genera contrastes visuales

1 2 3 4

El color se adecúa según el grupo objetivo principal y secundario.

1 2 3 4

Diagramación

Es adecuada la cantidad de texto para el nivel de lectura del grupo objetivo.

1 2 3 4

La diagramación de los elementos ayudan al seguimiento de la lectura.

1 2 3 4

La disposición de los elementos gráficos, textos y títulos crean impacto.

1 2 3 4

Imágenes

El ícono se identifica con el grupo objetivo.

1 2 3 4

La textura utilizada va de acuerdo con el grupo objetivo.

1 2 3 4

Considera necesaria la utilización de las expresiones de las caras de los íconos.

1 2 3 4

En términos generales...

El material guarda unidad en todas sus piezas.

1 2 3 4

El material cumple con la función de informar.

1 2 3 4

Por su forma, color y diagramación, el material transmite el concepto de diseño.

1 2 3 4

Le agrada la forma en que fue diseñado el material.

1 2 3 4

Considera que algunos elementos de los mencionados anteriormente, como tipografía, color, imágenes, formato, etc., necesitan cambiarse o ser modificados.

1 2 3 4

Observaciones _____

Anexo No. 3 Instrumento para validación por diseñadores gráficos

El presente proyecto es el resultado de un estudio de estrategia creativa, realizado en el curso de Portafolio Académico.

Cliente: Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -CONRED- Programa de Voluntarios

Concepto Central: "Corazón y energía para restaurar vidas".

Objetivos: Proponer una estrategia de comunicación que ayude a CONRED en la convocatoria y afiliación de jóvenes voluntarios.

Desarrollar material informativo para motivar e informar sobre las formas afiliación y capacitación para jóvenes voluntarios

Diseñar material de apoyo para implementar la actividad de afiliación de jóvenes voluntarios.

G.O: Jóvenes estudiantes de colegios y universidades privadas de ambos sexos, en su mayoría hombres. De 16 a 22 años. Nivel socioeconómico: A, B, C1 y C2.

Se propone una estrategia de comunicación para convocar voluntarios, para lo cual se diseñaron las siguientes piezas: trifoldar, anuncio de prensa, gafete, ficha de datos, bumper stickers, banners, identificadores de stand y stand con estructura.

Marque con una "X" la respuesta que crea correcta
Es muy importante su criterio y sinceridad en las respuestas que proporcione como profesional del diseño gráfico.

El formato...

es de fácil manejo para el usuario	
Trifoldar	
Gafete	
Ficha de datos	
Bumper stickers	
captura la atención del g.o.	
Trifoldar	
Gafete	
Ficha de datos	
Bumper stickers	
Stand	

El soporte...

resalta el diseño del material	
Trifoldar	
Gafete	
Ficha de datos	
Bumper stickers	
permite la apreciación del g.o.	
Trifoldar	
Gafete	
Ficha de datos	
Bumper stickers	
Stand	

Sugerencias o comentarios

Anexo No. 3

Instrumento para validación por diseñadores gráficos

El color...

<i>El empleo del color transmite</i>	
Formalidad	
Elegancia	
Energía	
Juventud	
<i>El empleo del color refleja</i>	
Armonía Visual	
Textura	
Contraste	
Dinamismo	

<i>Captura la atención del g.o. por medio de</i>	
Saturación	
Intensidad	
Sobriedad	
Contraste	
<i>Se identifica con:</i>	
Juventud	
Desastres naturales	
Energía	
Amor	

Sugerencias o comentarios

La tipografía...

<i>Por su estructura y rasgos...</i>	
Facilita la lectura	
Dificulta la lectura	
Cansa la vista	
<i>Por el manejo de los tamaños..</i>	
Satura el diseño	
Produce dinamismo	
Crea equilibrio visual	

<i>Captura la atención del g.o. por medio de</i>	
La familiaridad	
La identificación	
La sobriedad	
<i>La tipografía elegida es:</i>	
Elegante	
Ordinaria y vulgar	
Dinámica	

Sugerencias o comentarios

La diagramación...

<i>Por el manejo de los ejes...</i>	
Es dinámica	
Jovial	
Cansa la vista	
<i>Por los bloques de texto..</i>	
Facilita la lectura	
Crea confusión en la lectura	
Produce impacto	

<i>Por la jerarquía empleada</i>	
No se percibe orden	
Existe saturación	
Insinúa el orden de la lectura	
<i>Por la disposición de los elementos</i>	
Es monótona	
Crea interés	
Es dinámica	

Sugerencias o comentarios

Anexo No. 3
Instrumento para validación por diseñadores gráficos

Las imágenes...

Table with 2 columns and 7 rows. Rows include: Los iconos... (Son identificables por el g.o., Capturan la atención, Refuerzan el concepto de diseño), La textura.. (Satura el diseño, Produce dinamismo, Crea impacto).

El logotipo...

Table with 2 columns and 6 rows. Rows include: El grafismo del logotipo es... (Confuso, Claro, Obvio), Por su diseño, el logotipo (No identifica al g.o., No armoniza con el estilo de diseño, Identifica al g.o.).

Sugerencias o comentarios

Five horizontal lines for writing suggestions or comments.

Table with 3 columns: Informar, Promocionar, Educar. Section: El material cumple con la función de: En términos generales... (El material guarda unidad en sus piezas, Por los elementos gráficos, el material transmite el concepto de diseño, Le agrada la forma en que fue diseñado el material).

¿Considera que algunos elementos de los mencionados anteriormente, como tipografía, color, imágenes, formato, etc., necesitan cambiarse o ser modificados? (agradezco su objetividad y sinceridad)
Muchas gracias.

Anexo No. 4
Presupuesto de impresión litográfica

1 calle 16-23 zona 1 Tel Fax:2330-5889



Guatemala, 08 de mayo del 2006

Estimada Gabriela:

A continuación se detalla la cotización de los siguientes materiales:

Trifoliar
 Cantidad 2,000
 Formato 8.5" x 10.875"
 Dos colores
 Tiro y retiro
 Couche 80 grms. Total Q.1110.00

Ficha de datos
 Cantidad 50 talonarios de 25 hojas
 8.5" x 11"
 Tiro
 Un color (Negro)
 Numerados
 Pegados Total Q.1900.00

Gafete
 Cantidad 2,000 unidades
 2.5" x 3"
 Tiro
 Dos colores
 Texcote 12
 Barniz UV Total Q.550.00

Bumper Sticker
 Cantidad 2,000 unidades
 2.5" x 6.5"
 Dos colores
 Papel auto-adhesivo brillante Total Q.1110.00

Nota: estos precios ya incluyen iva / cliente proporciona CD / Tiempo de entrega a convenir / forma de pago a convenir /

Atentamente,

Carlos Gálvez
SERVINSA

PROYECTO
final
de diseño

Anexo No. 5
Presupuesto de Impresión digital



Guatemala, 08 de mayo del 2006

Señorita:
Gabriela García
Presente.

Le doy a conocer los precios de los materiales solicitados:

Cantidad	Descripción
02	Lonas vinílicas de 0.70 x 0.24mt2 Q.34.94
02	Lonas vinílicas de 0.70 x 0.20mt2 Q.29.12

Sin más por el momento, y en espera de brindarles el servicio que usted se merece.

Atentamente,

Sandra Castillo
Departamento Administrativo

Anexo No. 6 Presupuestos de Impresión

Pauta en suplemento aula 2.0 de prensa libre

CALENDARIO DE PUBLICACIONES 2006 AULA 2.0

No.	Fecha de publicación	Entrega de materiales
1	7 febrero	27 enero
2	14 febrero	3 febrero
3	21 febrero	10 febrero
4	28 febrero	17 febrero
5	7 marzo	24 febrero
6	14 marzo	3 marzo
7	21 marzo	10 marzo
8	28 marzo	17 marzo
9	4 abril	24 marzo
10	18 abril	31 marzo
11	25 abril	8 abril
12	2 mayo	21 abril
13	9 mayo	28 abril
14	16 mayo	5 mayo
15	23 mayo	12 mayo
16	30 mayo	19 mayo
17	6 junio	26 mayo
18	13 junio	2 junio
19	4 julio	23 junio
20	11 julio	29 junio (jueves)
21	18 julio	7 julio
22	25 julio	14 julio
23	1 agosto	21 julio
24	8 agosto	28 julio
25	15 agosto	4 agosto
26	22 agosto	11 agosto
27	29 agosto	18 agosto
28	5 septiembre	25 agosto
29	12 septiembre	1 septiembre
30	19 septiembre	8 septiembre
31	26 septiembre	14 septiembre (jueves)
32	3 octubre	22 septiembre

Medidas del anuncio:
 Página completa
 Área de excesos: 11x11 pulgadas.
 Área de textos y logos: 10x10 pulgadas.
 Deben ser trabajados a 150 dpi de resolución como mínimo.

Tarifario

	1 anuncio	8 anuncios	16 anuncios	32 anuncios	Contraportada
1 página completa (más impuestos)	Q17,000.00	Q16,150.00	Q15,300.00	Q14,450.00	Q16,000.00
1/2 página (más impuestos)	Q10,175.00	Q8,970.00	Q8,670.00	Q8,160.00	