

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: Creación de fuentes tipográficas según parámetros utilizados por expertos y su aprovechamiento en la comunicación visual.

ESTRATEGIA: Identidad gráfica y material promocional para Grupo María Luz de Esperanza.

PROYECTO DE GRADO

LETICIA YANETH ALVARADO PÉREZ

CARNET 12017-06

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2015

CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

INVESTIGACIÓN: Creación de fuentes tipográficas según parámetros utilizados por expertos y su aprovechamiento en la comunicación visual.

ESTRATEGIA: Identidad gráfica y material promocional para Grupo María Luz de Esperanza.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR

LETICIA YANEHT ALVARADO PÉREZ

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, JUNIO DE 2015
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR:

P. EDUARDO VALDES BARRIA, S.J.

VICERRECTORA ACADÉMICA:

DRA. LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO

VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN:

ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO

VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA:

P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S.J.

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS

SECRETARIA GENERAL:

LICDA. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA

AUTORIDADES FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO:

MGTR. HERNÁN OVIDIO MORALES CALDERÓN

VICEDECANO:

ARQ. OSCAR REINALDO ECHEVERRÍA CAÑAS

SECRETARIA:

MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA

DIRECTORA DEPTO. DE DISEÑO GRÁFICO:

MGTR. ANA REGINA LÓPEZ DE LA VEGA

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. JOSÉ ALEJANDRO RAMÍREZ PINEDA

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. PATRICIA DEL CARMEN VILLATORO CASTILLO DE PAZ

LIC. CLAUDIA MARÍA AQUINO AREVALO

LIC. DAVID ALFARO VALLADARES

CARTA DEL ASESOR



Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico
Teléfono: (502) 2426 2828 ext. 2428
Fax: (502) 2426 2828 ext. 2429
Campus Central, Vía Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG.0004-2014

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los diecinueve días del mes de mayo
de dos mil catorce.

Por este medio hacemos constar que el (la) estudiante **LETICIA YANETH ALVARADO PÉREZ**, con carné **12017-06**, cumplió con los requerimientos del curso de **Elaboración de Portafolio Académico**. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio Académico, previo a optar el grado académico de Licenciado(a).


Lic. Mónica Linares Barrios Aguilera
Asesor (a) Proyecto de Investigación


Lic. José Alejandro Ramírez Pineda
Asesor (a) Proyecto Digital


Lic. Ana Cristina Montoya Segura
Asesor (a) Proyecto de Estrategia

cc: Archivo
ms

ORDEN DE IMPRESIÓN



FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 03318-2015

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante LETICIA YANETH ALVARADO PÉREZ, Carnet 12017-06 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 0356-2015 de fecha 12 de junio de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: Creación de fuentes tipográficas según parámetros utilizados por expertos y su aprovechamiento en la comunicación visual.

ESTRATEGIA: Identidad gráfica y material promocional para Grupo María Luz de Esperanza.

Previo a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 12 días del mes de junio del año 2015.



MGTR. ALICE MARÍA BECKER ÁVILA, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar



Proyecto Final
ESTRATEGIA CREATIVA "E"
Identidad Gráfica y Material Promocional
Para Grupo María Luz de Esperanza

Leticia Yaneth Alvarado Pérez
Carné 1201706

Universidad Rafael Landívar
Facultad de Arquitectura y diseño
Diseño Gráfico



ÍNDICE

Introducción.....	8
GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO	
Familiarización del cliente.....	9
Necesidad.....	11
Objetivos.....	11
Marco de Referencia.....	12
Contenido Teórico de Diseño	24
Comprensión del Grupo Objetivo.....	34
GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO	
Contenido del Material gráfico.....	36
Diseño de concepto.....	37
Codificación del mensaje.....	41
Planeación estratégica de medios.....	53
Bocetaje para definir la propuesta preliminar.....	57
Validación.....	106
GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑO	
Propuesta final y fundamentación.....	114
Producción y Reproducción.....	132
Conclusiones y Recomendaciones.....	144
Referencias.....	146
Anexos.....	148

INTRODUCCIÓN

Los jóvenes de esta era se han ido integrando a diversos grupos, unos se integran para sentirse bien, otros para tener más amigos, y otros para ayudar a personas que lo necesitan, estas personas sienten la necesidad de brindar ayuda a la sociedad Guatemalteca siendo ellos los jóvenes de cambio.

Instituciones como hospitales, hogares de ancianos, hogares de niños y personas de la calle son visitados principalmente por jóvenes que con cariño dedican un tiempo para realizar obras sociales.

Poco a poco se ha ido incrementando este tipo de grupos, en los que no solamente brindan ayuda económica sino también dedican tiempo para hacerlos reír, darles de comer, darles cariño, etc. esta es una forma de llenarlos con el cariño que estas personas necesitan.

El grupo María Luz de Oración, es un coro que nace en la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción, siendo su principal actividad cantar en la misa de las 12:15 los días domingo. Este grupo decide realizar obras sociales, sin embargo, para poder hacer esta nueva actividad, fue necesario crear otro grupo María Luz de Esperanza, el cual los identificará y al mismo tiempo diferenciará los 2 grupos que existen y la misión de los mismos, con el fin de atraer jóvenes a cada actividad en específico.

María Luz de Esperanza, es un grupo al cual algunos de los jóvenes dedicados a cantar en María Luz de Oración, también pertenecen. Este grupo que nace para realizar un tipo de voluntariado para brindar apoyo moral y económico a este tipo de personas, por lo anterior se propone una identidad gráfica y materiales que puedan apoyarlos como grupo para crecer en el entorno en el que se encuentran para luego reconocerse nacionalmente.

Es aquí donde nace la necesidad de realizar esta estrategia creativa con el propósito de dar a conocer María Luz de Esperanza e incentivar a jóvenes a participar en las actividades de voluntariado que se desarrollarán dentro del mismo.

Este proceso se realizó para el estudio del tema a tratar en el área de diseño, que implicó estudiar al grupo objetivo para definir cómo llegar a él, así mismo se utilizaron técnicas creativas para desarrollar las piezas que ayudarán no solo a dar a conocer y divulgar, sino también a ayudar económicamente a la institución.

GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DISEÑO

FAMILIARIZACIÓN DEL CLIENTE

ELEMENTO	CONTENIDO
Introducción	Se realiza el proyecto para un grupo de jóvenes católicos llamado "María Luz de Esperanza" que tienen la intención de ayudar a las personas necesitadas, pues no son reconocidos como grupo de voluntariado que ayuda a personas necesitadas económica y emocionalmente, por lo que el grupo María Luz de Esperanza necesita que se identifique ante jóvenes feligreses.
Empresa	Coro María Luz de Oración que se convierte en un grupo de ayuda social adoptando el nombre de María Luz de Esperanza, tiene la misión llegar a ser un grupo sólido ayudando a otras personas principalmente por medio de la oración y así crear este tipo de valores a jóvenes de la Iglesia católica.
Clientes	El grupo al que se dirige son jóvenes de 15 a 30 años que desean ser parte de un voluntariado y tener el espíritu de ayuda.
Competencia	Existen diversos grupos que ayudan al ser humano en sus necesidades.

ELEMENTO	CONTENIDO
	<p>estos grupos realizan diversidad de actividades en el que jóvenes de diferentes edades participan. A diferencia de otros grupos, tiene la diferencia que este incluye como parte importante a la Virgen María, que a través de oración se logra una comunicación íntima y camino hacia Dios.</p>
Posicionamiento	<p>Este por ser un grupo que está empezando, aun no tiene posicionamiento y para esto se debe realizar el logotipo y varias piezas que ayudarán al reconocimiento del grupo.</p>
Reto del diseño	<p>El grupo María Luz de Esperanza desea hacer una identidad gráfica pues se detecta que como grupo que acaba de nacer es evidente que debe empezar a identificarse como tal para así poder llegar a los jóvenes feligreses católicos, así mismo se considera importante tener material publicitario que apoye divulgando al voluntariado y que las personas puedan integrarse a él, también material promocional que pueda ayudar a recordar visualmente al grupo objetivo y a la vez ayude a recaudar fondos a través de la venta de dicho material.</p>

ELEMENTO	CONTENIDO
Medición del Éxito	<p>Para lograr los objetivos, se debe realizar un análisis en el que el joven integrante y no integrante del grupo opine sobre cómo desea conocer al grupo de voluntariado católico, en el que a través de una serie de preguntas se pueda conocer y tomar de referencia sus sugerencias. Luego de haber llevado a cabo las futuras piezas, se vuelve a realizar otro cuestionario para saber si llega a identificar y promover al grupo María Luz de Esperanza.</p>
Plan del programa	<p>El cliente necesita lanzarse como grupo de voluntariado en agosto del 2014, ya que es el mes que la parroquia en la que se funda el grupo está de fiesta, por lo que la mayoría de las piezas estarán a la disposición dicho mes, prioritariamente el logo y material publicitario.</p>
Presupuesto	<p>El grupo María Luz de Esperanza no cuenta con muchos fondos, pero sus integrantes poseen varios contactos que donarán la mayoría de impresiones que se necesiten. Únicamente las impresiones de las playeras y tazas se tomarán de fondos que ya se tenían de años anteriores, gastos que asumirá el grupo de coro María Luz de Oración, ya que los miembros son los mismos, esto mientras se recauden fondos.</p>



NECESIDAD

El grupo "María Luz de Esperanza", conformado por jóvenes entre las edades de 15-30, actualmente conocido como coro "María Luz de Oración", no cuenta con reconocimiento como grupo de voluntariado de ayuda social, que conlleva al bien de los demás realizando obras de caridad. Así como también carecen de formas de divulgación para convocar a personas que desean ser voluntarias, para la recaudación de fondos a través de la venta de algunos materiales y actividades que realizarán al servicio de otros.

OBJETIVOS

Proponer una identidad gráfica para dar a conocer al grupo de voluntariado "María Luz de Esperanza" a jóvenes de 15-30 años que deseen ayudar a llevar actividades a personas con necesidades afectivas principalmente.

Diseñar material promocional y/o publicitario que facilite reforzar la identidad gráfica del grupo María Luz de Esperanza y promover el voluntariado.

MARCO DE REFERENCIA

Información general del Cliente:

Contacto:

Raúl Agreda: 5572-1678
César Coló: 5205-1949
Correo: mldee@gmail.com

Horarios:

Sábados de 6:30 p.m a 8:00 p.m
Domingos de 12:15 p.m a 1:30 p.m
Ubicación: Parroquia "Nuestra Señora de la Asunción"

Antecedentes

"María Luz de Oración", organización juvenil que nació el 1 de enero de 1994 con el objeto de formar el coro parroquial de 12:15 p.m de la Iglesia Nuestra Señora de la Asunción, de manera que se promueva la participación activa de los jóvenes en la eucaristía y así fortalecer su preparación espiritual.

Desde ese entonces hasta la fecha el coro "María Luz de Oración" ha acogido a más de 100 jóvenes en sus distintas generaciones, y ha participado en diferentes eventos, tales como presentaciones en otras parroquias y eventos navideños organizados por el comité Pie de Lana en el "Paseo de la sexta", y Barrio Moderno, así como en el festival de coros organizado por el Colegio San Sebastián y la Velada Juvenil en Honor a la Santísima Virgen de la Asunción.

Misión

Apoyar en la evangelización y promover la participación activa de la asamblea dentro de la eucaristía, por medio del canto, de manera que se propicie un ambiente de devoción, oración y reflexión; preparar a los jóvenes miembros tanto musicalmente como litúrgicamente.

Visión

Ser una organización juvenil comprometida con el servicio a Dios y al prójimo, de manera que por medio de una adecuada preparación espiritual y litúrgica se apoye la evangelización de los fieles dentro y fuera de la comunidad de Nuestra Señora de la Asunción.

Objeto

El coro María Luz de Oración, como parte de la naturaleza de su propia evolución, desea extender su ministerio al servicio de la comunidad, realizando apostolado, tales como visitas a niños y ancianos, recolección y distribución de víveres para los más necesitados y talleres de aprendizaje de música para la misa y en otras áreas. Razón por la cual se quiera institucionalizar el grupo "María Luz de Esperanza" en el cual se pretende incluir a todos aquellos jóvenes que no pertenecen al coro pero que desean participar del apostolado.

Análisis de antecedentes gráficos del cliente

"María Luz de Esperanza no cuenta con una identidad gráfica que pueda identificarla como una agrupación de voluntariado por ser este una nueva alternativa por parte de un coro de iglesia. Por lo tanto tampoco cuenta con algún tipo de material que ayude a conocerlos y a recaudar fondos para ayudar a los necesitados.

Mientras que el coro del que salió esta nueva propuesta de grupo, sí tiene material que ha utilizado para los eventos que han realizado.

Entre los materiales utilizados durante su trayectoria han sido playeras, portada de un disco y taza.

El coro Parroquial María Luz de Oración ha logrado obtener 4 diseños de playera de los cuales solamente 2 son las que se utilizan actualmente, las cuales se usaron para las veladas juveniles en fechas de 14 de agosto de los años 2010, 2011, 2012 y 2013 también en sus actividades fuera de la iglesia, durante los eventos de agosto se dieron a la venta estas playeras para cubrir gastos de fechas importantes de la Parroquia, la última que se realizó únicamente la utilizó el coro.

Playera azul "Virgen de la Asunción"

Esta playera tuvo la función de identificar a los integrantes durante actividades que se realizaron dentro y fuera de la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción. Se dieron a la venta en el mes de agosto del 2010 y 2011, la desventaja de las playeras fue que varias personas la obtuvieron y se confundían con los integrantes del coro, por otro lado se logró obtener económicamente ingresos al venderla.

En esta pieza se observa que la tipografía es muy difícil de leer ya que es un tipo de letra decorativa, esto hace que no se entienda lo que dice alrededor de la medalla. También puede observarse que la imagen no es muy proporcional ya que se ve muy pequeño, debería tener un tamaño un poco más grande para que la Virgen pueda apreciarse más ya que su uso fue en las festividades de Nuestra Señora de la Asunción.

Playera azul "Coro María Luz de Oración"

Se utilizó esta playera en las veladas juveniles y eventos de los años 2012 y 2013, actualmente se sigue usando como uniforme de los integrantes, a diferencia de la playera anterior, esta no se dio a la venta. Además, su mayor ventaja fue el llevar el nombre del coro que los identificó más que la otra playera.

En el caso de esta playera, se analiza que el logotipo no se puede percibir bien, ya que por ser una prenda con un color oscuro y el logo también con todos oscuros, se observa que no es funcional.

En cuanto a la tipografía, se lee la frase "Luz y Oración" mientras que "María" no se distingue por el tipo de letra y por el símbolo musical sustituido como "M" y la palabra "de" que está colocada verticalmente, es poco visible y muy pequeña.

La silueta que está situada en la parte de abajo no se percibe a simple vista por el tono oscuro.



Fuente: Fotografía y pieza adquirida por un integrante del coro.



Fuente: Fotografía y pieza adquirida por un integrante del coro.

Taza promocional

En el año 2011 se elaboró una taza promocional, que incluía en este el rostro de la Virgen de la Asunción, para venderla en la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción durante el mes de agosto, para recaudar fondos y ayudar a la iglesia, así obtener diversos materiales e instrumentos para el coro, de esta manera se cumplió el objetivo y se lograron vender todas las tazas, aunque la desventaja fue que no llevaba el nombre del grupo del coro.

Se analiza y se observa que se pierden detalles del rostro de la Virgen de la Asunción, al utilizar esta técnica y de lejos puede percibirse como unas a los lados ya que los detalles de los ángeles que acompañan a la Virgen no están bien definidos, al igual que con la tipografía que se utiliza, pues esta no se lee de lejos.

Portada de Disco

Se elaboró un disco con cantos a la Virgen María y se diseñó la portada de la caja del disco y un fondo en el disco. En estos se utilizaron colores llamativos que identificaban a los jóvenes del coro, así mismo siluetas mostrando personas cantando, tocando y alabando como jóvenes. En el fondo se observa a la Virgen de la Asunción en el cielo ya que la celebración del 15 de agosto es sobre la ascensión, quien fue llevada a los cielos. En el disco también se localiza el nombre del coro para identificar que son canciones cantadas por ellos.

Se observa que las líneas y trazos del logo del coro no se perciben y se pierde fácilmente, ya que por tener este mucho detalle no se logra reconocer. Al igual que con el tipo de letra utilizado en la parte del cielo, que por sus trazos muy delgados y el color que se maneja es difícil leer.



Fuente: Fotografía y pieza adquirida por un integrante del coro.



Fuente: Fotografía y pieza adquirida por un integrante del coro.



El respeto a la vida empieza en casa

ROMPE EL CICLO.COM

Logo "subida por la vida"

Fuente: <https://www.facebook.com/rompeelciclo>

CASO ANÁLOGO

Este caso análogo se toma como ejemplo diferentes actividades que han desarrollado las personas encargadas del movimiento "Rompe el ciclo", en el que invitan a miles de guatemaltecos a participar a diversas actividades similares a lo que el grupo de voluntariado "María Luz de Esperanza" desea realizar.

Rompe el Ciclo

Movimiento "Subida por la Vida"

El 21 enero 2012, la organización "Rompe el Ciclo" busca reunir a por lo menos 8,000 guatemaltecos en una cadena humana de las faldas a la cima del icónico Volcán de Agua. De esos 8,000 participando en la cadena, 1500 llegarán primero al cráter para formar el corazón más grande que el mundo haya visto desde 12,335 pies. El evento fue seguido por una fiesta de celebración en el estadio en Antigua para todos los participantes y para las estrellas nacionales que apoyaron.

La celebración incluyó un partido de fútbol con personalidades y un concierto con El Tambor de La Tribu y El Viento en Contra y Los Reyes Vagos.

¿Por qué?

Para promover la campaña "Rompe el Ciclo" que fue inspirando a un cambio generacional de actitud en contra de la violencia doméstica, y ultimadamente para reducir los niveles de violencia en Guatemala.

Para darle a la juventud de Guatemala un dramático estímulo de energía, unidad y determinación de llevar un cambio positivo a Guatemala.

Para recaudar fondos para ayudar a las víctimas de violencia doméstica. Cada participante pagará Q50 y una obra de caridad fue elegida a través de un voto democrático en la página de Facebook de Rompe el Ciclo desde 22 noviembre 2011.

Para crear una espectacular imagen positiva de Guatemala que alcanzará a los medios globales.

Se utilizaron afiches que se colocaron en Facebook y otras páginas web como en Jóvenes por Guatemala, para atraer personas que colaboraron en el movimiento, en especial jóvenes guatemaltecos.

Se maneja una tipografía no muy formal, de la misma manera que el título que lleva el movimiento ya que por el grupo objetivo al que va dirigido se logran identificar. En el logotipo se identifica en los elementos gráficos la figura de un volcán que fue el lugar visitado por todas esas personas, así como también en la fotografía de fondo que utilizan. Las manos unidas hacen referencia que juntos, con la colaboración de todas las personas se logran grandes cosas.

Otro tipo de material que se observó en la fan page, utilizaron gorras y playeras con el logotipo del evento para que las personas que asistieron se identificaran con el movimiento y se logró con estos, ubicarlos fácilmente dentro del evento.



Afiches para Facebook
Fuente: <https://www.facebook.com/rompeelciclo>



Playera promocional y gorra
Fuente: <https://www.facebook.com/rompeelciclo>



Afiche para Facebook

Fuente: <https://www.facebook.com/rompeelciclo>

"Enseña amor, no violencia"

Según la revista digital "Visión Mujer" (2013), En el año 2012, la segunda fase de la iniciativa Rompe el Ciclo tuvo como objetivo la masificación del mensaje "Rompe el Ciclo, Enseña amor no violencia" a través de una actividad llamada "Subida por la Vida", logrando la participación de más de 18 mil personas.

Como actividades de lanzamiento en la tercera fase de "Rompe el Ciclo, Enseña amor, no violencia", se inicia en la fecha 12 de marzo del año 2013.

Siendo los adolescentes uno de los públicos de interés, se organizó un concierto de apertura en la Escuela Normal de Maestras Para Párvulos "Dr. Alfredo Carrillo Ramírez", para dar inicio con la denominada "Gira x la vida", la cual son una serie de conciertos de la banda nacional "El Tambor de la Tribu" en diferentes establecimientos a nivel metropolitano y departamental (lugares de mayor vulnerabilidad), con el objetivo de sensibilizar, motivar y concientizar a los alumnos participantes a vivir en valores y principios, rompiendo con el ciclo de violencia.

Posterior a la gira de 12 conciertos, realizados en los meses de marzo, abril y mayo. Se culmina el 31 de mayo con una actividad que involucra a los establecimientos públicos y privados a nivel nacional, formando un corazón elaborado por los/as alumnos en las diferentes instituciones, como un mensaje para toda Guatemala de amor y no violencia.

Para este movimiento se utilizan el logo y playeras, la información de actividades se encuentran en la fan page de facebook de "Rompe el ciclo" y "Jóvenes por Guatemala", para atraer personas, específicamente estudiantes de nivel medio.

En el logotipo se maneja una tipografía que puede atraer a jóvenes por sus trazos y grosor, tanto el color rojo como el elemento que es un corazón se refieren a la palabra amor que por lo tanto se familiarizan con el tema.

Las playeras también se utilizaron para marcar la diferencia con jóvenes que quieren romper el ciclo portándola, y utilizada por los colaboradores de los eventos, como la agrupación "El tambor de la Tribu".



Logo Enseña amor no violencia
Fuente: <https://www.facebook.com/rompeelciclo>



Playera promocional
Fuente: <https://www.facebook.com/rompeelciclo>

RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN DEL TEMA

La solidaridad

La solidaridad que queremos construir supone cambios sociales, no solo superficiales sino también estructurales que, partiendo de lo más profundo de nuestro ser, transformen nuestra sociedad y nos abran a un futuro sostenible. La solidaridad se forja cuando comprometemos nuestra vida, nuestro tiempo, nuestros conocimientos y nuestra voluntad para cambiar nuestra sociedad más digna y más justa menciona García [2007].

Está llamada a impulsar el cambio para favorecer el desarrollo de los individuos y también de las naciones. Principalmente promueve la igualdad entre personas sin importar su raza, edad, sexo, credo, religión, cultura o nacionalidad, afirma Viviana.

La solidaridad es compartir con todos los que nos rodean, es actuar a favor de otras personas desinteresadamente, teniendo en cuenta la necesidad del aporte para estas personas. Hacer algo a favor de otras personas puede significar dar tiempo, perdonar, escuchar, saludar, dar algo sin esperar a cambio.

La primera responsabilidad es ser generosos con los más cercanos, así como con nuestra familia, dar de acuerdo a la necesidad de la otra persona y no de acuerdo a lo que nos sobra, estar dispuesto a sacrificar para el bien de los demás.

La solidaridad no es sólo un sustantivo en cuyo interior bulle el sentimiento compasivo menciona la actitud de reconocimiento y el valor de la universalidad como menciona García [1998], sino que es también un adjetivo que activa potenciales y energías en la construcción social de la realidad.

La Generosidad

Según información encontrada en definición.de [2008], la generosidad es dar y compartir por sobre el propio interés. Ser generoso es una virtud y un valor positivo que puede asociarse al altruismo, la caridad y la filantropía.

Una persona generosa piensa en repartir aquello que tiene con otros menos afortunados. Su conducta se basa en reconocer las necesidades del prójimo y tratar de satisfacerlas en la medida de sus posibilidades, y no sólo está asociada al dinero o a lo material sino también puede ser llamado generoso con su tiempo y dedicarse a labores solidarias.

Puede decirse que la generosidad busca el bien común de la sociedad, no pretende una recompensa por sus acciones, sino que hace lo que cree correcto y justo.

Las virtudes humanas

Según información consultada en el sitio web de Buena Vida [2006] Las virtudes humanas son perfecciones habituales y estables del entendimiento y de la voluntad, que guían nuestra conducta en conformidad con la razón y la fe, adquiridas y fortalecidas por medio de actos moralmente buenos y reiterados.

Grupos de ayuda

Según GAM [2005] Los grupos de ayuda están compuestos de personas que comparten un problema o situación y se reúnen para hacer o conseguir cambios sociales. Suelen proporcionar ayuda material y/o emocional, promueven valores a través de los miembros o voluntarios.

Voluntariado

La locución "voluntariado" etimológicamente del término latino "voluntas" -"atis" [voluntad], potencia del alma que nos mueve a hacer o no hacer una cosa, según el Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia, [2001] y por ende, del término latino "voluntarius" [voluntario/a] que son el conjunto de personas que realizan las tareas voluntarias, enfatizando la dimensión individual de su aportación.

Para Gutiérrez [1997] un voluntariado se compone de aquellas personas que, voluntaria y solidariamente, deciden prestar una parte de su tiempo y de sus facultades en beneficio de otros ciudadanos que lo necesitan.

El voluntariado es el conjunto de actividades de interés general, desarrolladas por personas físicas siempre que las mismas no se realicen en virtud de una relación laboral, funcionarial, mercantil o cualquier otra retribuida, afirma José García [2007].

También enlista cuatro insisos importantes y característicos que debe tener un voluntariado:

- a. Con caracter altruista y solidario
- b. La realización del voluntariado debe ser libre sin obligación
- c. Sin contraprestación económica por el desempeño del voluntario
- d. Que se desarrollen a través de organizaciones privadas o públicas

Habilidades del Voluntario

Se trabaja directamente con los beneficiarios de los programas, debe poseer mínimas habilidades para la relación humana, especialmente las asociadas a la comunicación que le ayuden a establecer contacto y mantener el interés por su voluntariado en cuanto a relación personal.

Las habilidades sociales son un conjunto de aptitudes, factores y condiciones que permitan realizar con naturalidad y nantener el interés durante mayor tiempo con una apariencia de espontaneidad, afirma García [2007].

Patricia Soler [2011] Aporta características distintivas del voluntariado según los significados:

- * Personas con inquietudes por los problemas sociales
- * Dedicar parte de su tiempo y de sus facultades
- * Con una implicación libre
- * Con un compromiso estable
- * Sin remuneración
- * Solidariamente, en beneficio de otros ciudadanos

* Llevando a cabo actividades

* En un marco organizativo público o privado

Voluntariado en Guatemala

Ser voluntario implica un compromiso con las organización para la que se trabaja ad honórem. La solidaridad en cambio es algo que ocurre ante una especifica situación, menciona Vicente [2012].

El ser humano es solidario por naturaleza. Ve a alguien necesitado y le surge una empatía por brindarle la mano. Esto es la solidaridad, el inicio de la acción voluntaria, afirma Mendizabal [2012]. "El voluntariado conoce el escenario en el que vive y no se queda como espectador, sino como un actor."

García [1994], también dice que ser voluntario equivale a ser agente de cambio y de transformación.

El compromiso ético con la transformación social supera la visión del voluntario como un fontanero social de lo social, su reducción a una aventura individual y su identificación con lo meramente asistencial.

El voluntariado actual se hace fuerte como promotor de lo que Habermas [1988] ha llamado la "acción comunicativa", tiene siempre un componente reflexivo: encontrar es encontrarse, ayudar es ayudarse, amar es amarse.

La fuerza de la voluntad

La mayor originalidad del voluntariado consiste en poner voluntad a la acción, y acción a la voluntad. Es aquí donde radica su fuerza y su novedad.

Organizaciones Cristianas Católicas de Guatemala



Fuente: <https://www.facebook.com/nphcommunity>

Nuestros Pequeños Hermanos

Según el sitio web de "Nuestros Pequeños Hermanos" [sin fecha], es una misión cristiana que anhela dar una familia y un hogar permanente a niños huérfanos o abandonados y a otros niños en situación de riesgo que viven en condiciones de extrema pobreza. Nuestros programas proporcionan educación de calidad, atención médica y formación espiritual con objeto de formar buenos cristianos y miembros productivos de la sociedad en sus respectivos países.



ARQUIDIOCESANA

Fuente: <https://www.facebook.com/pages/Caritas-Arquidiocesana-de-Guatemala/>

Cáritas Arquidiocesana

En el sitio web de "Cáritas arquidiocesana" dice que es una fundación no lucrativa, que nace a la vida jurídica en octubre de 1978. Es el brazo social de la Iglesia Católica en Guatemala que cuenta con varios programas de apoyo social, entre ellos el de salud, Hospital Infantil Juan Pablo II, que inició su labor con la niñez Guatemalteca de escasos recursos en 1984, a raíz de la visita que realizó a nuestra ciudad, su Santidad, el Papa Juan Pablo II.



Asociación Obras Sociales del
"Santo Hermano Pedro"
Frailes Franciscanos. La Antigua Guatemala

Fuente: <http://ibermed.org/cooperantes/index.php>

Obras Sociales del Hermano Pedro

En su sitio web obrashermanopedro.org mencionan que son una Institución religiosa, humanitaria, polivalente, no gubernamental, no lucrativa, de servicio y proyección social comunitaria a nivel nacional. Se da atención general a pacientes internos, quienes suman un total de 250, entre discapacitados y abandonados. También se atiende a enfermos, en consulta general o especializada, realizando procedimientos quirúrgicos en varias especialidades, atendiendo la demanda proveniente de todo el país. Son apoyados por grupos profesionales de cirujanos extranjeros, quienes realizan jornadas de cirugías diversas, de forma programada durante el año.

Otras Organizaciones

Vicente [2012], en su artículo, da a conocer algunas de las organizaciones o entidades que trabajan en diferentes áreas en Guatemala, las cuales son:



Fuente: <http://www.guatevoluntaria.org/voluntariado/guatemala/15/fabrica-de-sonrisas>

Fábrica de sonrisas

Trabaja para pacientes de hospitales, asilos, orfanatos, entre otros.



Fuente: <http://www.guatevoluntaria.org/voluntariado/guatemala/2/mascotas-terapeutas>

Mascotas terapeutas

Son voluntarios que llevan animales para dar alegría en hospitales, centros de educación especial, entre otros.



Fuente: <https://www.facebook.com/TECHOguatemala>

TECHO

Trabaja en comunidades vulnerables a través de la edificación de casas.



Fuente: <http://www.guatevoluntaria.org/voluntariado/guatemala/27/fundacion-red-de-sobrevivientes-de-c-ncer>

Red de sobrevivientes de cáncer

Grupo de apoyo emocional para personas a quienes les diagnosticaron cáncer.



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/FUNJESUS/134676893148>

FUNJESÚS

Brinda ayuda a los niños de escasos recursos del país.



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/PAZ-JOVEN-GUATEMALA/>

Paz joven Guatemala

Promueve la participación activa de la juventud para formar una ciudadanía comprometida con la paz.

Cuerpo de paz

Funciona desde 1963, con más de cuatro mil 900 voluntarios que brinda asistencia en salud, desarrollo de la juventud, medio ambiente y agricultura.

Se investigan también las palabras luz y esperanza que se utilizan en el nombre de la institución y también su significado dentro de la religión.

El significado de la luz

The free dictionary [2009] dice que la luz es una forma de energía que ilumina las cosas y las hace visibles y que se propaga mediante partículas llamadas fotones como cualquier otra radiación electromagnética. Objeto o aparato que sirve para alumbrar.

También en definición.de dice que viene del latín lux, la luz es el agente físico que permite que los objetos sean visibles. El término también se utiliza para hacer mención a la claridad que irradian los cuerpos, a la corriente eléctrica y el utensilio que sirve para alumbrar.

La luz es una energía electromagnética radiante que puede ser percibida por el sentido de la vista. Se trata del rango de radiación del espectro electromagnético. La luz tiene velocidad finita y se propaga en línea recta. Una luz también puede ser una persona o cosa capaz de guiar e ilustrar: "Jesucristo es la luz en mi camino"

La luz en la liturgia

En la Biblia es a Dios a quien radicalmente se aplica el lenguaje relativo a la luz, pues Dios habita en una luz inaccesible [1 Tim 6,16].

"Dios es Luz, en él no hay tiniebla alguna" [1 Jn 1,5]. O, como dice poéticamente el Salmista, "Dios mío, qué grande eres, vestido de esplendor y majestad, arropado de luz como de un manto" [Ps 104,2].

La luz, en el lenguaje universal, es un símbolo espontáneo de la vida, "dar a luz", "ver la luz por vez primera", son expresiones íntimamente ligadas al nacimiento., menciona Aldazabal en su artículo.

Esperanza

La esperanza se define como uno de los sentimientos más positivos y constructivos que puede tener un ser humano. La esperanza es aquel sentir que hace que un individuo construya hacia un futuro cercano o lejano una situación de mejoría o de bienestar. Para que tal sentimiento se haga presente, la persona debe contar con una actitud optimista, volviéndose entonces la esperanza en algo mejor algo muy difícil de sentir en casos de depresión, angustia o ansiedad, según definicionabc.com.

y definición.de dice que la esperanza es el estado de ánimo en el cual se cree que aquello que uno desea o pretende es posible. Ya sea a partir de un sustento lógico o en base a la fe, quien tiene esperanza considera que puede conseguir algo o alcanzar un determinado logro.

La esperanza dentro de la religión

Desde un punto de vista religioso, la esperanza no es simplemente un estado de ánimo, sino además es una virtud que, junto a la fe y a la caridad o al amor, han sido entregadas por Dios al ser humano para que este sea su reflejo en la Tierra. Aquí, la esperanza deja de ser una sensación física de alegría o de satisfacción para transformarse en una gracia que todos debemos reconocer en nuestro fuero íntimo y poner al servicio de la construcción de un mejor mañana.

Para la teología cristiana, la esperanza es la virtud que capacita al hombre para tener confianza de alcanzar la vida eterna con ayuda de Dios.

Virgen María

Es la mujer que escogió Dios para ser la Madre de nuestro salvador Jesucristo y Madre nuestra. Dios pensó en la mujer más buena y hermosa que jamás haya existido, mencionan en la página católica laverdadcatolica.org.

CONTENIDO TEÓRICO DE DISEÑO

IDENTIDAD GRÁFICA

Para Zimmerman [1993], el término de identidad gráfica se refiere al de definir, diseñar o representar visualmente una empresa mediante signos, símbolos, colores y tipografías, que es definido como logotipo, pues son elementos primordiales que ayudan a la identificación.

Este término posee dos características, verbal, refiriéndose al nombre y visual a los signos en el logotipo. Estos signos visuales llamados también Marca Gráfica o Identificador Corporativo, ayudan y sirven para indicar al consumidor a saber de quién es que se habla, quién produce algún producto. Es como la firma personal de una empresa, afirman Chaves y Belluccia [2003].

Logotipo

Según información obtenida del libro ¿Qué es el Diseño Gráfico? [2002], un logotipo es un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras, etc., formadas en un bloque para facilitar una composición tipográfica, no es más que la firma de la compañía que se puede aplicar al material impreso o visual.

El principal requisito de un logo consiste en que debería reflejar la posición de mercado de la empresa. El logo le permitirá a la compañía colocarse visualmente al lado de sus competidores y le ayudaría a verse profesional y atractivo dentro de su sector mercado.

El objetivo es el de establecer una etiqueta distintiva y apropiada que separe a una empresa o compañía de sus competidores. La aplicación que se le da al logo puede ser en membretes de cartas, facturas, tarjetas de presentación, talonarios de recibo, uniformes, embalajes, etiquetado de productos y anuncios.

Una de las funciones que se debe de cumplir por medio del logotipo es de reducir el mensaje que quiere expresar lo más mínimo posible, para esto se pueden tomar 3 en cuenta los siguientes criterios para su diseño: la sencillez que resulta ser mas recordado y reconocido, la originalidad que refleja la distinción, y la metáfora narra de alguna manera la historia

de la marca, es la esencia, menciona Olga Hernando [2007].

1. **Simplicidad:** Cuanto más sencillo es el logo, más intuitivo y más cercano se muestra. Se simplifica el mensaje para que el consumidor pueda absorberlo fácilmente. Se evita el ruido visual dentro y captar lo mas importante en el logo.
2. **Originalidad:** Consiste en enriquecer la creatividad y que el logo logre ser reconocido y diferente, se cuenta con la autenticidad que este debe tener de todos los demás, de la competencia.
3. **Metáfora:** Toda metáfora esconde una historia, cifran experiencias. El reto para cualquier organización o negocio consiste en comunicar quién es y qué representa y lograr que todo ello llegue a interesar a todo un público.

Uniendo estos 3 criterios se logra obtener en el grupo objetivo la retención de datos y asimilación gráfica en su mente, en conclusión llevará en su memoria el significado del logotipo que seguramente al encontrarse con él se generará el reconocimiento de un buen logotipo.

Otros de los criterios importantes para Chavez y Belluccia [2003] son la pronunciación y también la identificación. Afirman que para evaluar la calidad de una marca graficamente, los signos o símbolos deben ser buenos, deben expresarse claramente, logrando indirectamente la persuasión a través del significado adquirido por este.

En cuanto a la elaboración en el tamaño, éste debe tener flexibilidad suficiente para reducciones o al colocarlo en diferentes piezas posibles que la empresa quiera utilizar.

Para crear logotipos se pueden utilizar las iniciales del nombre de la empresa, convertirlos en símbolos que lo puedan identificar, o bien crear un símbolo gráfico abstracto que pueda representar a la empresa o institución como tal, o también combinar el símbolo con letras, se indica en el libro Manual del Diseñador Gráfico [1991]. Sin olvidar que el logotipo debe cubrir las necesidades del cliente, debe ser la representación física del concepto y la idea en conjunto.

El logotipo o marca deben ser:

- * Simple: fácil de escribir.
- * Práctico: apropiado para insertarlo en diferentes medios.
- * Consistente: fiel reflejo de la comunicación que quiere dar a conocer la compañía.
- * Único: diferenciado de la competencia.
- * Memorable: que se grabe en la mente del consumidor.
- * Reflejo: valores de la marca.
- * Adaptable: a los distintos medios y cambios del go.
- * Defendible: No debe quedar obsoleta al poco tiempo.

El significado en el signo logotípico

Rodríguez [2005] menciona que se hace presente cuando el diseño transporta un mensaje. Se utiliza para transmitir información, para decir o para indicar a alguien algo que otro u otros quieren decir a otros.

La identidad corporativa hace referencia a lo que la empresa comunica a sus públicos, partiendo de lo que es, es el "ser" de la empresa su esencia, sus atributos identificadores y diferenciadores

Mientras que Chavez y Belluccia [2003] menciona que la imagen corporativa se configura posteriormente, ya que como se ha explicado, se relaciona con lo que los públicos perciben y pasa a formar parte de su pensamiento, haciendo que existan diferencias entre las distintas compañías y marcas existentes en el mercado.

Construcción de un logo

Aspectos a tener en cuenta para un buen branding

Según en el sitio web Código Visual [2012] afirma que cuando construimos la identidad corporativa de una empresa, el proceso de construcción de un logo es algo que no debe dejar paso a la improvisación.

Los aspectos previos a la hora de realizar una marca que deben considerarse son el grupo objetivo al que va destinado (niños, adultos, poder adquisitivo, país, sexo, gustos, etc.). Todo esto para finalmente transmitir emociones y comunicaciones memorables sobre lo que hace la empresa.

Otro aspecto a tomar en cuenta es lo que debe comunicar el logo. Esto se estructura en dos niveles que por un lado es el nivel semántico, que es el significado determinado del logo en sí mismo, que inmediatamente enlaza con una cadena de significados. Y por el otro lado está el nivel estético, que comunica la forma del logotipo en si misma.

El trabajo debe comenzar utilizando lápiz y papel para plasmar todas las cosas relacionadas con el nombre que se le quiera dar a la empresa. Hacer una lluvia de ideas en papel podría ser de ayuda para esta parte del trabajo.

Se realizan distintas combinaciones con los conceptos anteriormente seleccionados, con sus tipografías y formas. Se descartan las combinaciones de color hasta la etapa final del proceso, por lo que primero se utiliza blanco y negro, mientras tanto se podrá ir descartando hasta encontrar el concepto, la idea que en su forma simbolice y comunique lo que la marca represente.

Colores para logotipos

Los signos logotípicos se distinguen de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, su espectro lumínico, los neutros (blanco, negro, los grises intermedios) y sus variaciones tonales y cromáticas, afirma Rodríguez [2005].

Según la información que se encuentra en el sitio Club Planeta [2012] dice que los colores son un elemento semiótico no verbal clave para atraer la atención del público y hacer que un diseño sea memorable. Está comprobado que los colores de un logotipo influyen considerablemente en las personas y de diversas maneras según la pertenencia cultural, la edad, el género y el hábitat.

Muchas empresas tienen un color distintivo como parte del diseño corporativo, es importante investigar la gama de colores utilizados de otros lugares que se dediquen a lo mismo para lograr competir con ellos, sabiendo el significado que se le da sin representar equivocadamente otro tipo de identidades que no se le parezcan por tratar de hacer algo diferente. Es recomendable coincidir con la competencia, sin llegar a parecerse mucho para no crear confusión entre el grupo objetivo.

Braham (1994) dice que las empresas internacionales no limitan sus colores distintivos al negro más un segundo color. Pueden utilizar se tres o cuatro colores.

Según el sitio web de Club Planeta (2012) dice que se utilizan pocos colores en el diseño de su logo pues los colores que se elijan deben resaltar las formas del logo.

- * Deben combinarse de manera tal que llamen la atención.
- * Deben funcionar tanto a color como en blanco y negro, ya que pueden ser impresos en faxes, fotocopias, formularios y otros documentos.
- * Una buena combinación puede ser la de un color vibrante con un color no vibrante, ya que los contrastes son una excelente manera de provocar un gran impacto visual.
- * Se utilizan colores definidos, no gradientes. Los colores elegidos deben poder formarse con la combinación magenta, amarillo, cian y negro, dado que éste es el sistema cromático habitual de las imprentas.
- * Seleccionar colores adecuados de acuerdo a la personalidad de la de la empresa.

Azul: Genera una sensación de confianza, seguridad, dignidad, honestidad y autoridad

Azul claro: Produce un efecto de calma, paz, limpieza y frescura.

Azul oscuro: Representa seriedad, ámbito académico, carácter analítico.

Blanco: Se vincula a la pureza, la elegancia, la vitalidad, la confianza y la delicadeza. Despierta una sensación de calma, paz y energía.

Marrón: Toda la gama de marrones y beiges se asocian con la tierra, la naturaleza, la madera y la practicidad.

Amarillo: Se vincula al brillo del sol, a la luz y al calor. También se asocia al optimismo y al descubrimiento.

Rojo: Se relaciona con la agresividad, a fuerza, la vitalidad, la espontaneidad, la pasión y la valentía.

Púrpura: Los colores de la gama violeta y del púrpura se relacionan con la sofisticación, la espiritualidad, el misterio, el lujo y la nobleza.

Colores con significado religioso católico

En la información del sitio web catolico.org (2013) se menciona el significado de los colores de la Bandera del Vaticano:

Blanco: significa el cielo y la gracia de Cristo.

Amarillo: se asocia con las llaves de oro que son el símbolo de San Pedro y la suprema autoridad del Santo Padre.

Colores litúrgicos

Según información contenida en el sitio catholic.net mencionan el significado de los colores litúrgicos que son: verde, blanco, púrpura o violeta, y rojo.

El verde simboliza la esperanza. Este color se utiliza en la liturgia en el "tiempo ordinario", que son los días en que no se celebra ninguna fiesta especial.

El blanco simboliza la pureza y la alegría. El blanco se utiliza en el tiempo de Navidad y Pascua y para las fiestas de la Ascensión de Jesús al cielo y la Epifanía. En definitiva, los eventos que no conmemoran la pasión y muerte de Cristo. También se utiliza en las festividades de la Virgen María, de los ángeles y de los santos que no fueron martirizados.

El violeta o púrpura simbolizan penitencia y el duelo. Se llevan durante la Semana Santa, los domingos de Cuaresma y en los cuatro domingos de Adviento.

El rojo simboliza el fuego, la sangre y la realeza. Este color se puede ver durante las celebraciones de la Pasión, incluido el Viernes Santo, y en los días en que se conmemoran las muertes de los mártires, los apóstoles y los evangelistas. Siendo el color del fuego, es la elección natural para Pentecostés, al simbolizar el descenso del Espíritu Santo.

según definiciones que aporta la página de buzón católico.

En la Homilía del padre Luis Alberto Mejía, Párroco de la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción (2013), afirma que los colores azules y celestes son utilizados especialmente en celebraciones de solemnidad a la Santísima Virgen María.

El color Azul comenzó a utilizarse en España y América para la celebración de la Inmaculada Concepción y ahora ha sido extensiva a otras celebraciones marianas, indica Raúl Agreda (2013) en una entrevista.

El color Café, en general, los colores tierra, quieren indicar humildad, fragilidad, anonimato, renuncia al mundo, por lo que los frailes utilizan este color en sus vestiduras, también se le hace alusión al pan, a la comunión, al cuerpo de Cristo, se le hace referencia al hombre y a su naturaleza por el trabajo duro, a la tierra. Este color implica estabilidad, protección y seguridad.

El uso de la Tipografía

Para Braham (1994), el tipo de letra puede influir tanto como con el color, ya que puede transmitir personalidad dentro del logotipo y reforzar el mensaje transmitido.

Cómo encontrar la tipografía perfecta

Según Hernando (2007) Se encuentran algunos pasos a tomar en cuenta para poder encontrar una buena tipografía.

1. Reunir varias tipografías posibles.
2. Tomar en cuenta las necesidades y atributos que se desean comunicar e identificar de la empresa.
3. Seleccionar las tipografías que comuniquen los atributos de la empresa.
4. Realizar un estudio tipográfico examinando cómo funcionan en el nombre de la empresa o marca.

5. Considerar la posibilidad de crear un tipo de letra o adaptar una tipografía determinada que sea exclusiva para el cliente.
6. Buscar tipografías secundarias que complementen la primaria.
7. Revisar dicha tipografía con otros diseñadores para comprobar si se ha logrado comunicar lo que se pretende.
8. Integrar las tipografías dentro del logo para mostrárselos al cliente.

MATERIALES DE IDENTIDAD

Papelería básica

Braham (1994) afirma que no hay reglas en cuanto a la disposición gráfica del membrete, las variantes solo encuentran límites en la imaginación del diseñador y en el presupuesto.

Se puede optar por poner el nombre de la empresa en la parte inferior o a los lados de la papelería. Se debe tomar en cuenta que si es una hoja membretada, esta se utiliza para escribir y no tiene sentido diseñar una elegante maquetación de la hoja.

Genera (2011) propone los siguientes tipos de papelería básica para una empresa.

Hojas Membretadas

Es uno de los más importantes fortalecimientos, ya que sirve para dirigirse al cliente o prospecto por medio de cartas membretadas, no sólo en contenido, sino gráficamente. Esto le da una seriedad mayor a la empresa.

El diseño de un membrete debe idearse para ocupar el encabezamiento de una hoja de papel, permitiendo que el resto de la hoja contenga una carta o un mensaje. En ocasiones, el pie del membrete incluirá el elemento impreso, por ejemplo la información empresarial o incluso otros elementos de diseño. [Swann, 1992].

Sobres Membretados

Funciona hacia dentro y fuera de la compañía. Sirve para enviar cartas, correos masivos publicitarios y todo tipo de información en una

presentación profesional y personalizada.

Tanto en hojas y sobres membretados deben incluir solamente el membrete el nombre, la dirección, y número de teléfono del remitente, sin olvidar la imagen de la empresa.

Tarjeta de Presentación

Marissa R. (2012) afirma que este tipo de material proporciona los datos más importantes de una persona o institución, representando con imágenes o elementos que identifiquen a la empresa. Los datos básicos que se deben incluir son, nombre de la persona, cargo, logo, número de teléfono y dirección de la oficina, número de celular y correo electrónico.

Folder Corporativo

Folder o carpeta es uno de los fortalecimientos más utilizados por las empresas. Funciona como un excelente contenedor de información y herramientas de venta, ya que sí refleja ese profesionalismo que se busca plasmar.

Facebook

Según información contenida en el sitio de facebook [sf] es una herramienta social que conecta a todo tipo de personas con amigos, familiares, conocidos, siendo estas personas que trabajan, estudian y viven a su alrededor.



Ejemplo de la red social Facebook
Fuente: <http://blogmailfyes/email-marketing-2/facebook-acaba-con-su-servicio-de-correo-electronico/>

Fan Page de Facebook

Andrea Pollares (2012) menciona algunas ventajas de una fan page:

- La información que se encuentra en una fan page es visible para los usuarios interesados.
- La fan page permite medir por medio de estadísticas el impacto, interacción y seguidores que se pueden tener, es importante para la estrategia de marketing en el facebook.
- En los resultados de búsqueda existe la probabilidad de que sea fácilmente encontrada y ser prioritaria por medio de las notas, videos y artículos, que puedan ser publicados.
- Se pueden crear anuncios publicitarios ya que el nivel de segmentación puede llegar a ser muy alto.
- Existen posibilidades de crear diseños sencillos multimedia o a un costo bajo para crear promociones o darle la bienvenida o invitándolos a que sigan la página.
- Tienen la ventaja de contar con miles de aplicaciones para hacer más efectiva la estrategia así como concursos, solicitudes de registro, enlaces a otros medios sociales, juegos, blogs y otros más.
- Se pueden organizar foros con los seguidores.

Manual del logotipo

Todo logotipo debe tener un manual para orientar al usuario cómo debe usarlo, indicando o dándole instrucciones para el buen manejo de este en el momento de utilizarlo en alguna pieza.

Según Braham [1994], el manual debe estar al alcance de los departamentos principales de la empresa, esto para ayudar a comprender de forma rápida el concepto que hay detrás de la imagen y razones por las que este se adopta. En las grandes empresas, los manuales deben especificar cómo deben utilizar los tipos de letra, logotipos, e imágenes.

Según el sitio The box.com [2008] y Braham [1994] el manual debe incluir lo siguiente:

1. Una introducción general
2. Presentación de la marca
 - Historia de la empresa
 - Misión
 - Visión
 - Valores
 - Logotipo
 - Significado del logotipo
 - Material de papelería a utilizar
3. Normas de construcción de la identidad
 - Retícula de trazo
 - Diferentes tamaños
 - Área de aislamiento



Ejemplo de retícula y área de aislamiento
Fuente: <http://www.gamesacorp.com/recursos/doc/comunicacion/identidad-corporativa/manual-de-identidad-corporativa.pdf>

4. Normas cromáticas

Logotipo a color

Muestras a color y blanco/negro

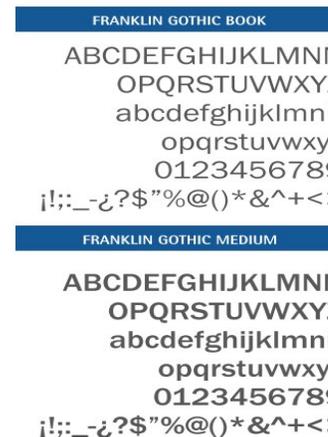
Usos cromáticos para reproducción RGB, CMYK y Tintas directas (Pantones)



5. Normas tipográficas

Tipografía institucional (cuerpos y estilos utilizados)

Posición con respecto al logo



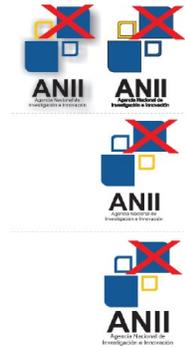
Ejemplo de estilos de tipografía
FUENTE: http://www.ani.org.uy/imagenes/manual_identidad_grafica.pdf



6. Usos permitidos y usos no permitidos
Consejos sobre cómo utilizar el logotipo



Ejemplo de usos permitidos y no permitidos del logotipo
Fuente: <http://www.gamesacorp.com/recursos/doc/comunicacion/identidad-corporativa/manual-de-identidad-corporativa.pdf>



Ejemplo de usos permitidos y no permitidos del logotipo
FUENTE: http://www.ani.org.uy/imagenes/manual_identidad_grafica.pdf

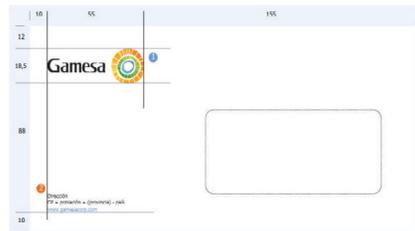
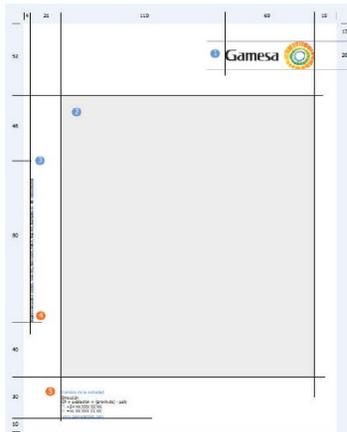
8. Señalización interna y externa

9. Comunicación externa e interna (Uniformes, flotilla vehicular, equipamientos, indicadores, etc)

10. Merchandising (Bolígrafos, gorras, bolsas, tazas, llaveros, etc)

Los puntos 8, 9 y 10 se agregan al manual según si el diseñador los elaboró.

7. Papelería institucional (tarjeta de presentación, hoja membretada, sobre, folder, factura)



Ejemplo de papelería
Fuente: <http://www.gamesacorp.com/recursos/doc/comunicacion/identidad-corporativa/manual-de-identidad-corporativa.pdf>

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

MATERIAL PUBLICITARIO

Thompson (2005) indica que la publicidad es una herramienta sumamente importante para la promoción ya que puede utilizarse por empresas, organizaciones, instituciones o personas que deseen comunicar lo que se quiere que el consumidor conozca de la marca, producto, servicio o promoción, creando algún mensaje para lograr llegar al grupo objetivo.

La publicidad es un medio por el cual se puede comunicar impersonalmente, a largo plazo, es decir que la respuesta de la audiencia puede tardar, en éste se utilizan medios masivos como lo son la televisión, la radio, los medios impresos, el internet, etc.,

Afiche

Este puede exhibirse en una zona pública y deberá competir tanto con su entorno como con otros afiches o carteles. Debe utilizarse como un medio de comunicar directamente un mensaje público, pero antes de iniciar el diseño conviene tomar en consideración diversos factores. Se debe establecer qué tipo de información debe comunicarse, luego se decide el tamaño, proporciones y forma, luego las colocaciones posibles, menciona Swann (1992).

Carmen (2004) señala que la función principal de un afiche es la de brindar una información específica al potencial cliente para invitarle a comprar el producto en cuestión.

Antes de diseñar el afiche hay que seleccionar la información a transmitir, determinar el tamaño del material, el número de impresiones que se podrán hacer, la calidad del papel y los colores de los que se puede disponer.

La clave del diseño del afiche es la sencillez. Este aspecto es muy importante porque si el diseño está muy cargado con fotos esta información va a resultar difícil su lectura y por lo tanto perderá eficacia.

El color y las imágenes en el afiche

El color es uno de los aspectos importantes del afiche pues es lo que llama la atención de la persona. Por ello hay que dedicar tiempo a su elección.

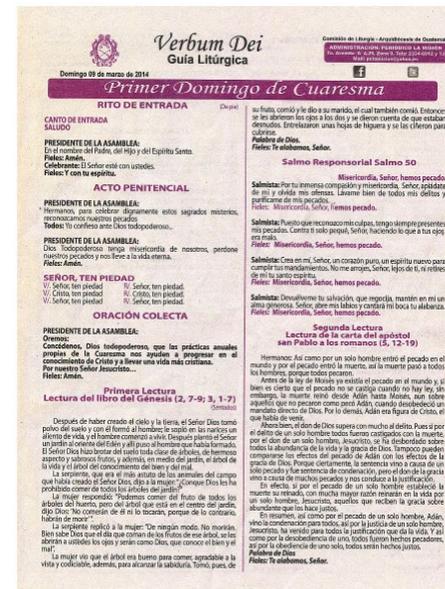
Es recomendable usar imágenes solo si son pertinentes. Hay que colocarlas de forma equilibrada en la superficie del afiche.

Anuncios

Según información contenida en el sitio de la Revista Empresarial [sf] los anuncios son el mensaje que sirve y funciona para dar a conocer un producto, un servicio, suceso o un propósito a un público objetivo.

Guía Litúrgica

Según el teólogo César Coló y el Ingeniero Raúl Agreda (2014) mencionan que es un instrumento del que se vale la Iglesia Católica, que se reparte domingo a domingo a los fieles para llevar la secuencia de la celebración Eucarística. Sirve para que los fieles puedan llevárselo a sus hogares, y así meditar las lecturas o pasajes bíblicos correspondientes a la misa de cada domingo.



Ejemplo de la Guía Litúrgica
Fuente: Extraído de la Parroquia de "Nuestra Señora de la Asunción"

Texto

Según Carmen [2004] el texto tiene que ser claro y breve, pero conteniendo toda la información imprescindible para el interesado. Lo importante del contenido es hacer que la persona sienta curiosidad por la información que ahí se detalla, por lo que se aconseja poner frases cortas.

Los tipos de letra van de la mano, ya que es importante utilizar letra sencilla y fácilmente legible.

MATERIAL PROMOCIONAL

Son actividades de planeación del producto, es el apoyo a la venta con algún artículo que pueda identificar a la marca o empresa en la mente de quien obtenga este tipo de material. Refuerza la idea y el concepto al grupo objetivo al que se dirige y debe persuadir al mercado meta, menciona Anderson [1999].

Por otro lado Thompson [2010], en su artículo explica que la promoción puede tener tres objetivos:

1. Informar al grupo objetivo o consumidor sobre el producto o servicio.
2. Persuadir para que el cliente desee obtener el producto o servicio.
3. Recordar al consumidor el nombre y servicios de la marca o empresa.

Artículos promocionales

Alexander Prada [2008] comenta que un artículo promocional P.O.P. sirve para llamar la atención del usuario o grupo objetivo, y ayuda a que esta pieza promocional visualmente genere el recordatorio del servicio o producto que se desea dar a conocer, entre los que se pueden encontrar son los pocillos, botones, etc.

Diferencias entre Material Promocional y Material Publicitario

Considerando las definiciones anteriores y tomando en cuenta los artículos publicados por Thompson, la publicidad es de largo alcance, ayuda a la divulgación sobre algo que se desea dar a conocer a un grupo objetivo determinado, mientras que la promoción refuerza una marca o servicio creando presencia de la imagen y recordación.

Material impreso

Swan [1992] menciona que el material impreso puede, en líneas generales, dividirse en dos tipos principales: Material que promociona o publicita y Material que comunica o informa.

El material tiene como objetivo principal el publicitar, promocionar o vender algún producto o servicio, siempre tiene un grado de comunicación informativa, pero su estructura depende principalmente del deseo de causar una impresión positiva en el usuario, para así convencerlo.

ORGANIZACIÓN DE LOS ELEMENTOS

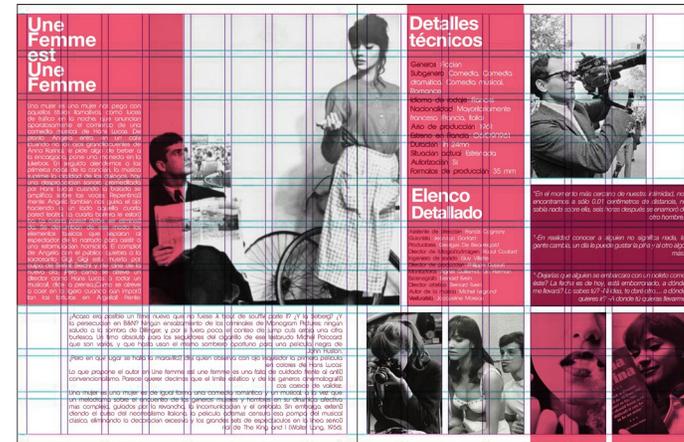
Reticula/Diagramación

Joseph Müller-Brockmann en el libro de Alan Swan [1992], dijo que "para que el sistema de la retícula funcione, debe ser interpretado libremente como sea necesario."

El diseñador gráfico Oti Aicher describió la retícula como aquella herramienta que no coacciona, sino que libera. Por otra parte Swan [1992] menciona que ayuda al diseñador a decidir cómo colocar los elementos en cada una de las páginas.

Periodismo Joven [2003], publica en un artículo que la diagramación es uno de los aspectos importantes a tomar en cuenta para la elaboración de materiales informativos, impresos o digitales ya que esto ayudará, dará forma y distribuirá ordenadamente el contenido.

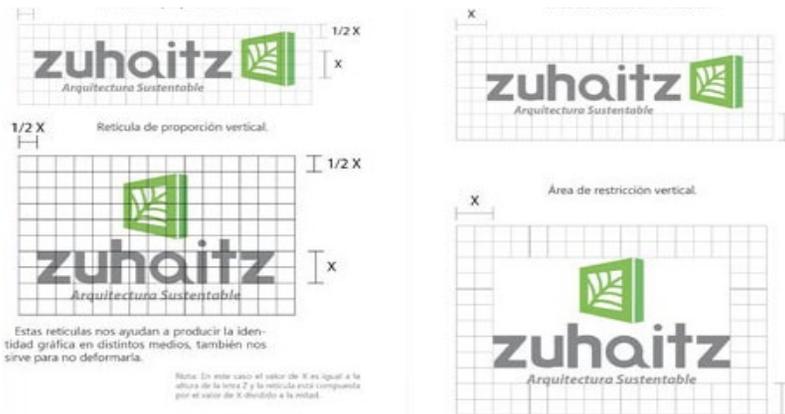
Es una forma organizada de dar jerarquía o equilibrar armoniosamente los elementos como imágenes, textos, títulos, subtítulos, etc. dentro de la pieza de diseño, esto hará que se vea más estético.



Ejemplos de retícula

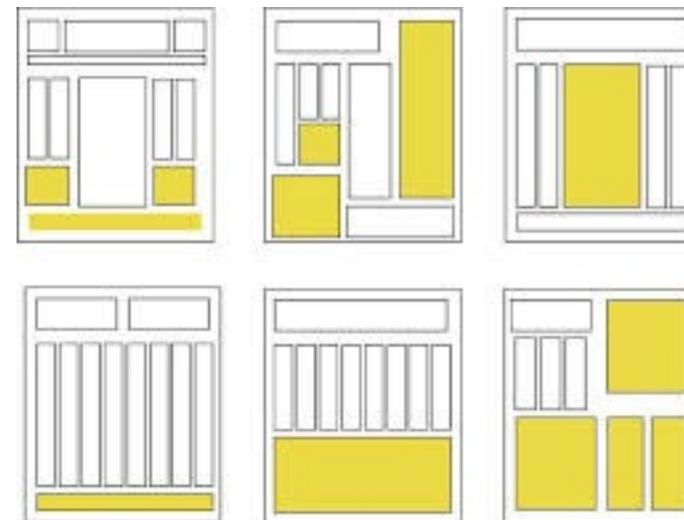
Fuente: <https://beitohe.files.wordpress.com/2012/03/uno-mujer-es-uno-mujer.jpg>

Ejemplos de retícula y diagramación



Ejemplos de retícula para del logotipo

Fuente: <http://deziu.wordpress.com/2012/06/20/identidad-firma-de-arquitectos-zuhaitz-2/>



Ejemplos de retícula y diagramación

Fuente: <http://amandamir.blogspot.com/>



COMPRESIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Para conocer al Grupo Objetivo se encuestó a 25 personas, jóvenes, hombres y mujeres comprendidas entre los 15 a 30 años de edad. (Ver Anexo 3), que poseen un nivel socioeconómico B, C+ Y C. Se recolectaron datos, como información educacional, edades, e información sobre redes sociales, gustos en cuanto a sus gustos, y opiniones. Los datos que se plantearon en el instrumento servirán para poder establecer el diseño o materiales a utilizar más adelante.

Perfil Geográfico:

Hombres y mujeres que practican la religión católica, devotos a la Virgen María, creyentes de su divinidad y milagros.

Gran parte de estas personas se ubican en la Ciudad de Guatemala, principalmente en lugares aledaños a la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción ubicada en la zona 2 de la capital.

Se encuentran entre las zonas 2, 1, 6, y 3, que buscan el bienestar social del país.

Perfil demográfico:

Hombres y mujeres jóvenes entre los 15 a 30 años de edad. Según las encuestas que se realizaron se demuestra que son estudiantes y trabajadores, el 48% se dedica a ambas, el 56% tiene estudios universitarios mientras que el 36% aún estudian en colegios y el resto tiene o está por obtener títulos de niveles más altos. Su núcleo familiar consta de entre 2 a 7 personas en un 96%. [ver anexo 3].

Según estadísticas de Multivex [2006], cuentan con una persona que realiza servicio doméstico, y cuentan con comodidades dentro del hogar, así como lavadora, estufa, televisión y varios aparatos eléctricos, ellos tienen la oportunidad de poder realizar viajes en el interior y en el extranjero por lo menos una vez por año.

Los ingresos que estas personas tienen son entre Q.23,000 y cuentan con vehículo propio, viven en residenciales o colonias.

Perfil Psicográfico:

Hombres y mujeres que buscan un cambio en el país y que se interesan, desean ayudar, y convivir con grupos u organizaciones para poder ayudar, les agrada compartir y tener nuevas experiencias, además de ayudar al prójimo, esto según el instrumento realizado.

Esta clase social es aquella que invierte en estudios y recreación, salud, belleza y gustos personales, viajan, utilizan seguros médicos, comen fuera de casa con frecuencia, se preocupan por su bienestar. El 139% lee periódicos, genera opinión pública, opina Palma.

Son los mayores consumidores. Están seguros que a más educación, mejores ingresos, por lo que invierten el 15% de sus ingresos en este rubro, indica Valdéz [2012]. Bedregal observa que dentro de esta clase hay profesionales, comerciantes y pequeños empresarios.

Uno de los medios por el cual se entretienen y aportan opiniones, es a través de las redes sociales, por lo que se constató que Facebook es la red más utilizada por el grupo objetivo encuestado y la mayoría de ellas considera que estas redes pueden ser de gran ayuda para dar a conocer a grupos y organizaciones de ayuda ya que hoy en día es una de las herramientas utilizadas y rápida de obtener todo tipo de información, por lo tanto 46% le gustaría encontrar información sobre grupos de ayuda social, así mismo el 88% considera ayudar a través de estos sitios.

Casi la mitad del grupo objetivo [56%] se uniría a algún grupo de ayuda para involucrarse.

La principal razón por la cual les gustaría ayudar y ser voluntario es por ayudar a los necesitados, que según el instrumento realizado fue el 71% de los encuestados que coincidió en su respuesta.

GESTIÓN DEL PROCESO DE DISEÑO

Contenido del material Gráfico

MATERIAL	CONTENIDO
Logotipo	María Luz de Esperanza
Papelería	Logo, [María Luz de Esperanza], Tel: 2254-1358 / 2254-8448, Dirección, 7av. 6-67 zona 2, Ciudad Guatemala, Correo Electrónico: marialuzesperanza@gmail.com
Manual de Identidad	<p>Logotipo</p> <ul style="list-style-type: none"> -Isotipo -Tipografía -Uso correcto del color -Versiones de logotipo -Área de protección -Usos Incorrectos <p>Papelería</p> <ul style="list-style-type: none"> -Tipografía -Hoja carta -Sobre membretado -Carpeta -Carné -Plantillas -Portada del Facebook <p>Promocionales</p> <ul style="list-style-type: none"> -Taza, playera y botón <p>Otros colores</p> <ul style="list-style-type: none"> -Colores Litúrgicos
Carné	Logo [María Luz de Esperanza], Nombre del voluntariado y puesto que ocupa.
Playera	Logo [María Luz de Esperanza]

MATERIAL	CONTENIDO
Botón	Logo [María Luz de Esperanza]
Portada del Facebook	"Ayudar al que lo necesita no sólo es parte del deber sino de la felicidad"
Plantillas para Power Point y/o Facebook	Información según requieran los encargados del grupo
Afiches	Logo, [María Luz de Esperanza], Tel: 2254-1358 / 2254-8448, Dirección, 7av. 6-67 zona 2, Ciudad Guatemala, Correo Electrónico: marialuzesperanza@gmail.com ¿Quieres ser parte de este voluntariado? "Ayudar al que lo necesita no sólo es parte del deber sino de la felicidad"
Anuncio [Guía Litúrgica]	Logo, [María Luz de Esperanza], Tel: 2254-1358 / 2254-8448, Dirección, 7av. 6-67 zona 2, Ciudad Guatemala, Correo Electrónico: marialuzesperanza@gmail.com ¿Quieres ser parte de este voluntariado?
Separadores	Logo, [María Luz de Esperanza], Tel: 2254-1358 / 2254-8448, Dirección, 7av. 6-67 zona 2, Ciudad Guatemala, Correo Electrónico: marialuzesperanza@gmail.com "Ayudar es poner tus capacidades al servicio de los demás" Anónimo
Pocillo	Logo [María Luz de Esperanza]

DISEÑO DEL CONCEPTO

Para el proceso de conceptualización se realizaron dos técnicas, Ideart e Identificación o Empatía, que se emplearon para obtener diferentes palabras que ayudarían a construir y llegar a diversas frases conceptuales, en el que se elegirá una de todas las que puedan surgir en el proceso. Este concepto servirá para crear un logotipo que tendrá como fin llegar a jóvenes y por lo tanto debe tener un significado que lo realce con ayuda del concepto, también por medio de este, se partirá para la realización del diseño de las diferentes piezas posibles.

Técnica 1

IDEART

En esta técnica se utilizó una imagen, en donde a través de ella se conseguirá obtener diferentes palabras, las necesarias que el ojo humano pueda observar o imaginar y anotar cada una, así formar diversas frases por medio de estas mismas palabras.



<http://eldesvandesofia.blogspot.com/2010/05/pinturas-abstracta.html>

- | | | | |
|-------------|---------------|-------------------|---------------|
| -Cielo | -Viveza | -Filas | -Refugios |
| -Colores | -Hogares | -Curvas | -Arcos |
| -El sol | -Luminosidad | -Montañas | -Bosquejos |
| -Alas | -Brazos | -Abrazos | -Protecciones |
| -Mariposa | -Figuras | -Hogares | -Insectos |
| -Ventanas | -Foco | -Puertas cerradas | -Espiritus |
| -Corazones | -Luces | -Cobijas | -Paisajes |
| -Ojos | -Rellenos | -Cielos | -Estética |
| -Luna | -Caminos | -Mundo | -Día |
| -Fanrasia | -Máscara | -Pinturas | -Astros |
| -Naturaleza | -Eclipse | -Manos y brazos | -Ayuda |
| -Moradas | -Rostros | -Chispa | -Equipo |
| -Hojas | -Divisiones | -Esconder | -Alegria |
| -Sombreros | -Movimiento | -Unión | -Personas |
| -Mañana | -Sentimientos | -Luz | |

Frases

1. El refugio de las mariposas
2. Alas protectoras
3. Brazos protectores
4. Alegria entre las manos
5. Arcos de alegria
6. Espiritu colorido
7. Cobijando corazones
8. Sombreros protectores
9. Enmascarando felicidad
10. Máscaras de alegria
11. Coloreando rostros
12. El sol entre las manos
13. La chispa de los corazones
14. Pintando hogares
15. Espiritu de ayuda
16. Cobijando al mundo
17. Abrazo de colores
18. Abrazos del cielo
19. Manos de luz
20. Refugios de alegria
21. Manos de refugio
22. Ojos del cielo
23. Manos en movimiento
24. Caminando en alegria
25. Curvas en unión
26. Rostros de luz
27. Coloreando paisajes de felicidad

Técnica 2

IDENTIFICACIÓN O EMPATÍA

Se eligió un personaje con características de una persona con necesidad de ayuda y en base a eso, ponerse en el lugar de esta persona para realizarse algunas preguntas, contestarlas y que a través de estas respuestas se logren sacar palabras clave o principales que puedan ayudar a la formación de frases.

Personaje elegido: **Persona de la calle**

Preguntas para el personaje:

¿Cuáles son mis sueños?

- Tener un lugar en donde vivir
- Servirle a la humanidad
- Tener una familia y protección
- Tener salud
- Alimentación
- Encontrar a mi familia
- Ser feliz
- Formar un hogar
- Poder trabajar

¿Qué siento cuando las personas me ignoran?

- Temor
- Quisiera ayudar a personas como yo
- Tristeza y ganas de llorar
- Rechazo
- Dolor
- Ganas de huir
- Locura
- Morir para no sufrir

¿Cómo es un día en mi vida?

- Pido limosna
- Duermo para no sentir el día ni el hambre
- Busco un lugar donde poder quedarme
- Me canso constantemente por no tener nada que hacer
- Busco cartón para taparme
- Cuando llega la noche vuelvo a dormir sintiendo frío
- Deambulo por las calles buscando comida
- Al día siguiente vuelvo a lo mismo

¿Cuáles son mis miedos?

- Miedo de no vivir igual
- A morir de enfermedad sin poder ser curado
- Miedo al desprecio
- A robar por hambre y desesperación
- A morir de desdicha
- A huir por delincuente
- A morir de hambre
- Sufrir toda la vida sin poder levantarme

¿Qué necesito?

- Ayuda económica para sobresalir
- Un lugar en donde vivir
- Una mano amiga
- Ayudar también a personas como yo
- Personas que se apiaden
- Tener algo por qué vivir
- Personas de buen corazón que me ayuden
- Amanecer con un nuevo sueño y feliz

¿Qué me gustaría tener después de realizar mis sueños?

Ropa nueva que vestir
Trabajar para poder sostenerme
Estar y oler limpio
Paz interior y felicidad
Ser agradable físicamente
Poder comer sanamente
Tener tranquilidad espiritual
Salir a distraerme y ayudar otra personas

Frases

1. Sueños de protección
2. Huyendo del frío
3. Amigos de cartón
4. Donando manos amigas
5. Manos de paz
6. Rellenando corazones
7. Ajuares de vida
8. Ilusiones protectoras
9. Saliendo del frío
10. Corazones desesperados
11. Manos pieadasas
12. Ayudando corazones de cartón
13. Limosnas de amor
14. Repartiendo paz
15. Locura de ayuda
16. Quemando tristezas
17. Amor rechazado
18. Lágrimas de roca
19. Personajes desdichados
20. Deambulando entre sueños
21. Buscando amanos amigas
22. Trabajando por los sueños
23. Construyendo corazones
24. Cubriendo manos
25. Repartiendo felicidad
26. Protegiendo del frío
27. Vistiendo sueños

Frases Elegidas

Se eligieron 5 frases de cada una de las técnicas de las cuales se elegirán solamente 3 que sean principalmente graficables y puedan representar lo que un voluntariado podría ser, las cuales se encuentran marcadas en negrilla.

IDEART

1. **Alas protectoras**
2. **Máscaras de alegría**
3. **Coloreando rostros**
4. Cobijando corazones
5. Manos en movimiento

IDENTIFICACIÓN O EMPATÍA

1. Amigos de cartón
2. Llenando corazones
3. Locura de ayuda
4. Vistiendo sueños
5. Construyendo corazones

Última selección

1. Máscaras de alegría
2. Coloreando rostros
3. Alas Protectoras

Fundamentación de las frases

1. Máscaras de alegría

Se tomó en cuenta esta frase, ya que la palabra "máscara" representa cubrir rostros, y "alegría" sería como gozo o satisfacción, por lo que "máscaras de alegría" se quería dar a entender que una persona que ayuda a otra con mucha necesidad, al auxiliarlo le cubriría el rostro con felicidad. Tomando en cuenta esta fundamentación se llegó a la conclusión de que no cumple como un concepto que pueda ayudar a recordar al G.O. que son los voluntarios, sino para las personas que necesitan de la ayuda de ellos.

2. Coloreando rostros

Esta frase se escogió con el fin de que los voluntarios como grupo objetivo, son quienes pintarán la cara de felicidad a las personas necesitadas, por tal razón se utilizó la palabra "coloreando", pero al pensar en colores se puede relacionar con niños, por lo cual esta no podría funcionar como concepto y no ayudaría al grupo objetivo que son jóvenes con espíritu de ayuda al prójimo.

3. Alas protectoras

Se llegó a esta última frase porque se considera que las "alas" forman parte de un ángel, que son quienes protegen a las personas y son seres espirituales de origen divino que son capaces de ayudar a los seres humanos, que de allí parte la palabra "protector", ellos no solo ayudan, sino también nos protegen de tal manera a los seres humanos que habitan en la tierra por mandato de Dios.

Los 3 conceptos se relacionan directamente con el grupo objetivo y actividades del voluntariado. En este punto se hace necesario buscar otra opción de concepto relacionado con la imagen de la Virgen María, pues el nombre del grupo es "María Luz de Esperanza".

Entonces también se considera agregar las palabras "Luz" y "movimiento" para que la frase sea más completa por los significados que aportan.

Fundamentación de la idea

Como concepto final, se selecciona entonces "Luz protectora en movimiento", que se refiere a la Virgen María quien guía y brinda ayuda cobijando de alguna manera llenando de felicidad a las personas que la necesitan.

En base a las palabras "Luz protectora en movimiento"

Signos utilizados

Las palabras "Luz protectora" tienen relación directa con el significado de la Virgen María como guía espiritual del ser humano, ambas palabras pueden asociarse también con lo que el voluntario puede hacer o dar al prójimo con sus acciones.

"Movimiento" Se hace referencia a que los jóvenes voluntarios siempre están atentos a ayudar no solamente en un lugar sino permanecen activos y con energía para ayudar en diferentes lugares en donde necesitan de ese tipo de afecto.

La figura retórica que se evidencia es la metáfora, ya que se hace referencia a una realidad, pero no se mencionan los personajes principales, se sustituye al ser humano y se mencionan palabras que pueden representarlo como otro ser y términos que hacen referencia a la parte importante de un voluntario.

Para graficar el concepto se utilizarán trazos curvos y figuras circulares, que puedan expresar la palabra movimiento, mientras que "luz" puede realizarse con la siluetas y colores brillantes simulando ser dicha palabra o utilizando algunos símbolos religiosos representativos que puedan identificar al grupo. La palabra protección también puede ser graficada con símbolos religiosos o con formas circulares ya que éstas siendo figuras cerradas con algún elemento dentro de él puede llegar a expresar protección de un objeto.

CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

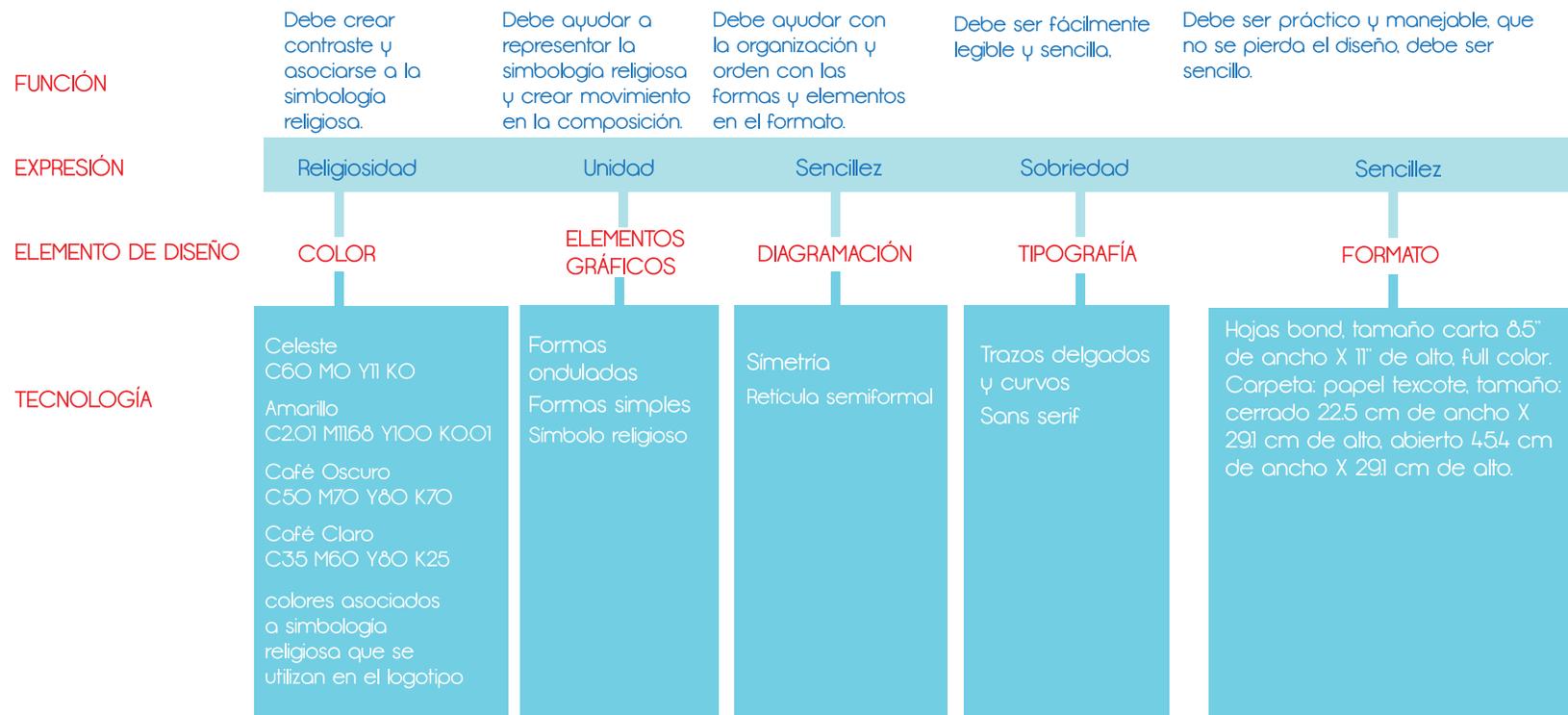
VISUALIZACIÓN

Se describe lo que se quiere lograr percibir en cada pieza a elaborar según el concepto "Alas protectoras en movimiento", en el que a partir de él se abstraen formas, colores, posiciones, tipos de letra, etc.

LOGOTIPO Identidad Gráfica



PAPELERÍA Identidad Gráfica



MANUAL de Identidad Gráfica

FUNCIÓN

Debe crear unidad con el diseño de todos los materiales.

Debe crear unidad con los demás materiales.

Debe ayudar con la organización y orden de los elementos.

Debe ayudar a la fácil legibilidad.

Debe ser práctico y manejable.

EXPRESIÓN

Unidad

Unidad

Orden

Sobriedad

Sencillez

ELEMENTO DE DISEÑO

COLOR

ELEMENTOS GRÁFICOS

DIAGRAMACIÓN

TIPOGRAFÍA

FORMATO

TECNOLOGÍA

Celeste
C60 M0 Y11 KO

Amarillo
C201 M1168 Y100 K001

Café Oscuro
C50 M70 Y 80 K70

Café Claro
C35 M60 Y80 K25

Colores del logotipo

Formas simples y rectas

Récula semiformal

Simetría

Texto justificado

Trazos delgados

Sans serif

Hojas bond

Espiral y empastado

Tamaño 7" x 8.5"

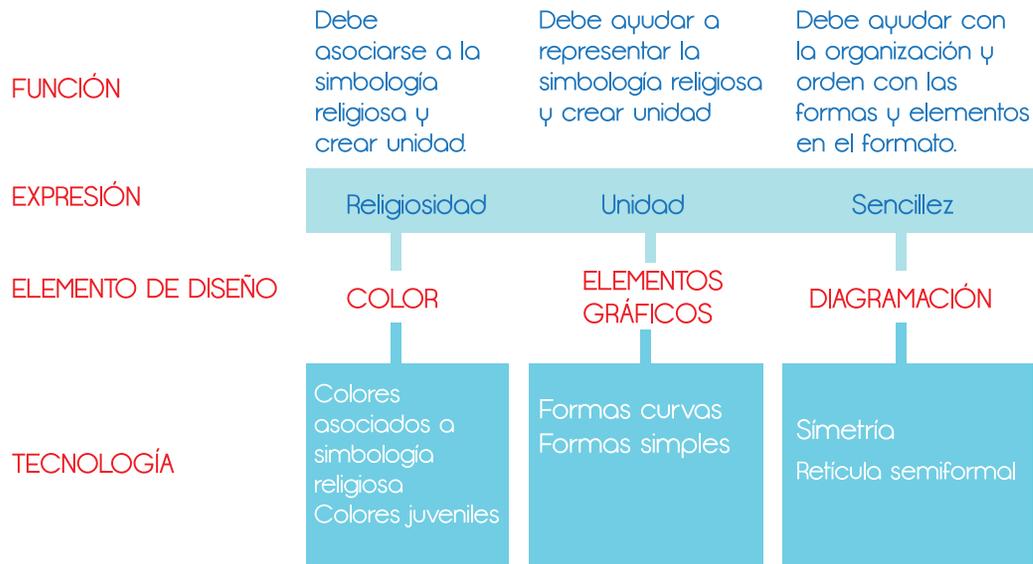
Full color.

CARNÉ

Identidad Gráfica

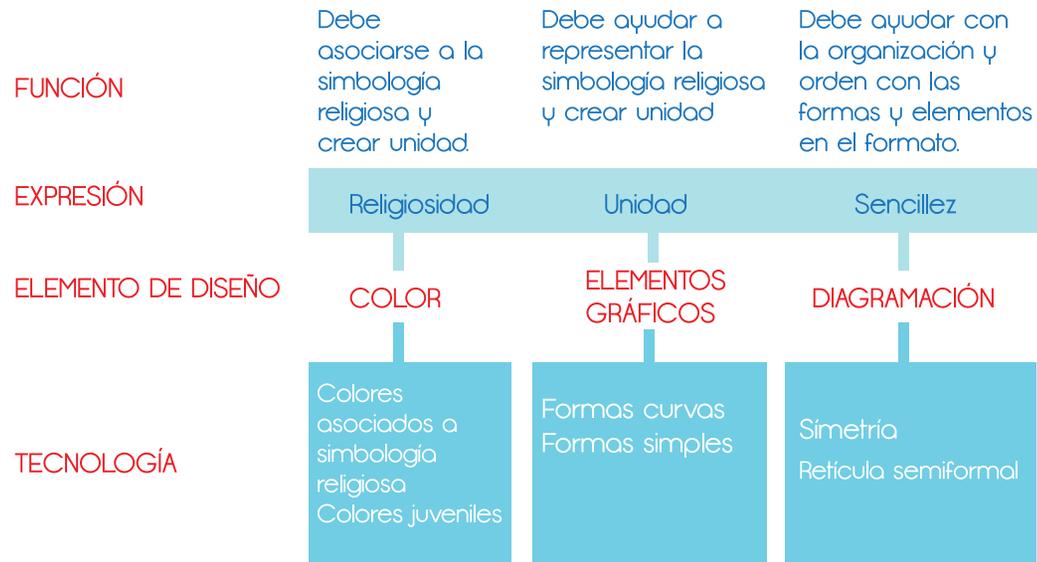
FUNCIÓN	Debe asociarse a la simbología religiosa.	Debe crear movimiento en la composición y crear unidad.	Debe ayudar con la organización y orden con las formas y elementos en el formato.	Debe ser legible y sencilla.	Debe ser práctico y manejable.
EXPRESIÓN	Religiosidad	Unidad	Sencillez	Sobriedad	Sencillez
ELEMENTO DE DISEÑO	COLOR	ELEMENTOS GRÁFICOS	DIAGRAMACIÓN	TIPOGRAFÍA	FORMATO
TECNOLOGÍA	Celeste C60 M0 Y11 KO Amarillo C201 M1168 Y100 K001 Café Oscuro C50 M70 Y80 K70 Café Claro C35 M60 Y80 K25 Colores asociados a simbología religiosa Colores juveniles	Formas curvas Formas simples Símbolo religioso	Simetría Redícula semiformal Texto centrado	Trazos delgados y curvos Sans serif	Rectangular, troquelado. Tamaño 8.5 cm de ancho X 6 cm de alto, full color.

PLAYERA Identidad Gráfica



BOTÓN

Identidad Gráfica



PORTADA FACEBOOK Identidad Gráfica

FUNCIÓN	Debe asociarse a la simbología religiosa y crear unidad.	Debe ayudar a representar la simbología religiosa y crear movimiento en la composición.	Debe ayudar con la organización y orden con las formas y elementos en el formato.	Debe ser sencilla y fácilmente legible.	Debe ser práctico
EXPRESIÓN	Religiosidad	Unidad	Sencillez	Sobriedad	Sencillez
ELEMENTO DE DISEÑO	COLOR	ELEMENTOS GRÁFICOS	DIAGRAMACIÓN	TIPOGRAFÍA	FORMATO
TECNOLOGÍA	Celeste R92 G195 B223 Amarillo R255 G217 B0 Café Oscuro R247 G219 B52 Café Claro R147 G96 B55 Colores asociados a simbología religiosa	Formas curvas Formas simples Símbolo religioso	Simetría Reticula semiformal Texto centrado	Trazos delgados y curvos Sans serif	Tamaño: 851 px X 315 px

PLANTILLAS PARA POWER POINT Y/O FACEBOOK

Identidad Gráfica



AFICHES

Material Promocional

FUNCIÓN	Debe asociarse a la simbología religiosa y crear unidad.	Debe ayudar a representar la simbología religiosa y crear movimiento en la composición.	Debe ayudar con la organización y orden con las formas y elementos en el formato.	Debe ser legible y sencilla.	Debe ayudar a que el grupo objetivo se identifique y sea solidario.	Debe ser práctico y manejable, que no se pierda el diseño, debe ser sencillo.
EXPRESIÓN	Religiosidad	Unidad	Seriedad	Sobriedad	Solidaridad	Sencillez
ELEMENTO DE DISEÑO	COLOR	ELEMENTOS GRÁFICOS	DIAGRAMACIÓN	TIPOGRAFÍA	FOTOGRAFÍA	FORMATO
TECNOLOGÍA	Celeste C60 M0 Y11 KO Amarillo C201 M1168 Y100 K001 Café Oscuro C50 M70 Y80 K70 Café Claro C35 M60 Y80 K25 Colores asociados a simbología religiosa	Formas curvas Formas simples Símbolos religiosos	Orden Simetría Texto alineado a la derecha y centrado Reticula semiformal	Trazos delgados y curvos Sans serif	Sepia Composición Enfoque y desenfoque	Papel texcote Tamaño tabloide horizontal 11" X 17" full color.

ANUNCIO GUÍA LITÚRGICA

Material Promocional

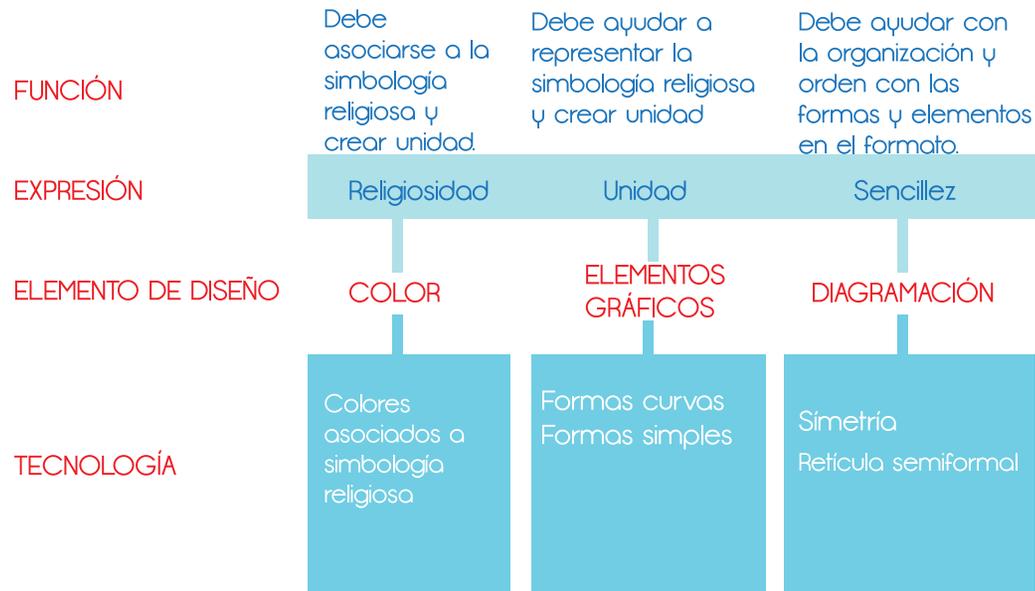
FUNCIÓN	Debe asociarse a la simbología religiosa.	Debe crear movimiento en la composición y crear unidad.	Debe ayudar con la organización y orden con las formas y elementos en el formato.	Debe ser legible y sencilla.	Debe ser práctico y legible.
EXPRESIÓN	Solemnidad	Unidad	Sencillez	Sobriedad	Sencillez
ELEMENTO DE DISEÑO	COLOR	ELEMENTOS GRÁFICOS	DIAGRAMACIÓN	TIPOGRAFÍA	FORMATO
TECNOLOGÍA	<p>Celeste C60 M0 Y11 K0</p> <p>Amarillo C201 M1168 Y100 K001</p> <p>Café Oscuro C50 M70 Y80 K70</p> <p>Café Claro C35 M60 Y80 K25</p> <p>Verde C75 M0 Y100 K0</p> <p>Morado C57 M100 Y5 K1</p> <p>Rojo C23 M100 Y73 K19</p> <p>Colores asociados a simbología religiosa Colores juveniles</p>	<p>Formas curvas Formas simples Símbolo religioso</p>	<p>Simetría Reticula semiformal Texto centrado</p>	<p>Trazos delgados y curvos Sans serif</p>	<p>Rectangular, Tamaño 4" de ancho X 2.5" de alto. full color.</p>

SEPARADORES Material Promocional

FUNCIÓN	Debe asociarse a la simbología religiosa.	Debe crear movimiento en la composición y crear unidad.	Debe ayudar con la organización y orden con las formas y elementos en el formato.	Debe ser legible y sencilla.	Debe ser práctico y manejable.
EXPRESIÓN	Solemnidad	Unidad	Sencillez	Sobriedad	Sencillez
ELEMENTO DE DISEÑO	COLOR	ELEMENTOS GRÁFICOS	DIAGRAMACIÓN	TIPOGRAFÍA	FORMATO
TECNOLOGÍA	<p>Celeste C60 M0 Y11 KO</p> <p>Amarillo C201 M116& Y100 K001</p> <p>Verde C75 M0 Y100 KO</p> <p>Morado C57 M100 Y5 K1</p> <p>Rojos C23 M100 Y73 K19</p> <p>Colores asociados a simbología religiosa Colores juveniles</p>	<p>Formas curvas Formas simples Símbolo religioso</p>	<p>Simetría Reticula semiformal Texto centrado</p>	<p>Trazos delgados y curvos Sans serif</p>	<p>Rectangular, troquelado. Tamaño 2" de ancho X 7" de alto. full color.</p>

Pocillo

Material Promocional



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS

Selección de piezas						
PIEZA	Propósito	MEDIO	FORMA DE DISTRIBUCIÓN			
		Soporte	Carácter	A través de Quién o cómo	Tiempos	Lugar
LOGOTIPO	Busca facilitar reconocer a la organización	Digital / Impreso	Identidad gráfica	Diseñador Gráfico	Tiempo indefinido hasta que se necesite un rediseño	Se distribuirá en archivos de las oficinas de los encargados del voluntariado.
PAPELERÍA	Reforzar la imagen y representar al grupo	Impresión digital full color	Identidad gráfica	Coordinador general y subcoordinador del grupo	Tiempo indefinido hasta que se necesite un rediseño	Oficinas del grupo de voluntariado para cartas que se puedan enviar.
MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA	Ayuda al usuario a saber el uso debido e incorrecto del logotipo y materiales	Impresión digital full color	Identidad gráfica	Coordinador general y subcoordinador del grupo	Tiempo indefinido	Oficinas del grupo de voluntariado.
CARNÉ	Identificar al colaborador como voluntario y representar al grupo reforzando su imagen	Impresión digital full color	Identidad gráfica	Diseñador Gráfico y colaboradores	Tiempo indefinido hasta que se necesite un rediseño	Se utilizarán como identificador del voluntario.
PLAYERAS	Ayuda a representar y promover al grupo	Impresión Serigráfica	Identidad gráfica	Diseñador Gráfico y colaboradores	Tiempo indefinido hasta que se necesite un rediseño	Se usarán como uniforme para poder identificar a los voluntarios del grupo.
BOTÓN	Apoyar y reforzar la imagen del grupo	Impresión	Identidad gráfica	Diseñador Gráfico y colaboradores	1 año	Se venderán dentro y fuera de las iglesias de las zonas 1 y 2 [ver anexo 5]
PORTADA PARA FACEBOOK	Reforzar y representar al grupo	Digital	Identidad gráfica	Colaboradores del grupo (Social Media Manager)	Tiempo indefinido	Por medio de internet en la página de Facebook.

Selección de piezas

PIEZA	MEDIO		FORMA DE DISTRIBUCIÓN			
	Propósito	Soporte	Carácter	A través de Quién o cómo	Tiempos	Lugar
PLANTILLAS PARA POWER POINT Y/O FACEBOOK	Ayuda a conocer y representar al grupo por medio del diseño	Digital	Identidad gráfica	Colaboradores del grupo	Tiempo indefinido hasta que se necesite un rediseño	Se colocarán para presentaciones para power point.
AFICHES	Ayuda a divulgar al grupo de voluntariado	Impresión digital full color	Promocional	Coordinador general, subcoordinador y voluntarios del grupo	3 meses	Se enviarán a diferentes parroquias de las zonas 1 y 2 [ver anexo 5]
ANUNCIO GUÍA LITÚRGICA	Atraer al grupo objetivo del voluntariado	Impresión digital full color	Promocional	Subcoordinador y Diseñador Gráfico	-Agosto -Diciembre -Marzo o Abril	Se enviará a la Administración del Periódico La Misión, encargados de Guía Litúrgica
SEPARADORES	Ayuda a reforzar la imagen del grupo de voluntariado	Impresión digital full color	Promocional	Colaboradores del voluntariado	1 año	Se venderán en diferentes parroquias de las zonas 1 y 2 [ver anexo 5]
POCILLO	Apoyar y reforzar la imagen del grupo	Impresión	Promocional	Diseñador Gráfico y colaboradores	1 año	Se venderán dentro y fuera de las iglesias de las zonas 1 y 2 [ver anexo 5]

Fases Estratégicas de Comunicación

Para poder llevar a cabo la implementación de cada una de las piezas, se ha tomado en cuenta los lugares que puede frecuentar el Grupo Objetivo, así como también los medios por los cuales se comunican más. Todas las piezas se lanzarán en agosto del año 2014 principiando por la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción, lugar en que nace este grupo. Luego en el mes de septiembre del año 2014 en iglesias aledañas a las oficinas centrales del voluntariado, como las que se encuentran en zonas 1 y 2 de la ciudad capital.

LOGOTIPO	El logotipo se implementará en las piezas ya realizadas y en las que el cliente requiera los cuales se lanzarán en las fiestas agostinas por celebración a la Virgen de la Asunción.
PAPELERÍA	Tanto las hojas membretadas, como los sobres, tarjetas de presentación y carpetas, serán para uso exclusivo del grupo de voluntariado, para cartas o documentos importantes que deban enviar a alguna institución. Se mandarán a imprimir un ciento de hojas, sobres y carpetas, y 200 tarjetas de presentación para tener reserva ya que como se está empezando por el momento se no se necesitan muchas impresiones.
MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA	Esta pieza deberá archivarse por los encargados ya que al momento de realizar otras piezas deben regirse en base al manual para saber cómo deben utilizar los elementos gráficos dentro de los materiales.
CARNÉ	Esta pieza se distribuirá a todas las personas que formen parte del grupo de voluntariado, lo utilizarán para identificar a cada miembro del grupo, se deberá llevar mientras se visiten instituciones o iglesias, esto ayudará también a lograr que el usuario memorice los colores y formas utilizadas que representan al grupo.
PLAYERAS	Las playeras serán utilizadas por los voluntarios que deseen pertenecer al grupo. Estas ayudarán a identificar y promover al grupo como tal. Las personas que deseen ser parte del voluntariado deberán comprar la playera para que sirva como donación. Se mandarán a hacer 40 playeras, 25 para las personas que ya se encuentran dentro del grupo y 15 de reserva para aquellos que quieran participar y ser parte del apostolado.
BOTÓN	El voluntario puede optar por elegir playera o botón para poder ser identificado.
PORTADA PARA FACEBOOK	La portada se utilizará a partir de que se dé a conocer al grupo y se abrirá la fan page en Facebook que será el lugar donde se publicarán las actividades para aquellas personas que deseen apoyar o ser parte del voluntariado.
PLANTILLAS PARA POWER POINT Y/O FACEBOOK	Estas plantillas serán utilizadas para colocar información que los encargados del grupo deseen dar a conocer a través presentaciones en power point o bien, utilizarlas en Facebook, en el que a través de ello se logrará identificar más al grupo por medio de los elementos y colores empleados en el diseño. Se utilizarán por tiempo indefinido.
AFICHES	Se empezarán a distribuir en las diferentes iglesias de las zonas 1 y 2. (ver anexo 5) a partir del mes de septiembre. Se deberán imprimir aproximadamente 150 afiches tomando en cuenta que se repartirán 2 afiches por iglesia considerando que son 25 iglesias entre la zonas 1 y 2. También dependerá del espacio que se les provea o del que cuenten las iglesias para colocar la cantidad de afiches por iglesia estipulada. Si no cuentan con tanto espacio solamente se les dejará 1 afiche, colocando entonces 4 en la iglesia de Nuestra Señora de la Asunción. Se manejará así por 3 meses para que las personas ya reconozcan al grupo "María Luz de Esperanza", cambiando estos cada mes por depreciación del papel o daño que pueda sufrir mientras se mantenga en estos lugares.

ANUNCIO GUÍA LITÚRGICA

Se colocarán anuncios en la Guía Litúrgica que se reparte todos los domingos en varias iglesias en el que se presenta la Santa Eucaristía. Estará visible durante 3 meses (Agosto, Diciembre y Marzo o Abril por la afluencia de personas) para promoverlo al público católico que pueda colaborar como voluntario y/o realizar donaciones.

KIT DE POCILLO Y SEPARADOR

Los separadores serán distribuidos junto con los pocillos entre los colaboradores para que en parejas puedan ir a 5 iglesias en los 4 domingos de cada mes entre los horarios de 9:00 a.m a 11:00 a.m. que son horas en las que las personas participan los días domingo en las celebraciones eucarísticas, horario que se utilizará también para no interrumpir las actividades del coro que ya tienen estipuladas los domingos en misas del medio día. Se venderán después de las misas asumiendo que se vendan de 1 a 3 por visita en cada iglesia, por lo que se mandarón a hacer 200 tomando en cuenta que en el mes de agosto se venderán 50 kits, mes en el cual existen más visitantes en la Iglesia de Nuestra Señora de la Asunción por la feria y por la celebración a la Virgen María. Estos fondos recaudados serán de utilidad para empezar con el primer apostolado del año, llevándose en el mes de diciembre de 2015.

Se imprimirán 100 separadores amarillos y 100 celestes. Para empezar únicamente se venderán estos 2 colores para poder familiarizarse, durante el mes de agosto.

Luego los siguientes 2 meses siendo estos Diciembre y Marzo o Abril en otras iglesias. Después de estos meses se podrán empezar a vender en los demás colores por el tiempo litúrgico que se vive en la iglesia católica, las cantidades de cada color dependerán del tiempo que dure cada momento litúrgico así como también de la cantidad de pocillos que se tengan ya que será por kit (separador y pocillo) que se venderán.

Para que las impresiones sean menos elevadas en su precio se deben imprimir todos los colores para un determinado tiempo en el que los separadores se dejen de vender, principiando con 100 verdes, 50 morados, y 50 rojos.

BOCETAJE PARA DEFINIR LA PROPUESTA PRELIMINAR

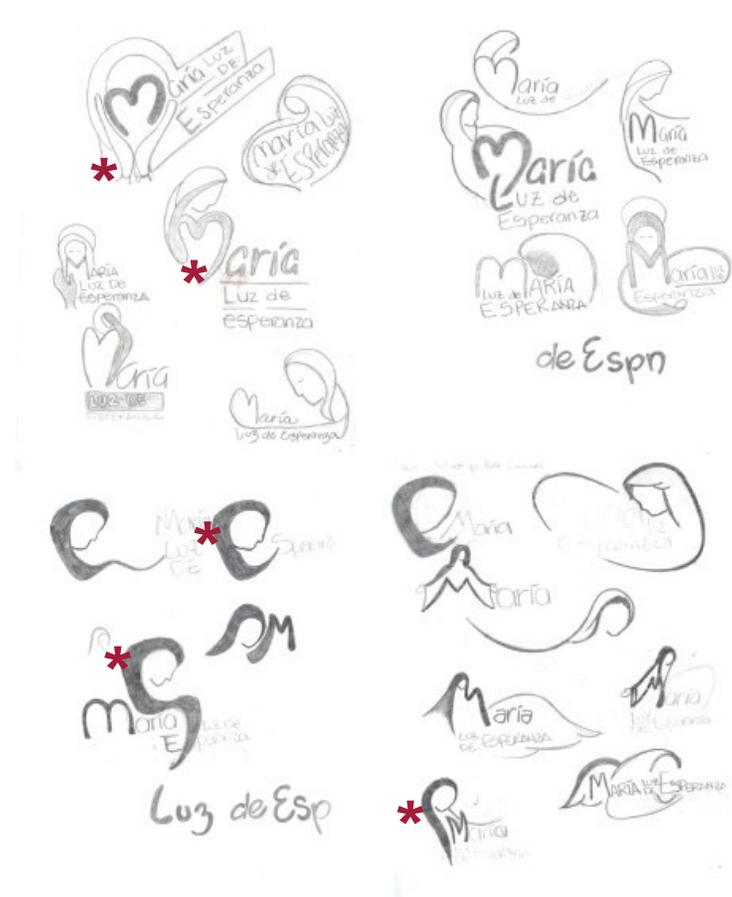
Se desarrollaron varias etapas en las que se trabajan los elementos de diseño que se mencionaron en la visualización, tomando como frase principal "Luz protectora en movimiento", viciándose principalmente con la Virgen María. A continuación se presenta el proceso de bocetaje por etapas las cuales se dividieron en 2 que cada una lleva a la propuesta preliminar.

ETAPA 1 LOGOTIPO

Se bocetaron a mano varias propuestas de logotipo, por lo que se eligieron cinco bocetos marcados con un asterisco, de los cuales se tomaron en cuenta que estos expresaran voluntariado y que pudiera verse juvenil para el grupo objetivo al que va dirigido pero a su vez mostrara la imagen de María como madre protectora que ilumina a los seres humanos, esto aportará seriedad por ser un grupo de ayuda.

En estas propuestas debe percibirse el concepto "Luz protectora en movimiento".

Otra de las razones por la cual se eligen estas propuestas marcadas con asterisco es porque no tienen tantos elementos distractores o que puedan crear problema al momento de vectorizarlos, o por tantos detalles que ya no podrán percibirse al reducir el logotipo.



Se siguen bocetando propuestas de las que surgen otras ideas, implementándole otro símbolo religioso, como el rosario que representa oración y camino para llegar a Dios a través de María, esto para reforzar la silueta que se ha venido trabajando y que se quiere plasmar principalmente por el nombre de "María" la virgen, que también lleva parte del nombre del grupo.

Marcando cuatro de los bocetos con asterisco, elegidos por la silueta de la Virgen María y el rosario otro símbolo religioso muy representativo dentro de la iglesia católica, signos que pueden llegar a transmitir por las líneas y figuras curvas el movimiento, y que por encerrar con círculos o semicírculos algún elemento estos pueden llegar a percibirse como una manera de protección lo cual puede identificar al grupo de voluntarios por su labor.



De los 9 logos que se escogieron, se digitalizaron y se les hizo la respectiva prueba de color. Se eligieron 3 (opción 4, 5 y 7) que por ser más juvenil se adapta al G.O. y también al concepto. Por sus formas y otros elementos pueden manejarse con los distintos colores.



e.



f.



g.



h.



i.



Se concluye que la propuesta de la opción 4 no puede funcionar como un logotipo por todos los elementos que maneja y por estar muy saturado, ya que al momento de hacerlo pequeño se puede perder tanto la letra como sus formas.

Entonces se decide dejar como propuesta preliminar los logos que aparecen en la opción 5 y 7 así mismo se sigue bocetando con la tipografía y colores para poder tomar una decisión en la que pueda tener más jerarquía y orden.

Con estos mismos logotipos se siguió bocetando, manejando siempre la paleta de colores, jugando con diferentes posiciones en la tipografía y así mismo cambiando de fuente para poder compararlas entre dichos logos.

El color

Como colores principales se decidió manejar cálidos combinados con otros colores, pero las opciones "A" se decidió que el principal color elegido es el amarillo dentro del isotipo en forma de "M" ya que es uno de los colores que identifica y es el representativo de la iglesia mundialmente, y se decide manejar los colores fríos que complementan al amarillo.

Por otro lado el color amarillo es el color que lleva la bandera del Vaticano y el celeste es el representativo de la Virgen María por lo tanto para la opción "B" se tomó en cuenta estos significados religiosos.

Opción A



Opción B



Tipografía

Se buscó un tipo de fuente con trazos no delgados y poco gruesos de modo que al momento de reducir su tamaño no desapareciera, se buscan sans serif o serif, que pueda expresar delicadeza a través de trazos curvos. Por eso se ha probado diversos tipos letra con dichas características.

Entre estas se realizó una tipografía para el logotipo de la opción A [asterisco negro] pero se descartó, ya que por ser muy pesada y de trazos muy gruesos no muy bien definidos, era difícil de leer al disminuir su tamaño. Luego se quiso dejar únicamente la palabra "María" con ese mismo tipo de letra, buscando siempre otra que pudiera combinar, pero no se encontró, entonces, se decidió cambiar completamente el tipo de fuente.

Se buscaron diferentes tipos de letra que pudieran combinarse entre el isotipo de la "M" y que sobre todo no se vea muy marcado el cambio.

Para la opción B también se buscan las mismas características pero sin cambiar la letra "M" como en la opción anterior.

Por lo tanto se eligen las tipografías marcadas con un asterisco por ser de trazos simples, redondos, no tan gruesos y una letra no tan pesada.

El primer asterisco para el logo de la opción A, esta puede formar parte del logotipo y combina sus trazos con el isotipo manteniendo la unidad. El segundo asterisco se utilizará para la opción B, que por ser sans serif y trazos rectos ayudan a transmitir sobriedad, y por sus trazos curvos muestra cierto movimiento sin perder presencia en el logotipo.

Como propuesta para los logos se eligieron los tipos de letra: "Architects Daughter" [opción A] y "Effloresce" [opción B].

Opciones de Tipografía para el logotipo:



De las opciones anteriores se toma una de la opción A y otra de la opción B de los cuales se elijen por el color según los significados religiosos, así como también por los trazos de la tipografía y posiciones de elementos dentro del logotipo. A su vez se realiza la prueba si estos pueden funcionar en blanco y negro.

Opción A



Opción B



De las 2 opciones se elige la "B" porque los símbolos y colores utilizados son representativos en la iglesia católica y se analiza que también puede ser funcional a un color.

IMAGEN CORPORATIVA

Formato

Hoja membretada

Tamaño 8.5" x 11"

Para una hoja membretada es usual utilizar la hoja verticalmente a tamaño carta que es el tamaño estándar que se maneja para la facilidad del ingreso de texto dentro de ella y que dentro del cual se le agregarán ciertos elementos gráficos.

Sobre

Tamaño 22 cm x 11 cm

Se utilizará el tamaño estándar de un sobre membretado, que también tendrá elementos parecidos a los de la hoja membretada para crear unidad dentro de la papelería.

Tarjeta de Presentación

Tamaño 9 cm x 5 cm

Se propone la medida del formato estándar de una tarjeta de presentación para que quien porte esta pieza, pueda ser de fácil manejo y pueda tenerla al alcance de su bolsillo dentro de sus papeles importantes.

Carpeta

Tamaño cerrado 9" x 11.5" abierto 18" x 11.5"

El formato de esta carpeta se toma en cuenta del tamaño estándar de un folder manila carta, ya que el formato de esta carpeta puede proteger y evitar que las hojas que se coloquen dentro de este se doblen.

Manual de Identidad Gráfica

Tamaño 7" x 8.5"

Se propone un tamaño media carta para un fácil manejo



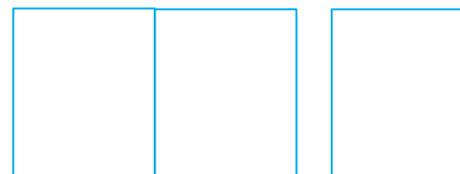
Hoja membretada
Tamaño 8.5" x 11"



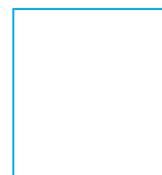
Sobre
Tamaño 22cm x 11cm



Tarjeta de presentación
Tamaño 9cm x 5cm



Carpeta
Tamaño abierto 18" x 11.5"
Tamaño cerrado 9" x 11.5"



Manual de Identidad Gráfica
Tamaño 7" x 8.5"

Carné

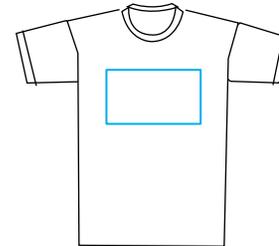
8,5 cm de ancho x 6 cm de alto.
Tamaño estándar para que pueda entrar en un protector para gafete horizontal plástico.



Carné
Tamaño 8,5 c.m. x 6 c.m.

Playera

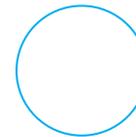
Tamaño del logo 8" x 5" aproximado
Tamaño del rosario en la manga 2,5" x 3" aproximado
Las tallas para las playeras dependerán del proveedor ya que varían.
Se manejarán 3 tallas [S, M, y L]



Logo en Playera
8" x 4"
Rosario en manga
2,5" x 2,75"

Botón

Tamaño 1" de diámetro
Dependerá de los tamaños que maneje el proveedor.



Botón
Tamaño 1" de diámetro

Portada Facebook [fanpage]

851 pixeles de ancho x 315 pixeles de alto.
Es el tamaño que se adapta y sugiere Facebook para la portada



Portada para Facebook
Tamaño 851px x 315px

Plantillas para Power Point y/o Facebook

Tamaño 792 pixeles x 612 pixeles
Se establece un formato rectangular de forma horizontal que facilite la manejabilidad. Se considera emplear un troquel simple y sencillo.



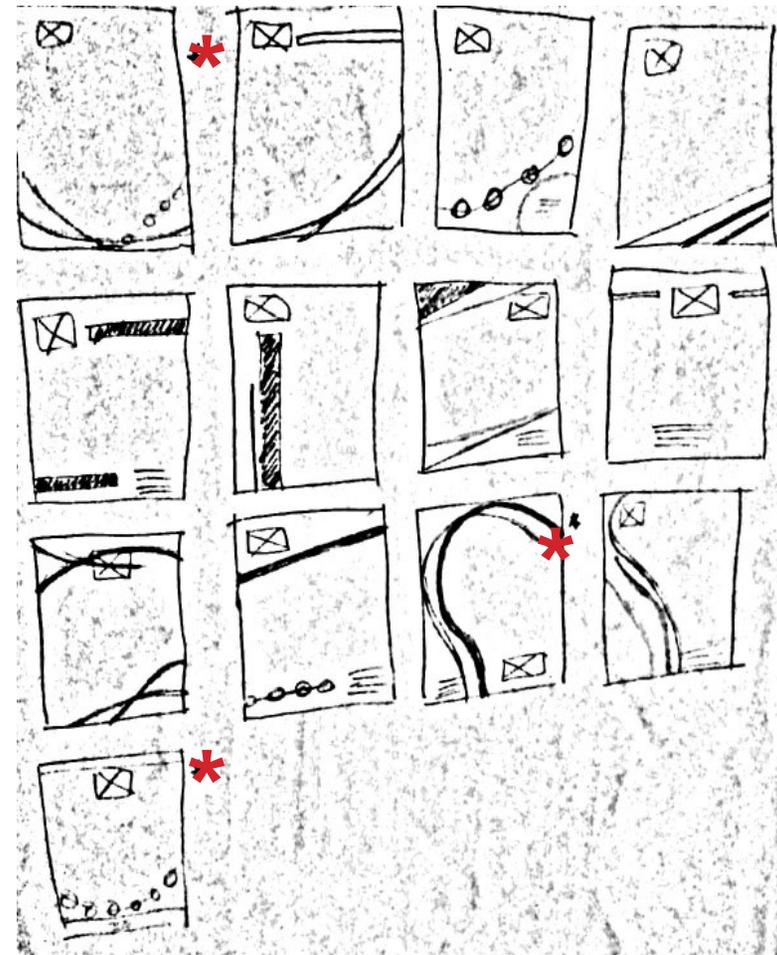
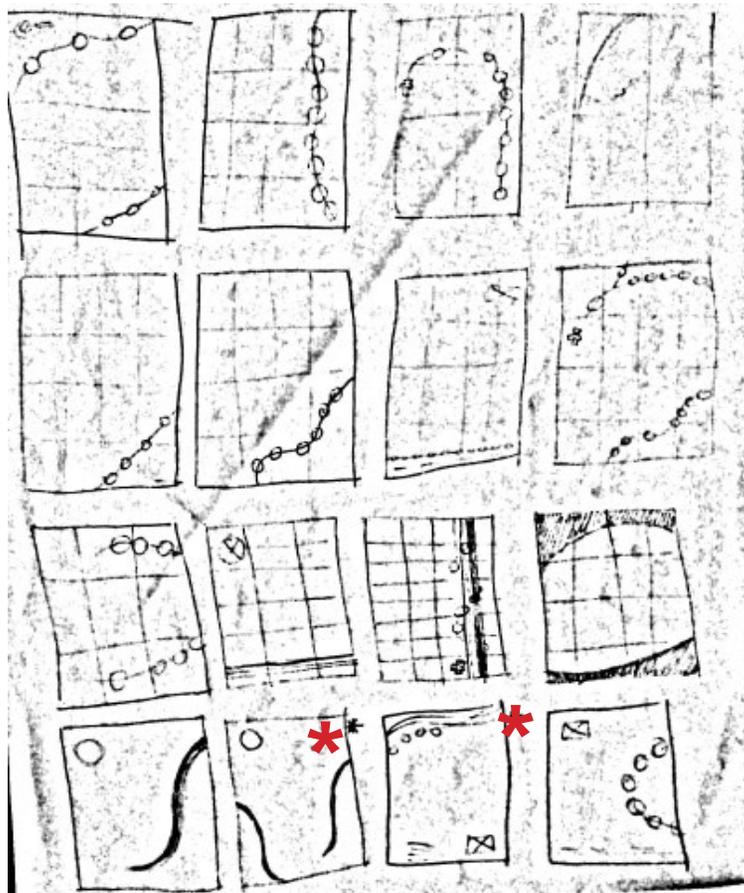
Plantilla para Power Point y/o
Facebook
Tamaño 792 pixeles x 612 pixeles

Se procede a armar e integrar los elementos sobre el formato de cada pieza, siguiendo el diseño del logo principalmente para la papelería, utilizando formas y líneas que lo caracterizan.

PAPELERÍA

A continuación se muestran los bocetos comenzando por la hoja membretada, seleccionando con asteriscos aquellos que caracterizaran mejor a la institución tomando en cuenta el concepto "alas protectoreas en movimiento".

Hoja membretada

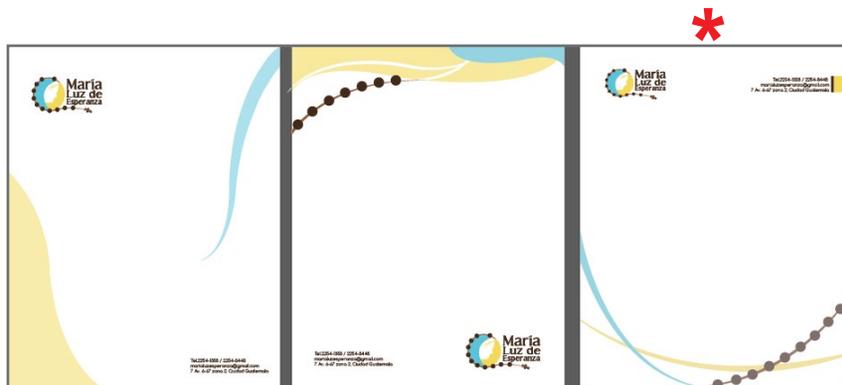


EJES Y RETÍCULA

Se buscaron las formas que tuvieran la sensación de sencillez y sobriedad en las piezas que según se indica en la tabla de visualización, por lo tanto se llega a la conclusión que las formas que transmiten las sensaciones que se necesitan expresar son las líneas simples.

Esto es tanto para la papelería como para las otras piezas, partiendo del diseño del logo, de la hoja, sobre, tarjeta de presentación y carpeta, se tomarán de base para todo lo demás, dependiendo del tamaño del formato.

En base a los bocetos que se muestran anteriormente, se eligen 5 de de la hoja membretada y se digitalizan para poder elegir la que mejor pueda integrarse con el logo tanto en formas como con los colores.



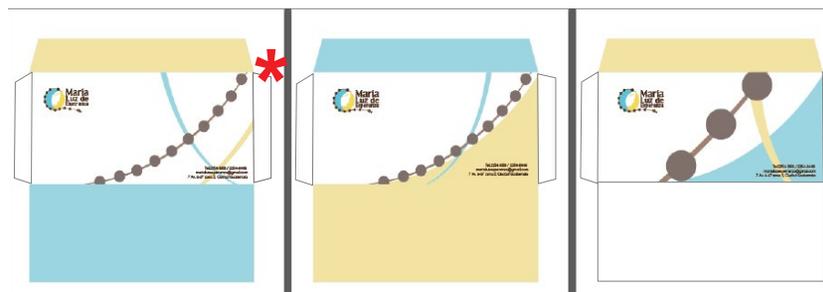
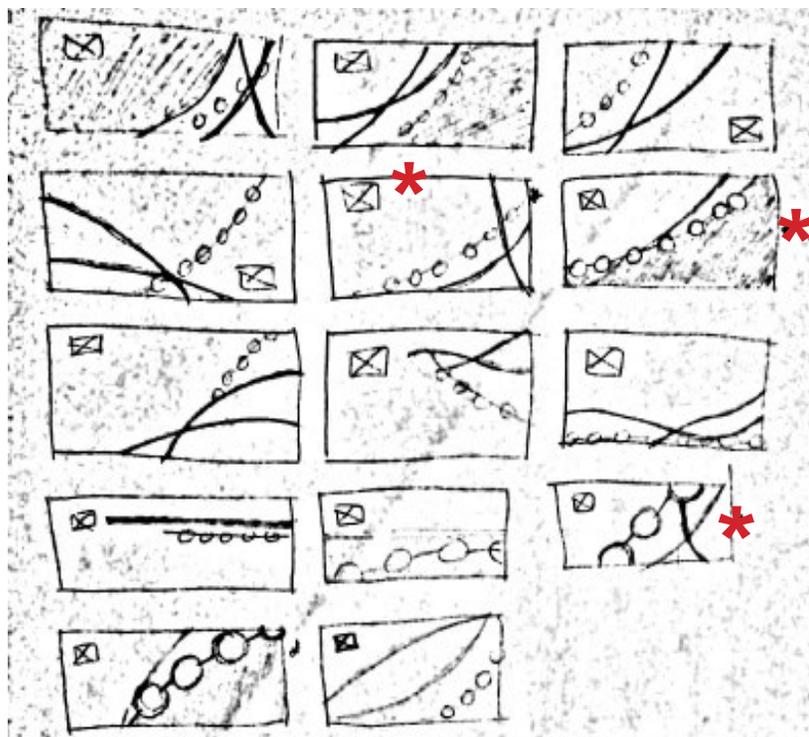
Se considera que por la simpleza y sencillez del boceto digital que se elige con un asterisco y que se presenta a un lado, se puede tomar en cuenta para partir de esa línea de diseño para toda la papelería.

Otra de las razones por la cual se elige es porque en el momento de redactar una carta o anotar alguna información importante en la hoja membretada, esta no obstruye lo que se pueda escribir en ella y tampoco compite entre la información que se pueda mostrar en la hoja y el diseño.

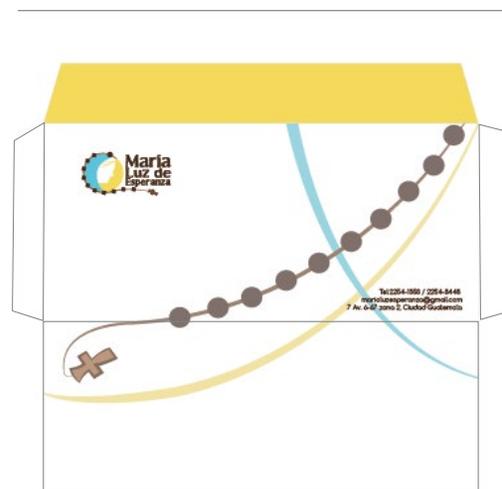
De la hoja membretada digitalizada y seleccionada, se toma la decisión de manejar la misma línea de diseño para el sobre, la carpeta y tarjeta de presentación con algunas variantes para que no sea tan monótono.

Se eligen 3 opciones de sobres para digitalizar, de los que solamente uno de ellos se elige marcándolo con un asterisco.

Sobre membretado



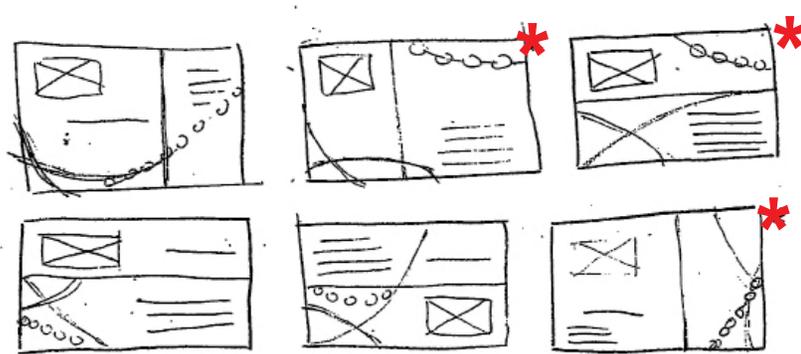
Modificando el color celeste a color blanco en una de las partes, esto para evitar saturación en el sobre.



De los bocetos a mano se seleccionan 3 para la tarjeta de presentación que se marcan con un asterisco, los cuales se digitalizan para poder elegir la opción que sea conveniente según la línea de diseño y si este puede ser funcional.

Utilizando los mismos elementos que en las piezas anteriores, y cambiándolos de posiciones se elige con un asterisco el boceto digitalizado de la tarjeta de presentación, ya que en este por su retícula y layout ayuda a separar el cuadro del contacto por lo que está mejor distribuida la información y se resalta más el logotipo.

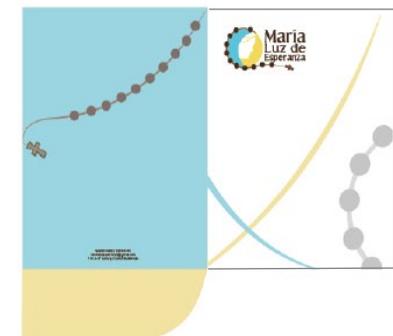
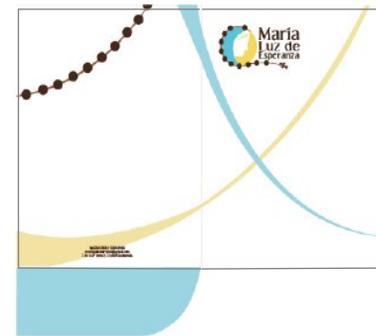
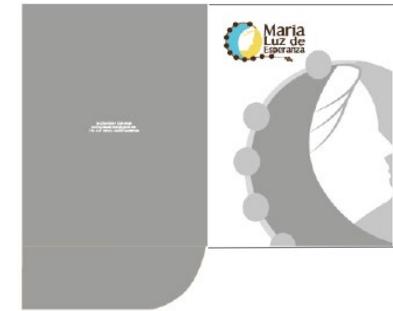
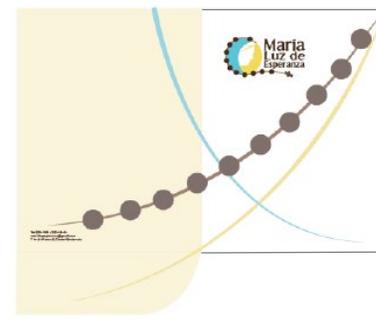
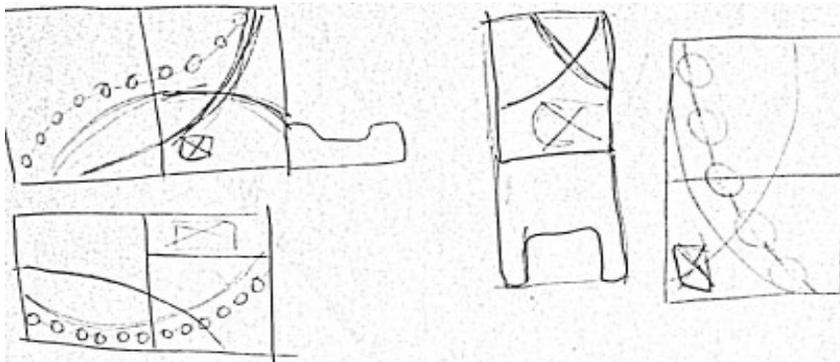
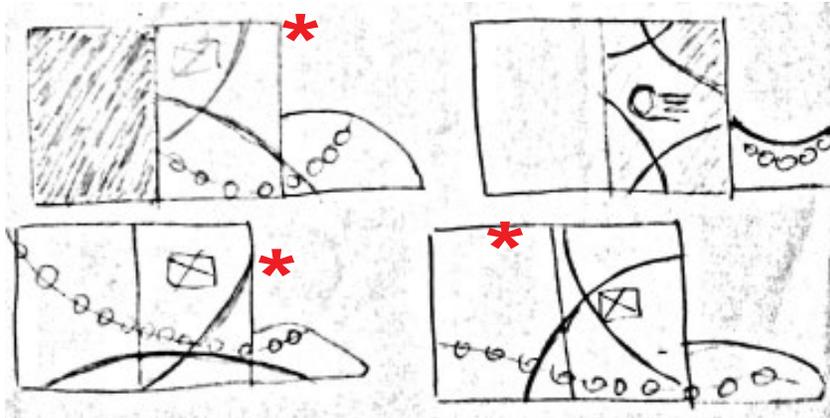
Tarjeta de presentación



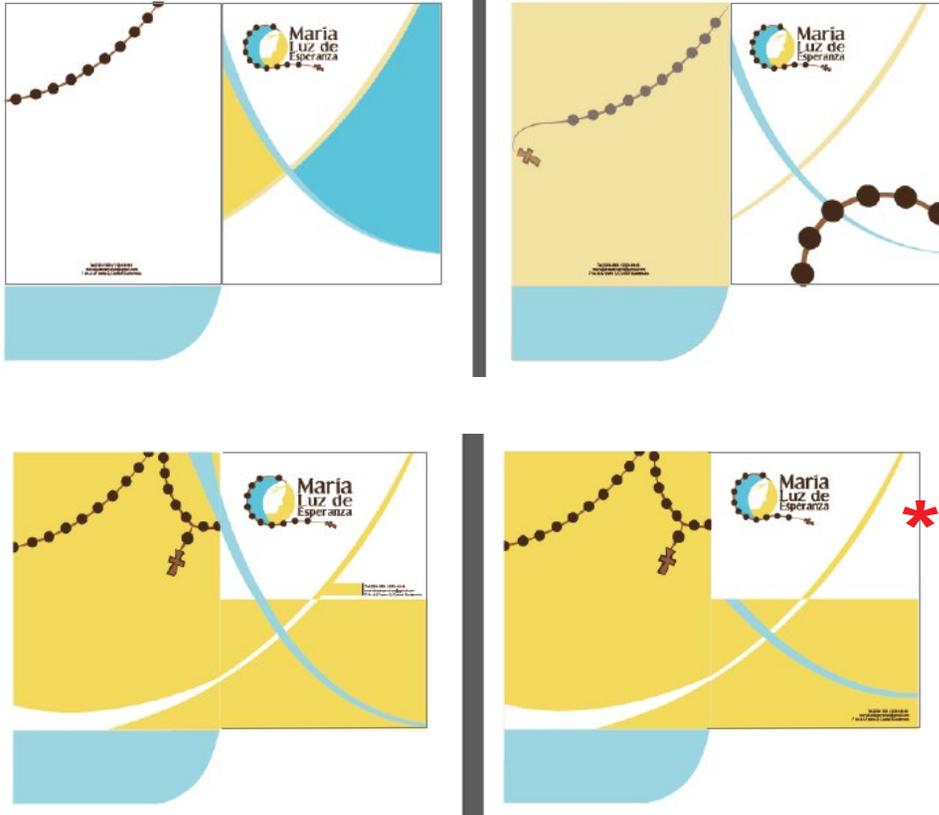
Al igual que con las otras piezas de papelería se eligen los bocetos marcados con asterisco los cuales puedan tener la misma línea de diseño.

De los bocetos digitales se obtienen otras ideas en el manejo de elementos utilizados en todas las piezas. Se realizan pruebas con opacidades y posiciones entre las líneas y el rosario.

Carpeta o folder

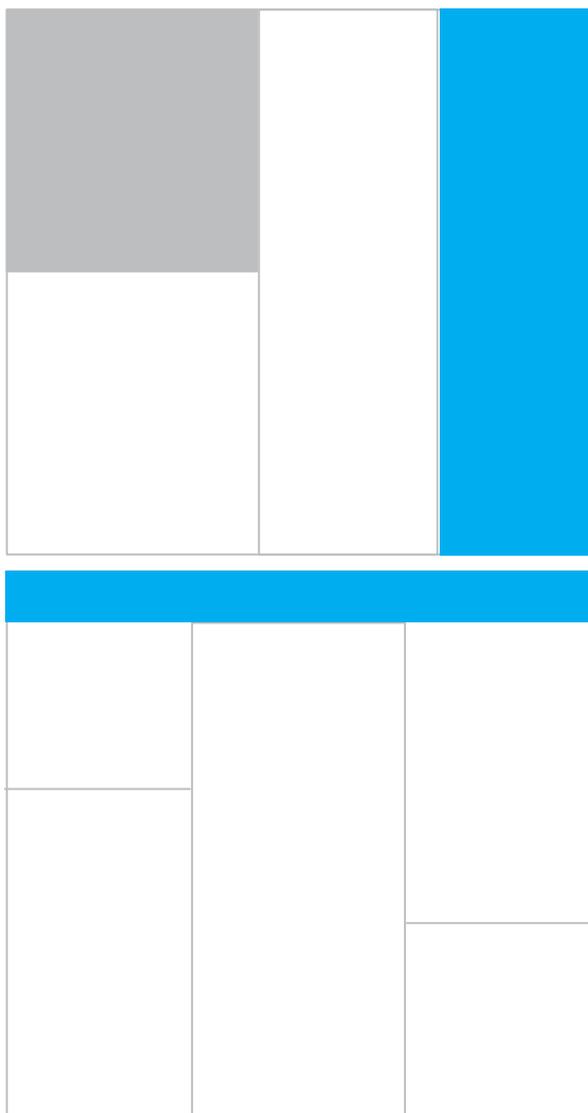


Según los resultados en las pruebas realizadas, se obtiene y se marca con asterisco el mejor boceto en el diseño de las carpetas, ya que es el que mejor se enlaza con la línea de diseño que se ha venido trabajando.

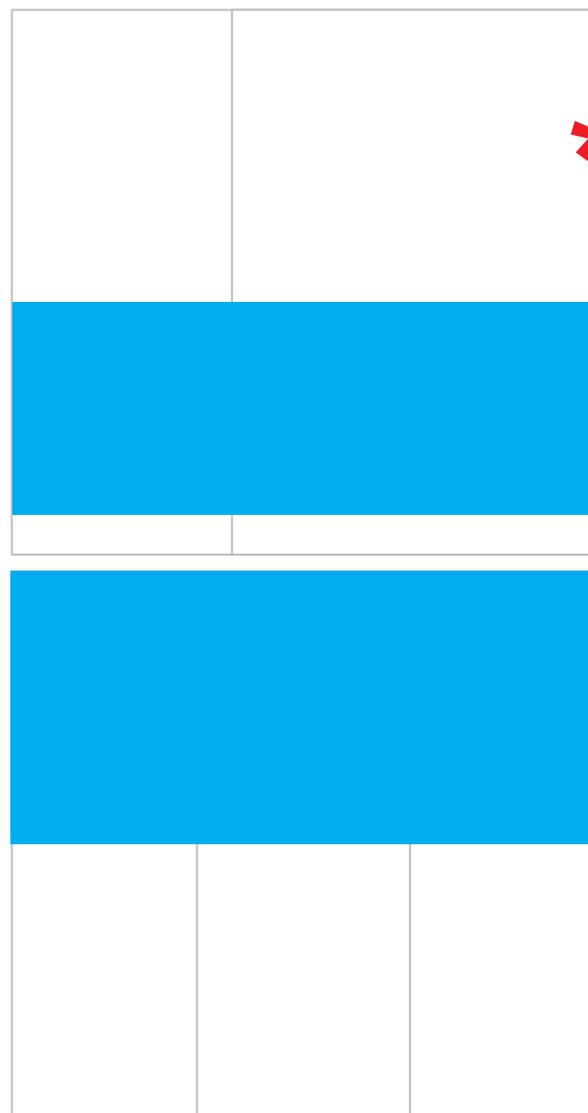


Manual de Identidad

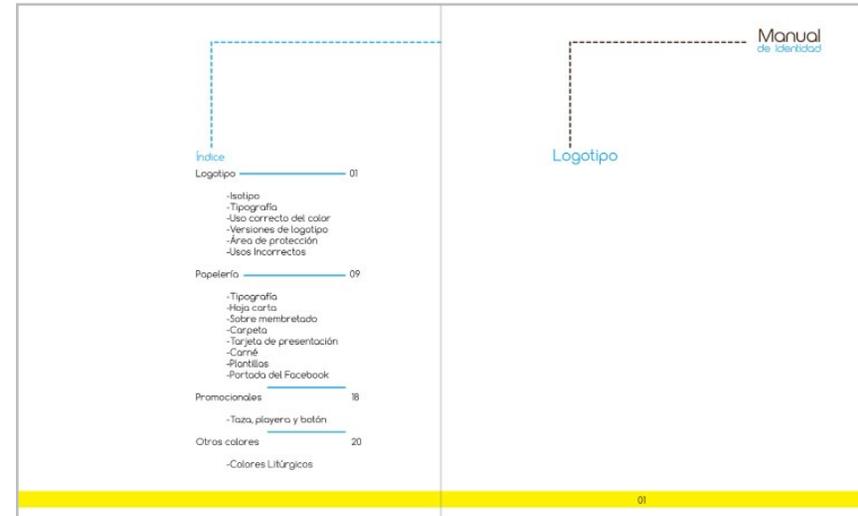
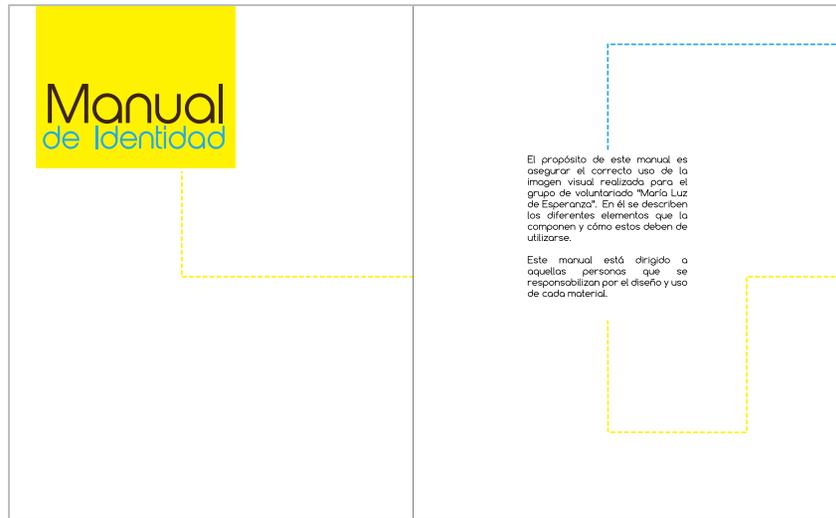
Se diseñó el manual con colores y elementos gráficos que puedan ir de la mano con la línea de diseño de las demás piezas.



Para el manual se elige el layout marcado con asterisco, para crear el diseño de todas las hojas interiores, se selecciona por la simpleza que este puede manejar en el momento de colocar la información.



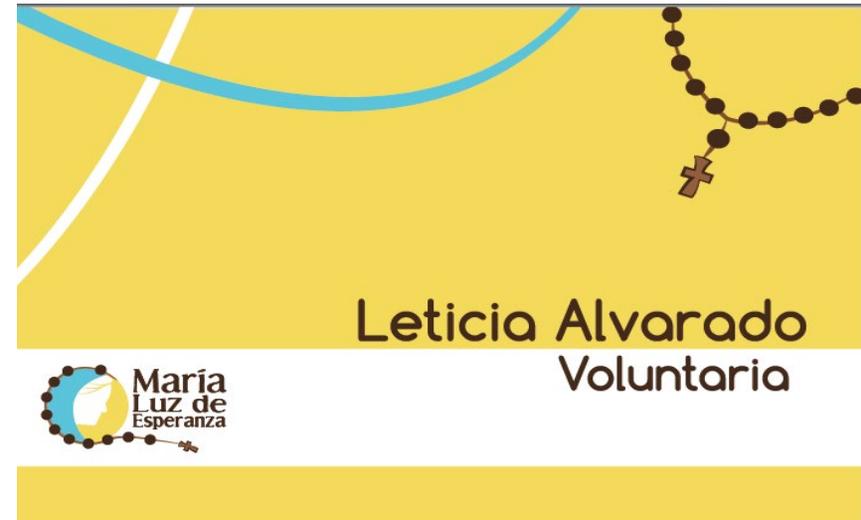
A continuación se muestran algunas hojas con el diseño del manual, con líneas simples que señalan y guían a la información, utilizando siempre los colores representativos de la institución para que el cliente se familiarice con estos.



Carné

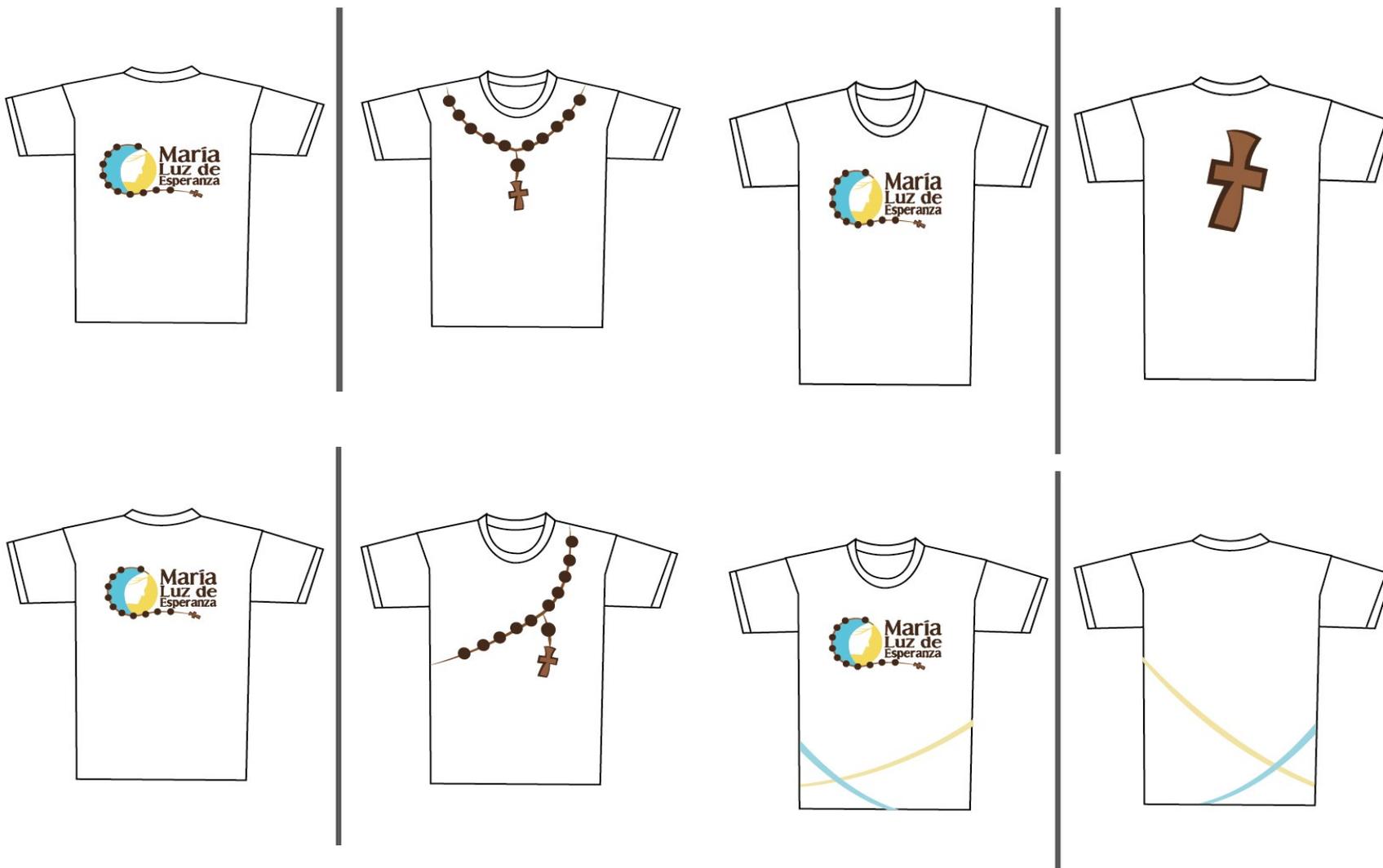
Se realizan 3 bocetos digitales simples siguiendo la misma línea de la portada del Facebook.

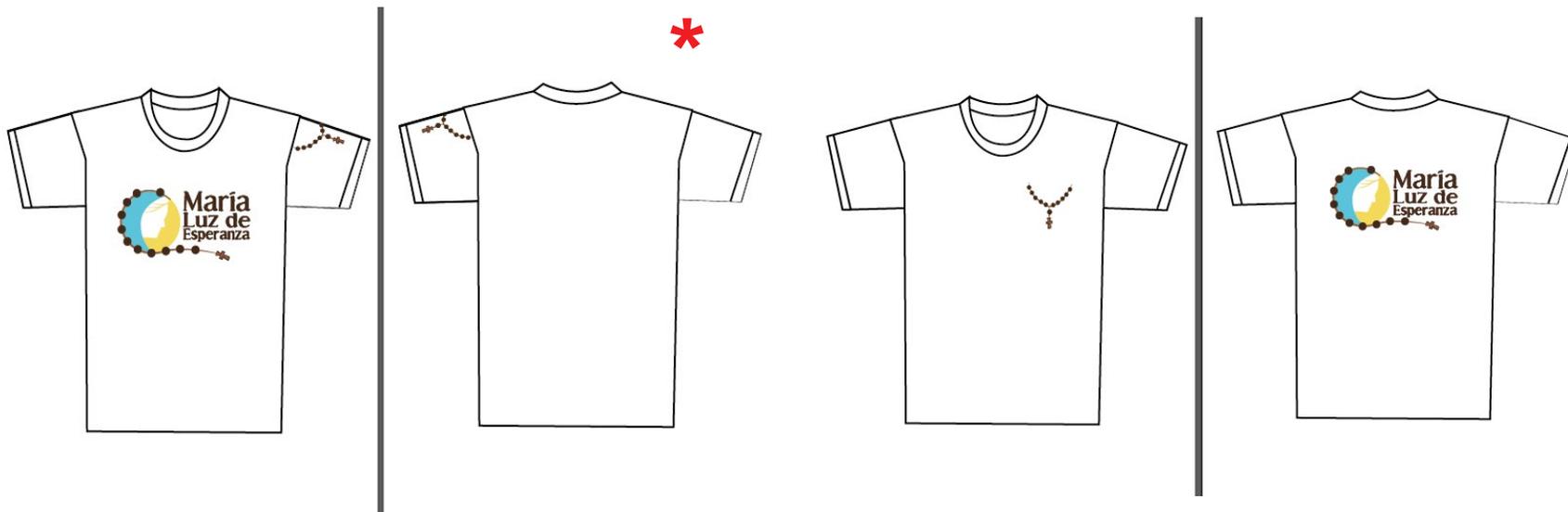
Se elige la opción marcada con asterisco ya que el logo se percibe más y no se pierde con el fondo, además, es la opción que muestra más el nombre y cargo de la persona que portará el carné, y tiene más enlace con la línea de diseño.



Playera

Se proponen diferentes posiciones en partes de la playera en las que se podría colocar el logotipo y un elemento con el color representativo religioso.





Se elige con un asterisco la playera con el logo en frente y un rosario en la manga, porque es sencillo, principalmente porque el logo es más visible en esa parte de la playera, ya que si se aplica en la parte de atrás, las personas al cubrirse del frío podrían tapar el logotipo o las mujeres que tienen el cabello largo podrían obstruir su visibilidad. El rosario en la manga se coloca para que la playera no se vea tan simple y se elige este símbolo porque representa la oración.

Botón

Se realizaron bocetos para el botón de los cuales se elije una de las opciones.

a.



c.



b.



d.



Para esta pieza se elige la opción "d", en donde solamente se incorpora el logo ya que si se le agrega más elementos puede verse muy saturado y en las otras opciones no se apreciaba mejor el logotipo.



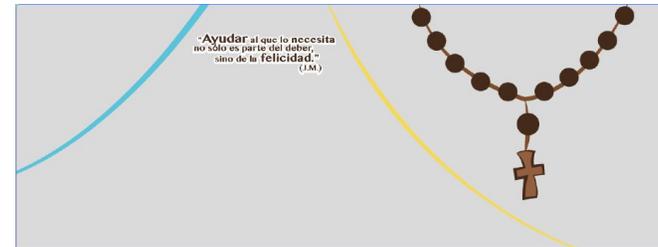
Portada para Facebook

Como ya existe una línea de diseño ya establecida, se decide tomar como referencia para la elaboración de la portada, el diseño de la carpeta que se eligió.

a.



b.



c.



d.



e.

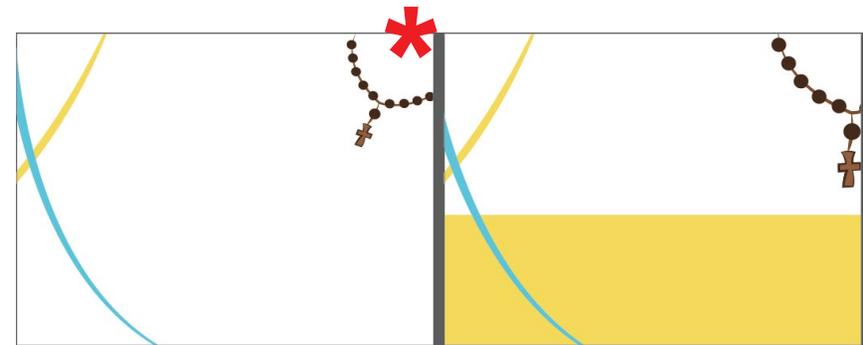
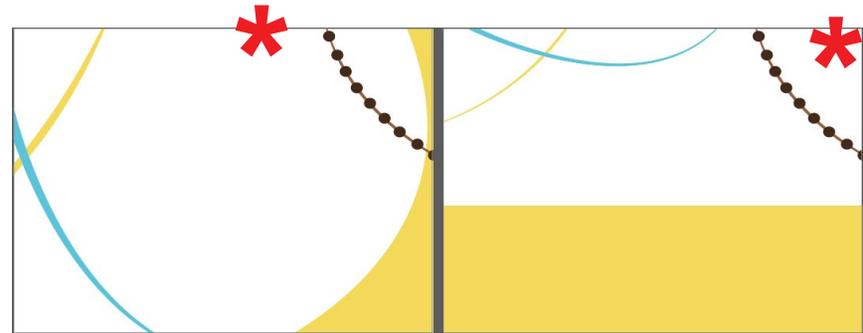


Se llegó a la conclusión que las propuestas anteriores llevaban mucho peso visual del lado derecho por lo que se hace unos cambios para que haya equilibrio en la pieza de la opción "d" seleccionada con un asterisco.



Plantillas para Power Point y/o Facebook

Se bocetan digitalmente 4 plantillas tomando como referencia la portada del Facebook, el afiche y la papelería para unificarlo con esta pieza. Se eligen únicamente las marcadas con el asterisco ya que estos tienen mayor espacio para agregar información. Se seleccionan 3 para poder tener opciones de cambiar plantillas en diferentes presentaciones que se deseen realizar.



ETAPA 2

OTRAS PIEZAS

En esta etapa se definen tanto el tamaño del formato, colores y tipografía a utilizar en ellas, así como también su diseño.

FORMATO

Afiches

Tamaño 17" de ancho x 11" de alto

Tamaño estándar para un afiche, con orientación horizontal

Anuncio [Guía Litúrgica]

4" de ancho x 2.5" de alto.

Dependerá de los tamaños de espacios disponibles que se provea en la Guía Litúrgica.

Separador

Tamaño 2" x 7"

Se establece un formato rectangular de forma vertical que facilite la manejabilidad. Se considera emplear un troquel simple, sencillo y original.

Pocillo

Tamaño del logo 3" x 2" aproximado

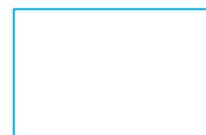
Tamaño del rosario 5.5cm x 6cm

También dependerá del tamaño de tazas o pocillos que el proveedor maneje.



Afiches

Tamaño: 17" x 11"



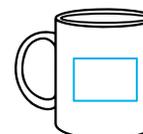
Anuncio

Tamaño 4" x 2.5"



Separador

Tamaño 2" x 7"



Logo en taza

3" x 1.5"

TIPOGRAFÍA

2.1 Titulares

Se buscó un tipo de letra sans serif en los titulares, que según la tabla de visualización debe expresar principalmente sobriedad.

Para poder elegir un tipo de letra que sea sobria, debe ser no tan adornada pero se busca también que pueda resaltar entre otro tipo de información. Puede tener combinaciones de líneas rectas y curvas.

Se eligen varias fuentes tipográficas de las que se prueban escribiendo el abecedario, números y signos para compararlas.

Se escogió la tipografía "Gurmukhi MN" que se marca con el asterisco, porque tiene trazos que transmiten movimiento, como titular puede funcionar muy bien, también transmite sobriedad y lo más importante es legible.

Las demás fuentes no se eligieron porque en algunas les faltaba la tilde al escribir una palabra que la llevara, otro problema fue que en otros tipos de letra, al formar palabras u oraciones, estas se juntaban mucho y era difícil la legibilidad, en otras solamente existían letras en mayúsculas.

A comparación de la que se escogió, es una tipografía que puede ser tomada como para personas jóvenes de entre 15 a 30.

<p>CoolveticaRg-Regular Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnpqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789?¿!@#%&/'/&%\$</p>
<p>Silom Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnpqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789</p>
<p>PassionSansPDAQ-Black Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnpqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789?¿!@#%&/'/&%\$</p>
<p>* Gurmukhi MN Voluntariado-VOLUNTARIADO abcdefghijklmnpqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789?¿!@#%&/'/&%\$</p>
<p>Boris Black Bloxx Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnpqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 0123456789 !\$%&/'/?¿!@#%&/'/&%\$</p>
<p>Basic Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnpqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ 0123456789 !\$%&/'/?¿!@#%&/'/&%\$</p>
<p>SANS SARA voluntariado - voluntariado abcdefghijklmnpqrstuvwxyz abcdefghijklmnpqrstuvwxyz 0123456789 !\$%&/'/?¿!@#%&/'/&%\$</p>

2.2 Párrafos de texto

Para los párrafos de texto se eligió buscar una tipografía sans serif que exprese seriedad. Para esto se comparan varios tipos de letra que también cumplan con ser redondas, que funcione como una tipografía juvenil para el grupo objetivo y principalmente legible al aplicarlas en párrafos.

Entre las opciones que se presentaron, se analizó cada una de ellas en las que en su mayoría la legibilidad era uno de los problemas a la hora de introducirlas en los textos, por lo tanto se descartaron.

Se elige la fuente tipográfica "Comfortaa" marcada con asterisco, ya que tiene trazos delgados y redondos, los cuales la hacen sencilla, por lo tanto legible dentro de un cuerpo de texto, tanto en minúsculas como mayúsculas, sin perder seriedad dentro de una pieza, que es lo que se quiere representar.

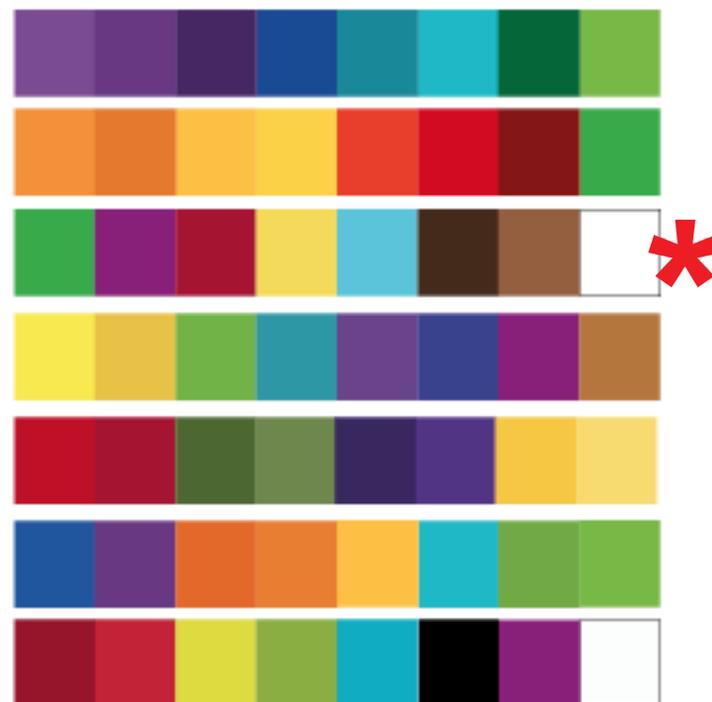
eighth one Voluntariado - Voluntariado abcdefghijklmnopqrstuvwxyz abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789?@#%&'& \$
ClementePDaa-Hairline Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789?@#%&'& \$
DiaganO Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789?@#%&'& \$
Hasteristico Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789?@#%&'& \$
Denigan Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789 !\$%&'/?@#%&'& \$
* Comfortaa Voluntariado - VOLUNTARIADO abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456789 !\$%&'/?@#%&'& \$

EL COLOR

Para este proceso se desarrollaron pruebas de combinaciones de colores. De los que se descartó la mayoría de colores, porque estos no funcionan como colores litúrgicos, entonces, se eligieron tonos que fueran alusivos a los tiempos litúrgicos de la iglesia católica.

Además de ser colores litúrgicos también pueden ser colores con los que los jóvenes puedan identificarse por ser colores que llaman su atención.

Entre los que más se le acerca a este tipo de colores fue la opción marcada con un asterisco, ya que esta gama tiene los 4 los colores utilizados en el logotipo que puede utilizarse para no perder unidad entre las piezas.



Afiches

En los afiches que se presentan se toma como prioridad la fotografía, porque a través de ella se puede expresar y transmitir diferentes emociones al grupo objetivo.

A continuación las fotografías tomadas:

Antes



Después



Se opta por darle un tono Sepia a las fotografías para combinar el diseño, para mostrar la humildad del voluntariado al querer ayudar a las personas necesitadas de afecto, y porque el color café significa también la humildad, como la sotana que utilizan los frailes.

Se eligen 2 fotos para utilizarlas en los afiches, por lo tanto se descarta la última opción presentada anteriormente entre las fotografías, ya que el niño parece estar inhalando alguna sustancia.

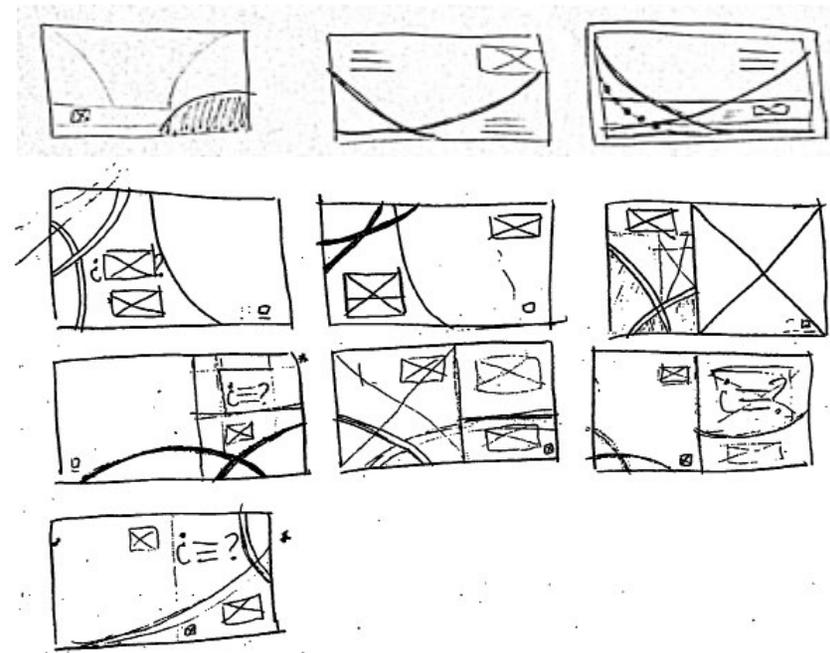
Fotografía 1



Fotografía 2



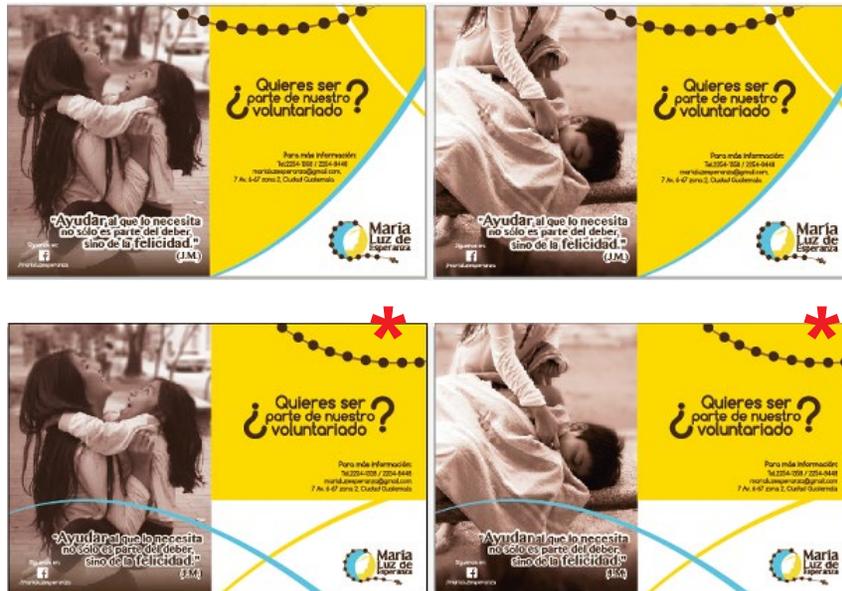
Se realizan algunos bocetos a mano que servirán de base para crear los afiches, siguiendo la línea de diseño según colores, formas, posiciones de piezas anteriores.



En base a las fotos y línea de diseño, se realizan propuestas para el afiche, las cuales se presenta a continuación.



Se escogen las propuestas que se marcan con asterisco, ya que en estas se observa mejor composición, existe mayor integración y distribución entre los elementos, además, es en la que se percibe más unidad entre las demás piezas realizadas.

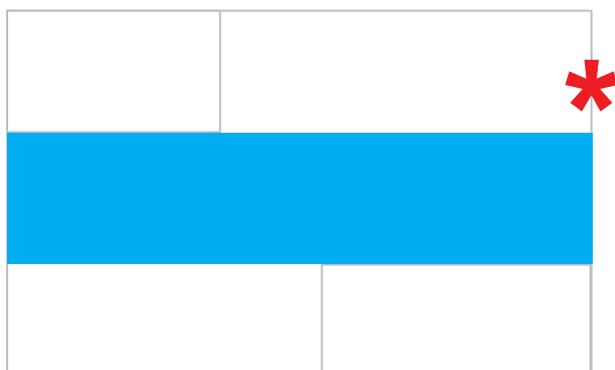
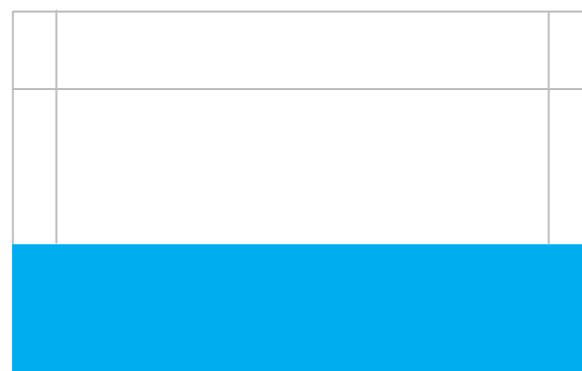
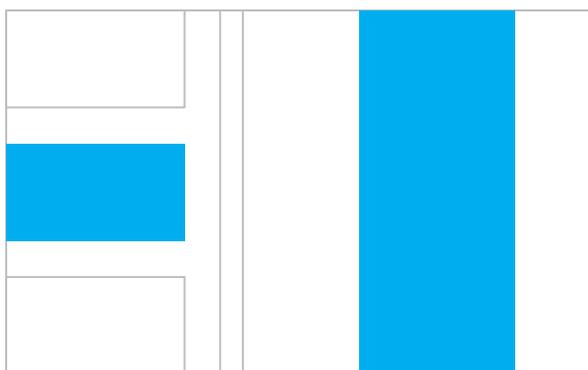


Se elige la última propuesta marcada con asterisco, al que se le realiza el cambio en la posición del rosario ya que colocándolo de esta manera se percibe un mejor balance en la composición.



Anuncio [Guía Litúrgica]

Se como toma referencia algunos elementos utilizados en el afiche para realizar el boceto para la Guía Litúrgica con la misma información contenida, con la diferencia de los colores, ya que estos varían según la festividad o tiempo ordinario de la iglesia católica así como para los separadores. A continuación se elaboran opciones de layout el cual se elige el marcado con el asterisco rojo.



Según el layout seleccionado anteriormente se realiza la propuesta en que se crean 3 para el tiempo litúrgico y uno a colores para que puedan tener entre sus archivos esta opción ya que podría llegar a servir más adelante.



María Luz de Esperanza

¿? **Quieres ser parte de nuestro voluntariado**

Síguenos en:  /marialuzesperanza

Para más información:
Tel.2254-1358 / 2254-8448
marialuzesperanza@gmail.com
7 Av. 6-67 zona 2, Ciudad Guatemala



María Luz de Esperanza

¿? **Quieres ser parte de nuestro voluntariado**

Síguenos en:  /marialuzesperanza

Para más información:
Tel.2254-1358 / 2254-8448
marialuzesperanza@gmail.com
7 Av. 6-67 zona 2, Ciudad Guatemala



María Luz de Esperanza

¿? **Quieres ser parte de nuestro voluntariado**

Síguenos en:  /marialuzesperanza

Para más información:
Tel.2254-1358 / 2254-8448
marialuzesperanza@gmail.com
7 Av. 6-67 zona 2, Ciudad Guatemala



María Luz de Esperanza

¿? **Quieres ser parte de nuestro voluntariado**

Síguenos en:  /marialuzesperanza

Para más información:
Tel.2254-1358 / 2254-8448
marialuzesperanza@gmail.com
7 Av. 6-67 zona 2, Ciudad Guatemala

Separadores

Para los separadores se prueba utilizar más colores para no caer tanto en la monotonía y para representar los colores litúrgicos se les agregará a estas piezas sin perder la línea de diseño.



Se presentaron 5 opciones y se eligen la opción de los separadores marcados con el asterisco, porque esta puede enlazarse más con la línea de diseño trabajada en las demás piezas por los elementos gráficos utilizados, estos no se trabajan en su color original ya que por el fondo de los separadores puede crear saturación y ruido en el diseño, por lo que se opta realizarlo en blanco con transparencia. Se utiliza color blanco en la tipografía porque resalta entre los colores, solamente se hace el cambio de blanco a café en el separador amarillo ya que se pierde el texto.



Se utiliza el troquel con esquinas redondeadas para evitar que estas se doblen mientras que con esquinas rectas pueden doblarse más fácilmente. A estos separadores se le agregará un rosario en la parte del agujero para variar en el diseño y presentar algo más innovador.

Pocillos

Al igual que en las playeras se llevan a cabo algunas propuestas para unificar el diseño con estas.

a.



b.



Por eso se elige la opción "b" que se marca con asterisco, por tener más significado el rosario que las líneas.

Propuesta Preliminar

A continuación se muestran las propuestas de cada pieza, con los colores elegidos, fotografías y formas que se manejarán para el grupo de voluntariado "María Luz de Esperanza".

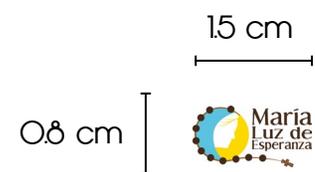
Logotipo a color



Logotipo

blanco y negro

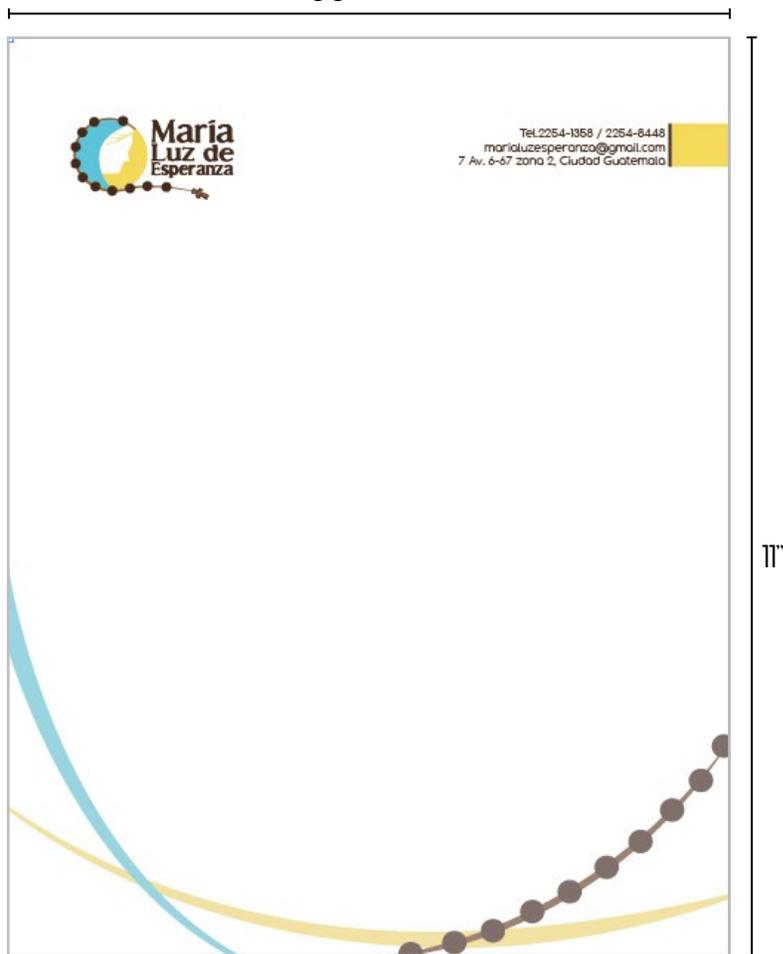
Mínimo de reducción



Papelería

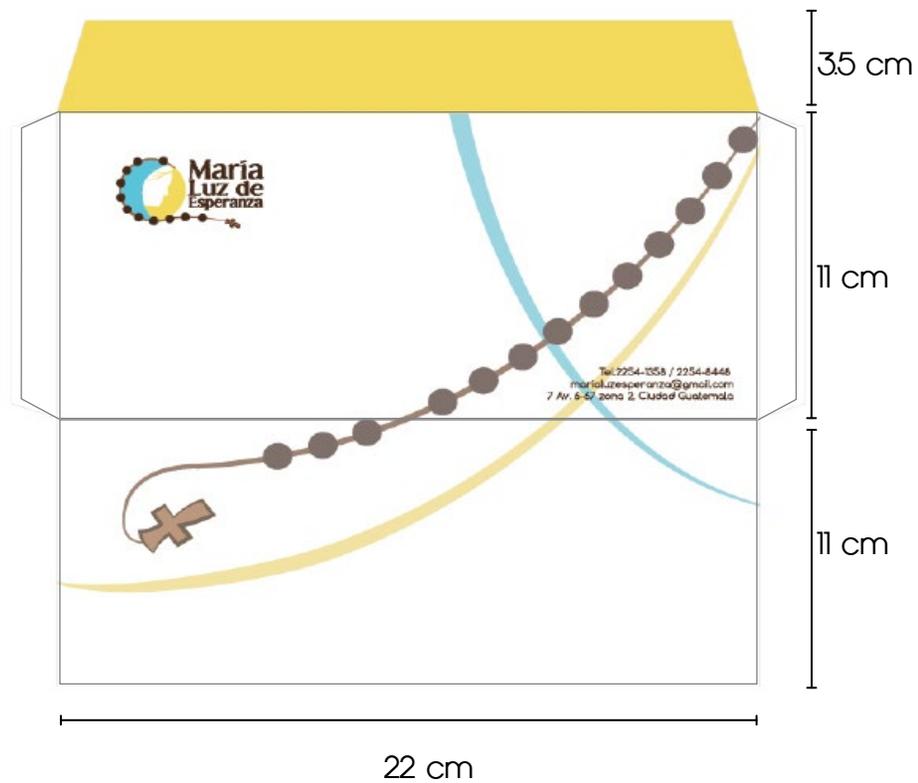
Hoja membretada

Papel bond 80 gms 85"



Sobre

Papel bond 80 gms



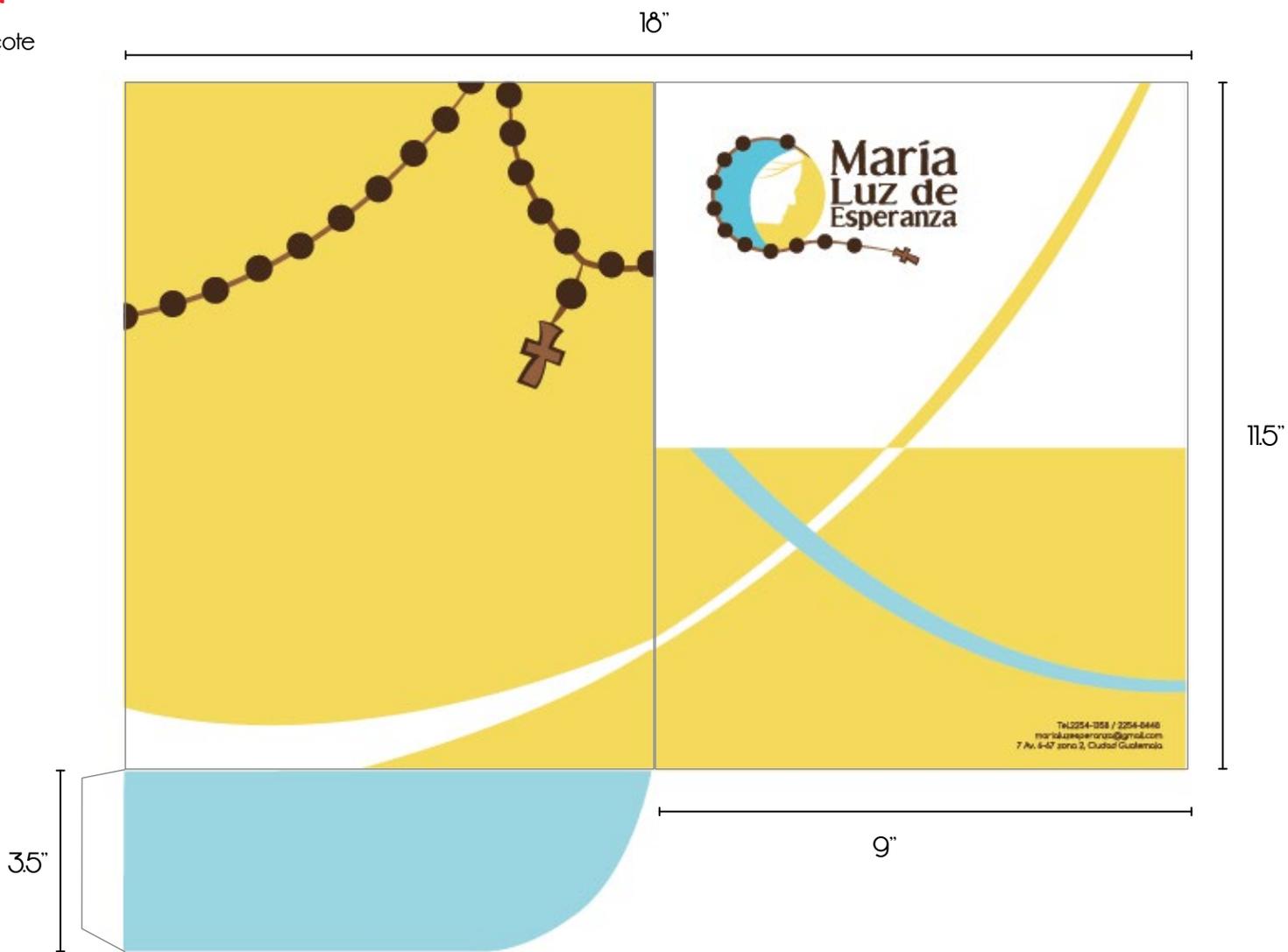
Tarjeta de presentación

Papel lino



Carpeta

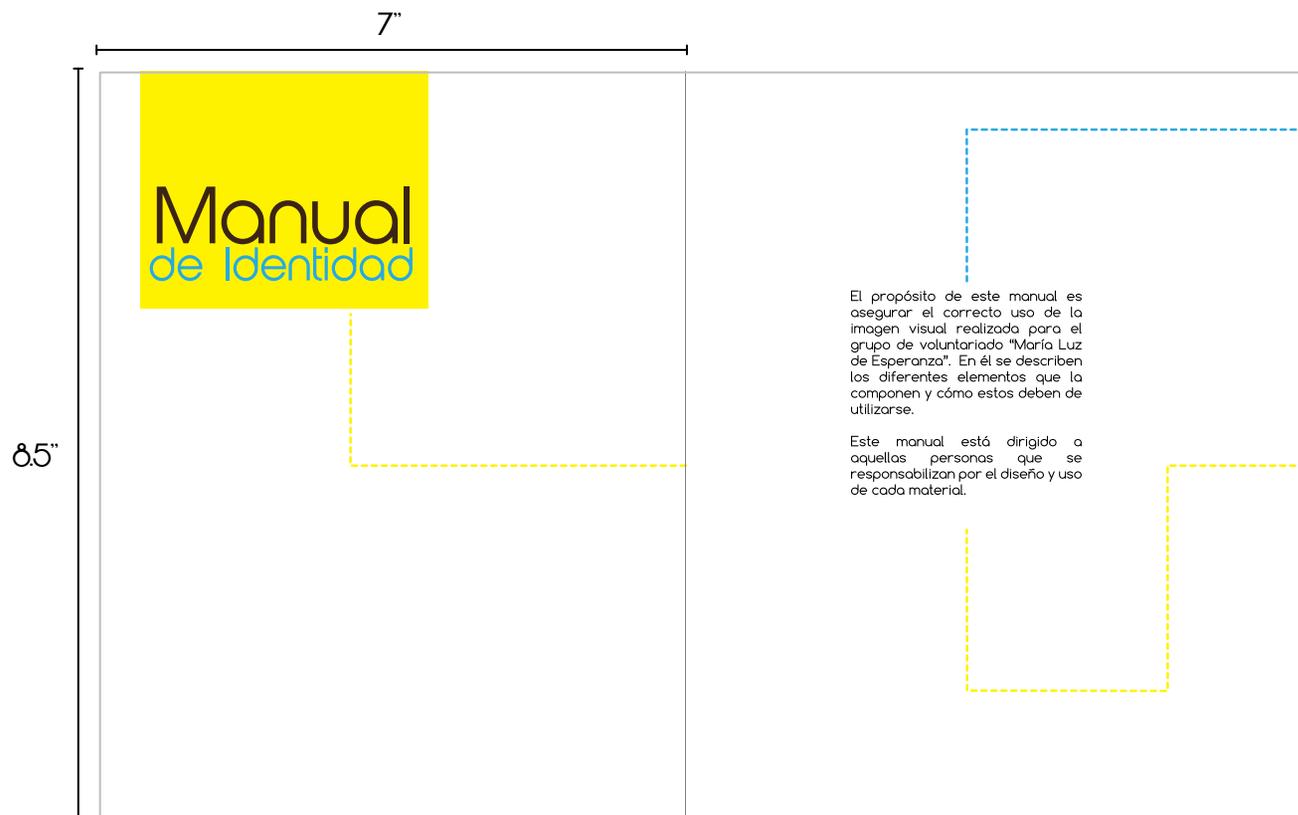
Papel textote



Manual de Identidad

Papel bond 80 gms

Espiral con pasta



Carné

Papel textocote



Playera

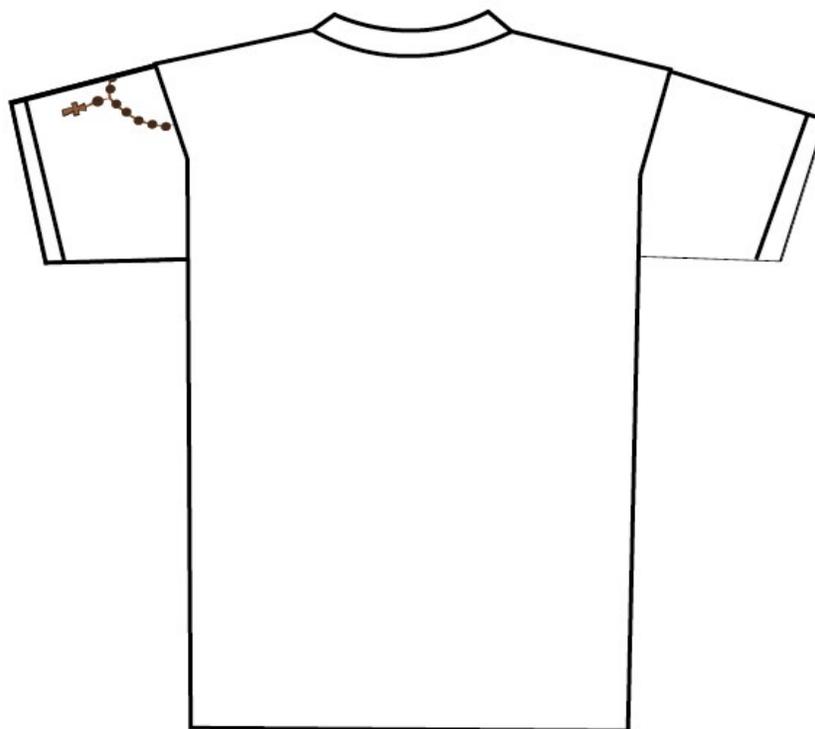
frente

Playera 100% algodón
tallas XS, S, M, L



Playera

atrás



Botón

botón metálico con gancho



2.25"

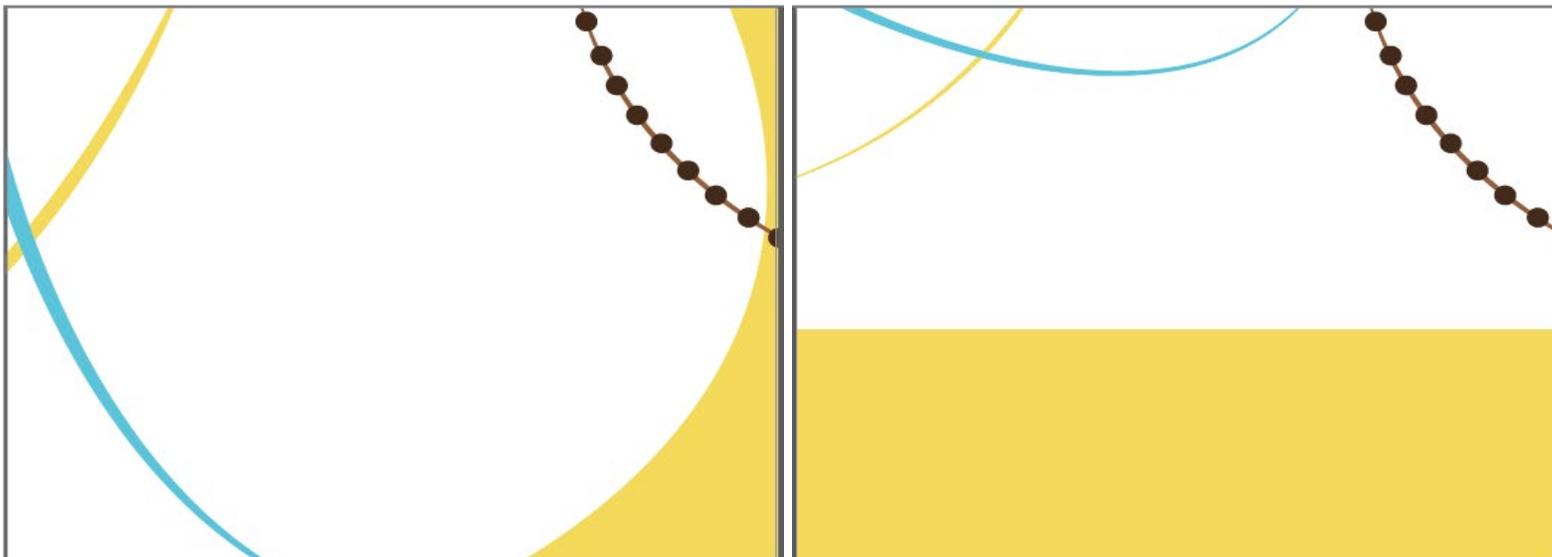
Portada para Facebook

para la web

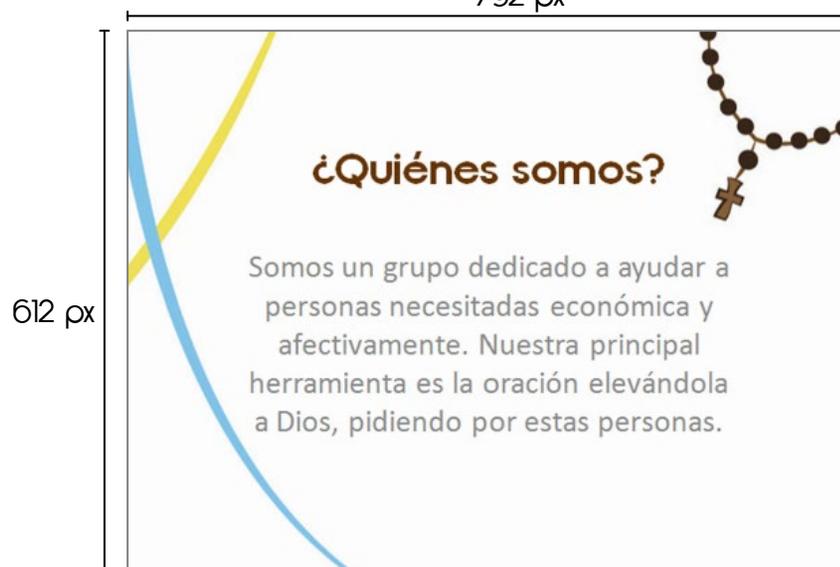


Plantillas para Power Point y/o Facebook

soporte digital



792 px



Afiches

Papel textote



Anuncio (Guía Litúrgica)

Papel periódico



Separadores

Estos separadores llevarán en el agujero de arriba un rosario que los integrantes del grupo de voluntariado realizaron con lana como manualidad que sirvió para recaudar fondos por lo que se decide utilizar como cordón de estas piezas, pero se utilizarán únicamente para los amarillos y celestes para iniciar su venta. Luego se utilizará solamente lana en color café para todos los demás colores.

Papel textote

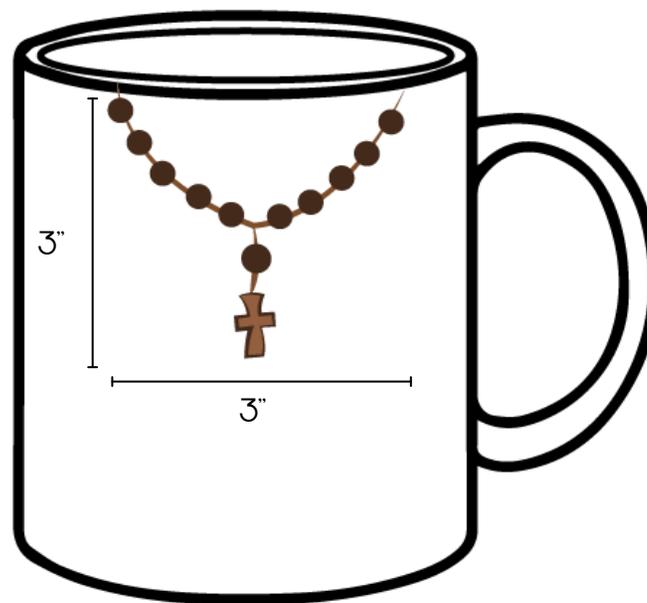


Pocillo
frente

Taza cerámica blanca



Pocillo
atrás



VALIDACIÓN

Se desarrollan validaciones para las propuestas preliminares del logotipo, piezas informativas y promocionales que ayudarán a saber si el diseño que se realizó se interpreta de acuerdo al concepto y a la tabla de visualización, además evaluará la funcionalidad de los materiales.

Para estas validaciones se realizaron 3 instrumentos diferentes [ver anexo 2]:

- Grupo Objetivo
- Expertos en el Tema
- Diseñadores Gráficos

Se evaluará a 4 del Grupo Objetivo, 4 expertos en el tema y 4 para expertos en Diseño Gráfico.

Grupo Objetivo

Para evaluar los elementos de diseño, se le preguntó al grupo objetivo sobre lo que les refleja el color en las piezas que se les presentó y el 50% opina que la paleta de colores transmite religiosidad. Mientras que el otro 50% opina que expresan humildad. En el color de fondo de los separadores la mayoría opina que expresa alegría [75%] y el resto solemnidad [25%].

Se evalúa la imagen y símbolo que se utiliza en el logotipo y en las piezas por lo que el 75% del grupo objetivo contesta que pueden percibir a la Virgen María y el Rosario y el 25% a una monja y el Rosario.

En cuanto al tipo de letra en el logotipo y en la que se utiliza en la parte de información de contacto de todo el material, el 100% percibe sobriedad.

El 75% de ellos opina que las figuras y formas utilizadas en las piezas crean movimiento y el 25% armonía.

El formato de los materiales le expresa sencillez al 100% del grupo objetivo. En las fotografías que se utilizan en los afiches, opinan que

les transmite solidaridad [75%] y otro grupo cree que expresa ayuda al prójimo [25%].

Sobre los elementos observados en las piezas opinan que crean unidad en el diseño [100%], y expresan que las piezas promocionales ayudan a identificar al grupo y llaman la atención.

Expertos en el Tema

Para los expertos en el tema se desarrollaron preguntas según su experiencia y conocimiento en cuanto a religión y grupos de este tipo, por lo que al preguntarles sobre el logotipo el 100% opinó que el diseño realizado representa símbolos muy utilizados en la iglesia católica, así como también opina que este puede utilizarse para identificar a un grupo religioso.

Con respecto a los colores que se utilizan en todas las piezas, expresan [75%] que se asocian a la simbología religiosa ya que son comunes y significativos dentro de la religión y celebraciones litúrgicas. Mientras que el 25% cree que se relaciona perfectamente con la pureza de la Virgen María.

Comentan que el tipo de letra que se utiliza en la información de contacto en los diferentes materiales son legibles, pero para el 25% cree que la letra en la información de contacto es muy pequeña.

El 100% opina que el formato de las piezas es sencillo y práctico, también que el color de fondo utilizado en los separadores se asocian a la simbología religiosa y que el material promocional refleja religión por las figuras y elementos utilizados.

Se les preguntó lo que les expresaban las fotografías que podían observar en los afiches y el 75% dijo que ayudaban a expresar solidaridad, mientras que el 25% dijo que podían ayudar a saber de lo que trataba el grupo.

Diseñadores Gráficos

Para los expertos en Diseño Gráfico se les preguntó en cuanto al nivel de abstracción de los elementos utilizados en el logotipo y el 100% respondió que refleja la religión católica, y que la tipografía empleada transmite sobriedad.

En la diagramación de todas las piezas el 50% cree que ayuda al orden de los elementos, un 25% dice que provoca simetría y el otro 25% que ayuda al dinamismo.

En cuanto a la paleta de colores que se utilizan en los diferentes materiales, el 50% cree que ayudan a asociarlo con la simbología religiosa y el otro 50% pueden identificar al grupo objetivo.

El 75% opina que los elementos gráficos que se utilizan en las piezas crean composición pero que también puede crear dinamismo por el movimiento que expresan las líneas, y el 25% cree que crea unidad.

Consideran que la tipografía que se utiliza en la información de contacto de todas las piezas es legible y sencilla.

Ellos opinan que el material promocional puede ayudar a dar a conocer al grupo y el otro 50% que solo puede llamar la atención pero que por lo mismo puede también dar a conocerlos.

Según el criterio de los diseñadores, el 75% observa que las piezas pueden cumplir su función, mientras que el 25% cree que logra identificar al grupo.

En las observaciones comentan que es importante tomar en cuenta en las plantillas dejar un espacio prudente para no obstruir en la información que el grupo pueda colocar sin ningún problema.

En el pocillo, creen que se debe considerar si se deja el rosario del otro lado del pocillo o no, por cuestión del uso y de costos. Considerar también si solamente se hará la playera en color blanco o también se utilizarán los colores de los separadores y cómo se podría ver.

Para los anuncios en el guía litúrgica consideran importante un tamaño más grande para que se logre la visibilidad de la información de contacto, el Facebook y principalmente que se logre ver el logotipo, y no cortar el signo de interrogación que se observa sobre la franja de color.

En base a los resultados obtenidos en todas las validaciones se decide realizar cambios en la taza para reducir costos. En el anuncio para la Guía Litúrgica solamente se cambiará el diseño para ayudar a destacar el logo de la información, y en las plantillas se aumentará el espacio para colocar más información y reducir el tamaño en los elementos gráficos utilizados, de manera que no cambie tanto el diseño.

Se realizaron modificaciones según comentarios de los diseñadores expertos para mejorar la función de las piezas y cambios sugeridos en piezas específicas, como en la papelería en el que se debe agregar el nombre de la parroquia de Nuestra Señora de la Asunción, disminución del tamaño de las cuentas del rosario en el logotipo. En el afiche recomiendan colocar otra frase alusiva a la fotografía del niño a quien se está cobijando para diferenciar del otro, en la playera y el botón agregar la frase "soy voluntario" para lograr integrar la identificación y sentido de pertenencia al voluntariado.

Cambios realizados

Cambio 1 [Logotipo]

Se reducen las cuentas de los "Aves Marías" ya que es común en un rosario que estas sean más pequeñas que la cuenta del "Padre Nuestro". También se aumenta el grosor de las líneas del cabello de la Virgen María para que se perciba mejor.

Antes



Ahora



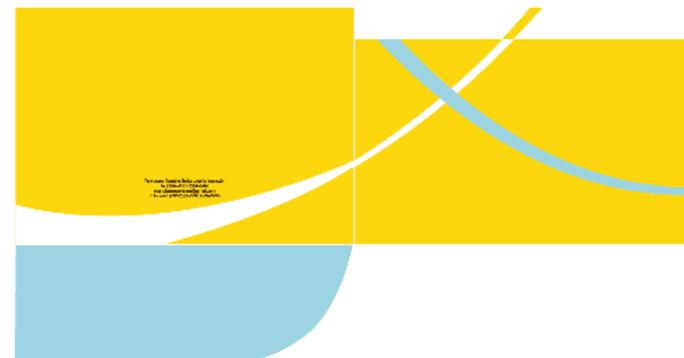
Cambio 2 [Papelería]

En toda la papelería se le agrega el nombre de la parroquia donde el grupo se ubica, pero la pieza que sufre mayor cambio es la carpeta, ya que se cambia la ubicación de los datos generales del grupo a la parte de atrás.

Antes



Ahora



Cambio 3

[Carné]

Se aumente el tamaño del rectángulo blanco para lograr que el logo crezca de tamaño y sea más perceptible, ya que este contribuirá con la imagen visual del grupo de voluntariado.

Antes



Ahora

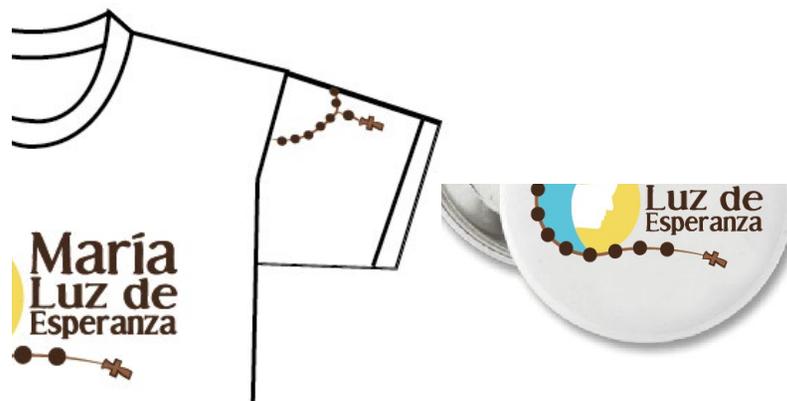


Cambio 4

[Playera y Botón]

En estas piezas se le agrega la frase "Soy voluntario", para que se siente pertenecido y las personas que se encuentren cerca logren visualizar que son voluntarios del grupo.

Antes



Ahora



Cambio 5

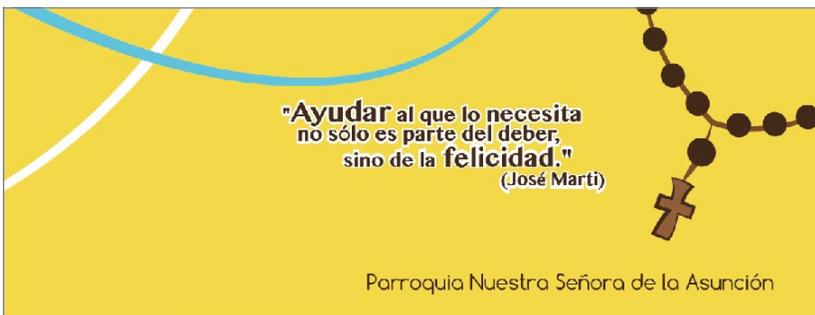
[Portada para Facebook]

Para que el grupo objetivo o personas que deseen ayudar económicamente puedan saber fácilmente en dónde se ubican en el momento de visitar la fanpage, se consideró agregar en la portada el nombre de la parroquia, sin obstruir su diseño.

Antes



Ahora

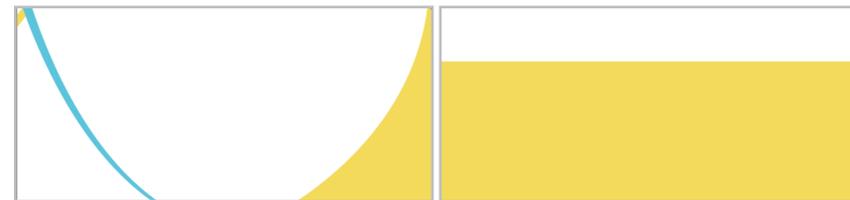


Cambio 6

[Plantillas para Power point y/o Facebook]

Se reduce el tamaño de los elementos para aumentar el área de contenido, para no obstruir la información que en estas plantillas se pueda colocar.

Antes



Ahora



Cambio 7

[Afiche]

Para los afiches se concretó que las dos propuestas debían ser diferentes por lo que se considera cambiar el mensaje de uno de los afiches, así mismo una frase que pueda ir acorde a la imagen. Se le aumentó de tamaño al logotipo para lograr detectarlo más fácilmente.

Antes



Ahora



Cambio 8

[Anuncios Guía Litúrgica]

Se modifica el diseño para dividir la información y lograr otro impacto en el logotipo haciéndolo más grande y eliminando objetos que puedan crear peso visual y creando transparencias. Se cambia la posición de los signos de interrogación porque no se entiende que es una pregunta y además no unifica el diseño como en las piezas en donde se utilizan los signos de manera diferente.

Antes



Ahora



Cambio 9

[Separadores]

Como parte del kit, se considera agregarle el nombre de la parroquia y también reforzarlos con los mismos mensajes como los de los afiches: ¿Quieres ser parte del voluntariado? y ¡Necesitamos tu ayuda!.

Antes



Ahora



Cambio 10

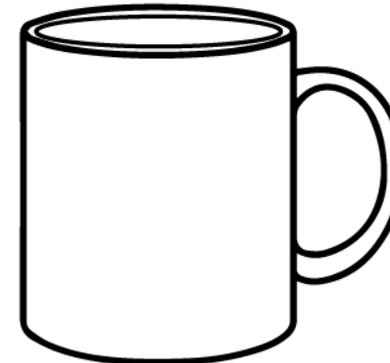
[pocillo / atrás]

Se elimina el detalle del rosario para no aumentar costos en su reproducción y porque se considera que será poco visible al utilizarlo.

Antes



Ahora





GESTIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE DISEÑO

El diseño final se ha creado en base al concepto "Luz protectora en movimiento" que se ha extraído para lograr graficar y comunicar mejor el mensaje que el grupo de voluntariado "María Luz de Esperanza" desea transmitir para que como institución pueda ser reconocida como un grupo católico que ayuda a personas económica y emocionalmente, que se dedica al bien de los demás brindando también oración a todo el que lo necesita.

Este grupo no es reconocido por los jóvenes católicos de la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción y tampoco por Parroquias aledañas al templo en el que ha nacido esta propuesta de voluntariado, por lo que se genera identidad gráfica y material promocional para ayudar a que a través de ello este grupo pueda identificarse, distinguirse y promover su existencia.

Se proponen finalmente las piezas realizadas para el grupo María Luz de Esperanza, fundamentando cada uno de los elementos utilizados dentro de la composición, así como el fin que la pieza tendrá para cumplir los objetivos propuestos.

El concepto que anteriormente se menciona se refleja mediante las formas, trazos, símbolos representativos del catolicismo que ayudarán y se transmitirán en el diseño de las piezas, plasmando en cada una el sentimiento de protección, humildad y sencillez principalmente, en el que a través de estos elementos gráficos pueda llegarse a las personas, identificándose y así brindar su apoyo al grupo.

PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

Elementos de diseño

Formato

Los formatos que se manejaron fueron los que se utilizan comunmente para la manipulación fácil de las piezas para las personas, y evitar costos elevados. Por lo que se utilizan troqueles estándar de la imprenta.



Hoja membretada
Tamaño carta 8.5" x 11"



Tarjeta de presentación
Tamaño 9cm x 5cm



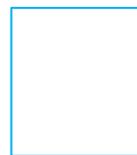
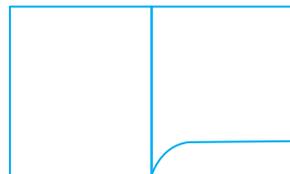
Sobre
Tamaño oficina 22cm x 11cm

Carpeta

Tamaño cerrado 9" x 11.5"



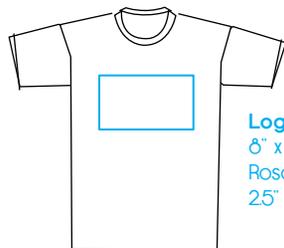
Tamaño abierto 18" x 11.5"



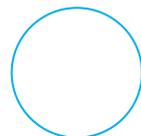
Manual de Identidad Gráfica
Tamaño 7" x 8.5"



Carné
Tamaño 8.5 c.m. x 6 c.m.



Logo en Playera
8" x 4"
Rosario en manga
2.5" x 2.75"



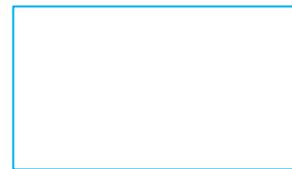
Botón
Tamaño 1" de diámetro



Portada para Facebook
Tamaño 851px x 315px



Plantilla para Power Point y/o Facebook
Tamaño 792 px x 612 px



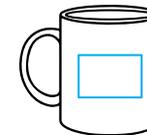
Afiches
Tamaño: 17" x 11"



Anuncio
Tamaño: 4" x 2.5"



Separador
Tamaño 2" x 7"



Logo en taza
3" x 1.5"

Soporte

Se manejan materiales conocidos como el texcote para la carpeta, los separadores, y los afiches, en la papelería el papel más común es el bond por lo que será utilizado.

Para las playeras se utilizan los que el proveedor pueda brindar así mismo para los pocillos, siempre y cuando estas sean en color blanco para que el logotipo se pueda percibir mejor.

Color

La gama de colores que se utilizaron en las piezas representan las festividades o solemnidades de la iglesia, según el Padre Luis Mejía el color celeste es representativo a la Virgen María por lo que se utiliza en el logo y algunas piezas. Así mismo los colores amarillo y blanco se utilizan por ser los colores de la bandera del Vaticano, el color café por su significado de humildad y representar el color de la madera de la cruz donde Jesús murió.

Los colores utilizados en los separadores y para los anuncios en la guía litúrgica, representan un color del tiempo litúrgico en la iglesia católica como se menciona en el sitio católico.org [s.f.], pues según el calendario litúrgico que esté viviendo la iglesia católica en ese momento será el color que se debe utilizar tanto en la guía como en los separadores.



Tipografía

Se eligen las tipografías "Gurmukhi MT" para las frases en el afiche y portada del Facebook, ya que esta es de trazos gruesos. Para las cajas de texto se elige "Comfortaa" que posee trazos delgados pero no se pierde tan fácilmente dentro de un formato, ambas son tipo sans serif, que siendo así son más cómodas para la vista por no tener tantos adornos, como afirma Carmen [2012].

Frase (afiches y portada de Facebook)

Gurmukhi MN

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

Texto de información

Comfortaa

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

La tipografía "Effloresce" que se utilizó para el logotipo transmite cierta personalidad que según Braham [1994] es importante tomarlo en cuenta, así mismo puede identificar por su forma y atributos mostrando la seriedad al grupo.

Logotipo

Effloresce

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

Fotografías

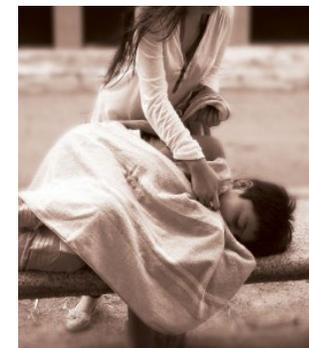
La fotografía apoya en los afiches para dar a conocer al público o grupo objetivo mostrando la ayuda a seres que necesitan pasar un día de felicidad y alegría con tan solo brindarles una cobija, abrazarlos o jugar con ellos si son niños. Refuerza la información que se puede encontrar dentro del afiche, transmitiendo a través de la imagen fotográfica el mensaje más rápida y directamente al público como menciona Swan [1992], y cumpliendo como material publicitario teniendo soporte visual, según Zyman [2002].

El concepto también se percibe en la fotografía por medio del voluntario representado en ella la actividad y la acción en donde se muestra que constantemente se encuentra ayudando a quienes lo necesitan.

Fotografía 1



Fotografía 2



Logotipo y papelería

Estas piezas tienen el fin de poder dar a conocer y representar al grupo para lograr verse más formalmente ante cualquier otra institución.

Se elabora un logotipo con el objetivo de distinguirse de otros grupos similares principalmente identificarse ante su grupo objetivo, según contenido del libro *¿Qué es el diseño gráfico?* [2002], para esto se toma en cuenta la simplicidad en el isotipo, que sea entendible, la originalidad es decir la creatividad, que sea reconocido y auténtico, y metáfora que comunique qué es y qué es lo que representa, en base a estas 3 funciones que menciona Olga Hernando [2007] se desarrolla el logotipo del grupo.

En el logotipo se toma a la Virgen como símbolo de humildad y pureza, y el rosario como signo de oración de unión con Dios a través de la Virgen María por medio de los 5 misterios que este tiene, pero solamente se toma una décima del misterio, un gloria y una cruz para representar el Santo Rosario, como comentan el Padre Luis Mejía y el teólogo César Coló.

Como anteriormente se menciona en los elementos de diseño, según charlas sobre liturgia y explicaciones del Padre Luis Mejía en sus homilias, así como también en el sitio web catolico.org [2013], los colores utilizados en el logotipo son parte de la liturgia y solemnidades que se realizan en la eucaristía, como las celebraciones marianas representadas con el manto celeste, el Corpus Christi, Cristo Rey y otras que utilizan el color amarillo y blanco, además como símbolo representativo de la bandera del Vaticano.

El color café en la tipografía representa para los frailes la humildad y sencillez como la vestidura que utilizan, también es un color comúnmente utilizado en el rosario. Se vincula con la madera de la cruz en donde Jesús murió.

Por medio de módulos se determina la medida "X" por medio de una cuadrícula para tener una mejor proporción.

Medida "x"



Logo blanco y negro



Logo a grises



Logo a línea



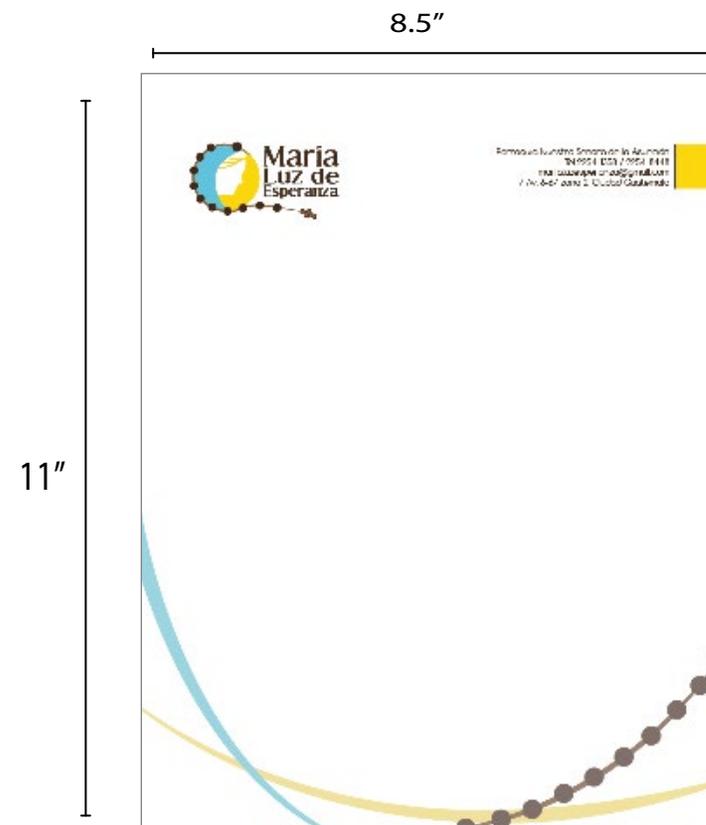
Logo sobre fondo negro



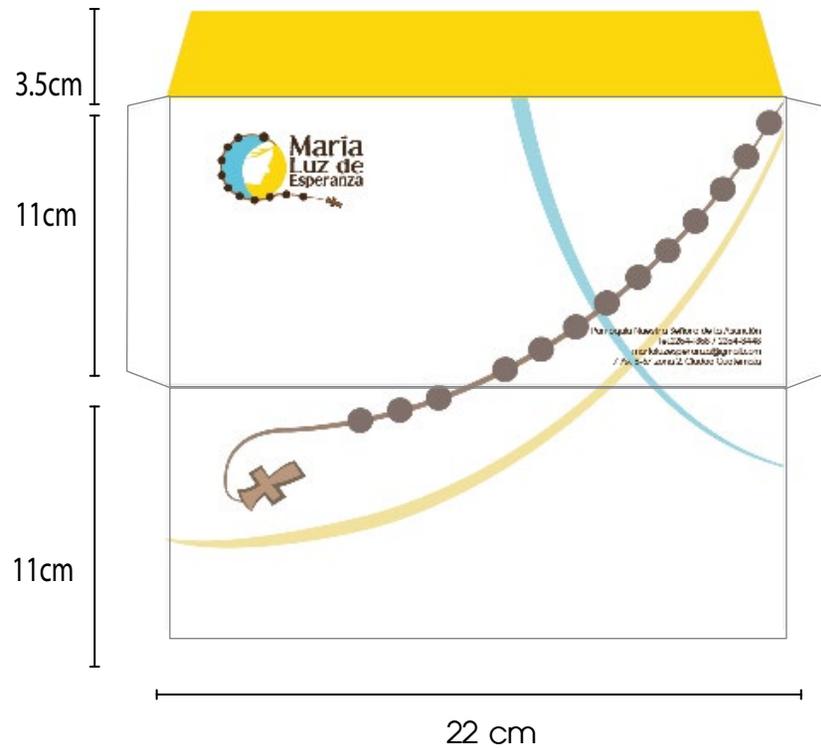
La papelería que es parte de la identidad gráfica que es como la firma personal de una empresa o institución, también ayuda al reconocimiento del grupo aporta seriedad y formalidad, como se menciona en Genera (2011). Se establecen líneas curvas y simples para darle movimiento y se le agrega el signo de la oración, que siempre debe estar presente en las personas, todos estos símbolos, figuras y líneas se plasman con ayuda del significado que se le da al concepto en su fundamentación, no solamente en la papelería sino también en el logotipo.

Como bien se menciona en la parte del Logotipo, la papelería ayuda a representar e identificar una marca, en este caso al grupo de voluntariado, el diseño de la papelería debe fortalecer la imagen del grupo y hacer que la identidad obtenga una comunicación continua con el grupo objetivo.

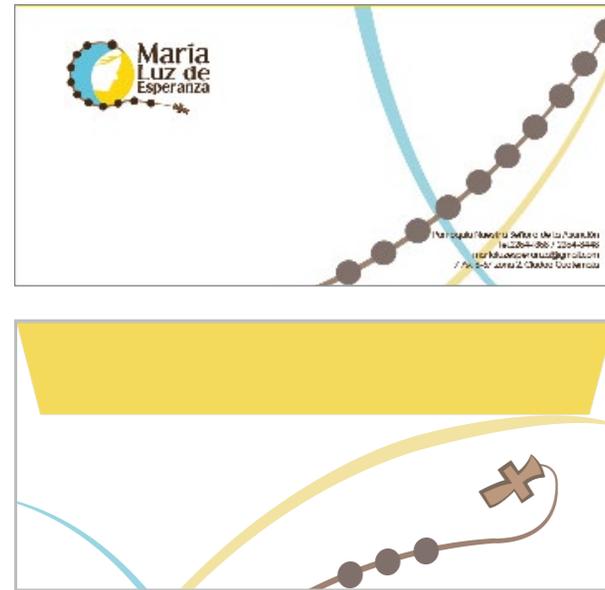
Hoja Membretada



Sobre Membretado



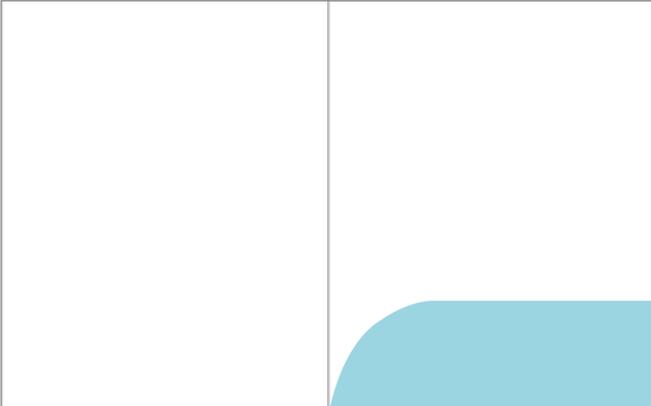
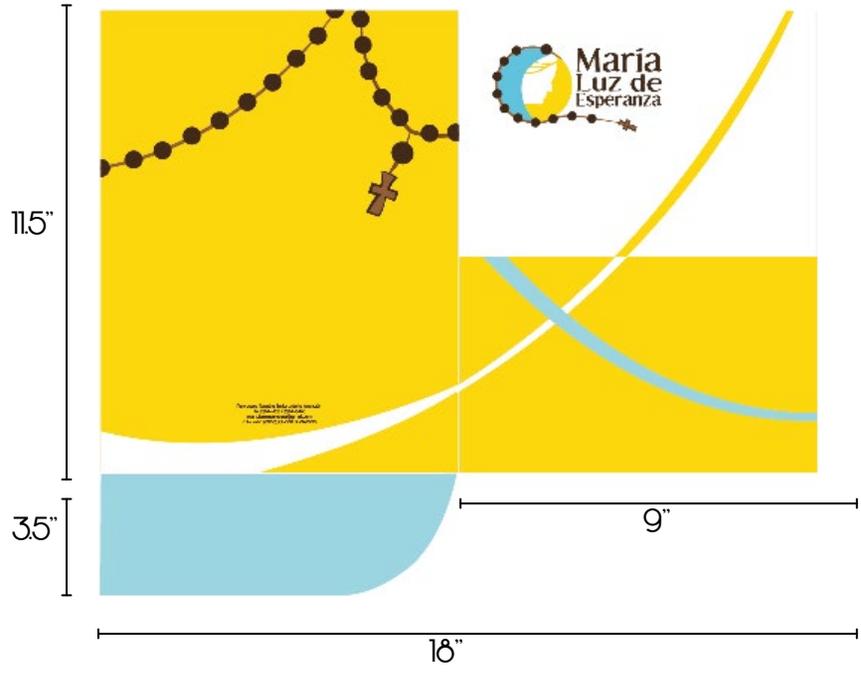
Sobre cerrado



Tarjeta de presentación



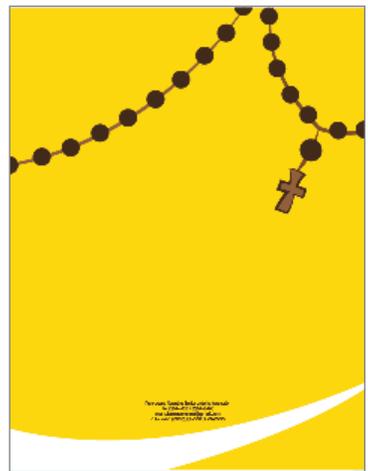
Carpeta



Carpeta cerrada

adelante

atrás

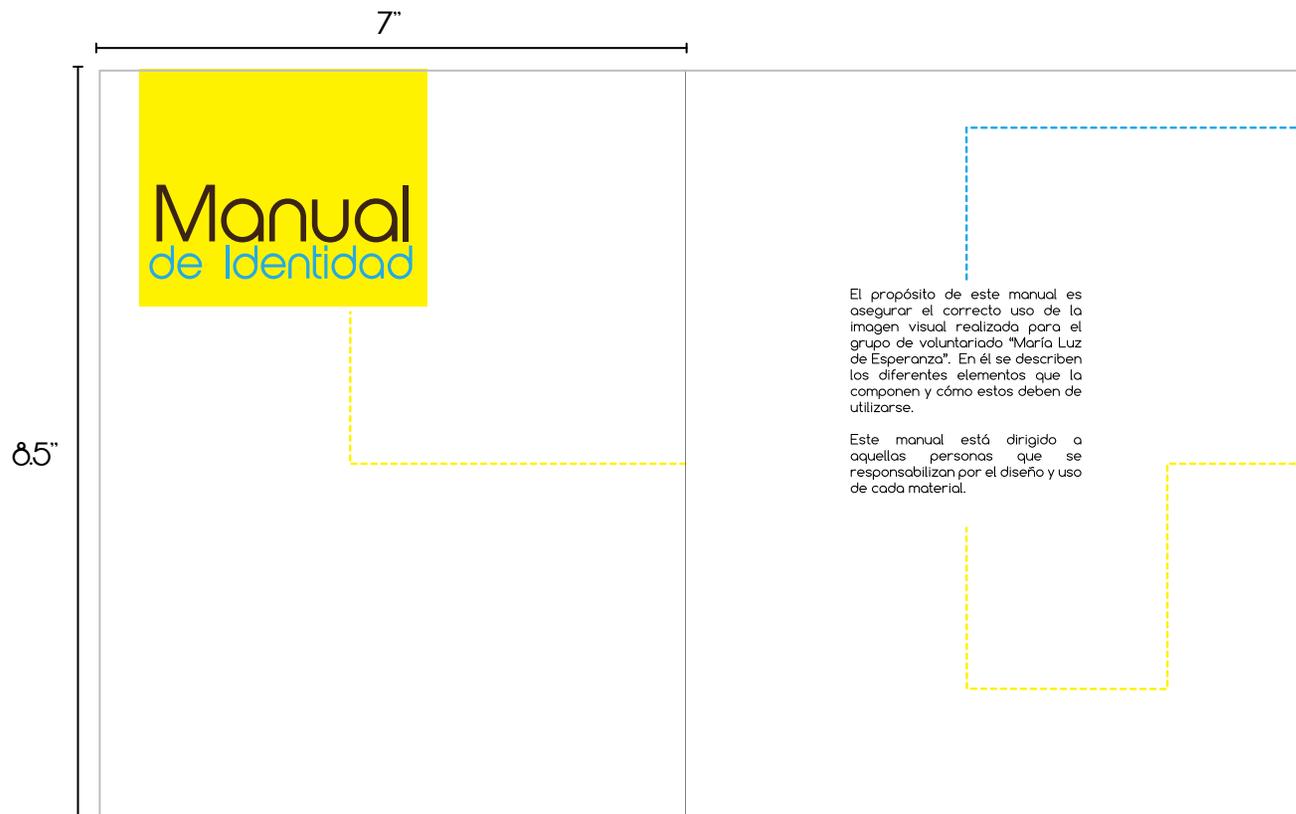


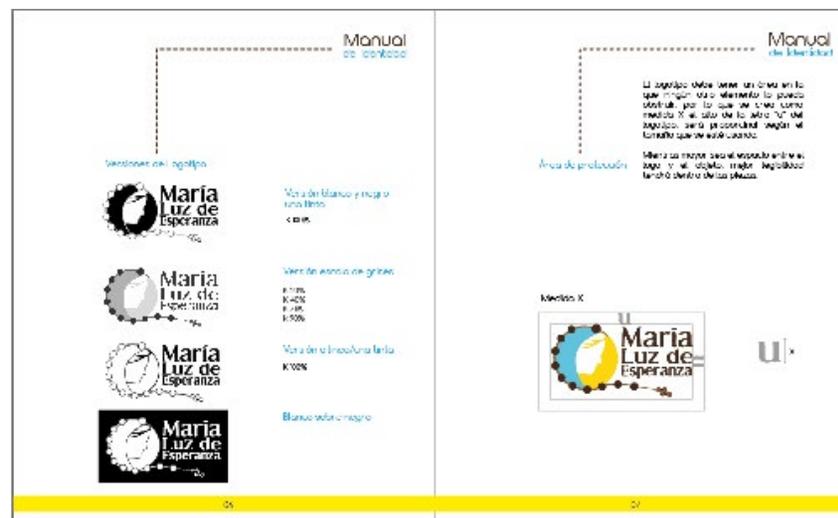
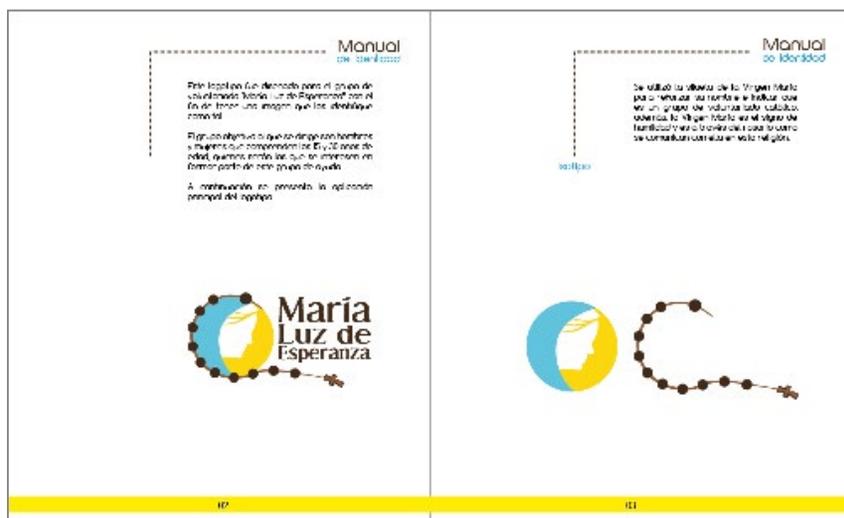
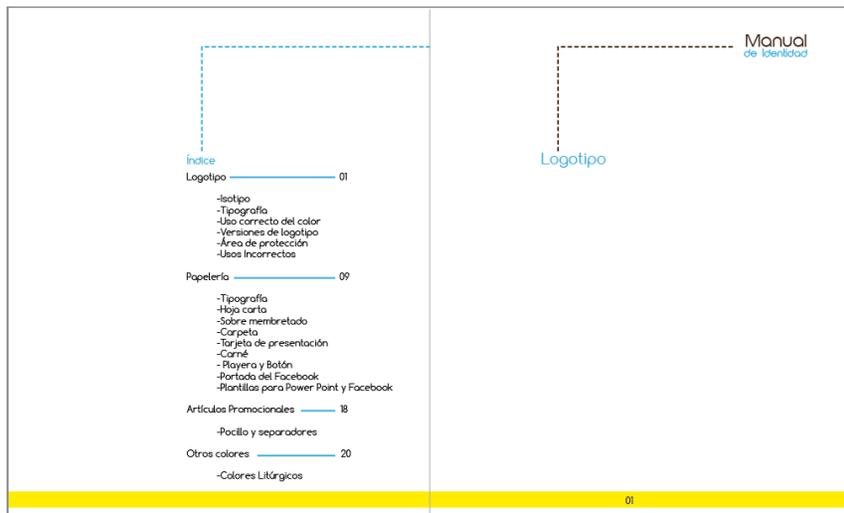
Manual de Identidad

Se realiza la propuesta del manual de identidad ya que sirve para orientar al usuario de cómo utilizar el logotipo y otras piezas, dándole instrucciones del buen manejo, menciona Braham [1994] y el sitio web The box.com [2008].

Este manual también debe tener los colores utilizados para reflejar la unión y enlace con las piezas realizadas, sobre todo con la papelería.

Se manejan líneas punteadas para guiar al usuario e indicar la información.





Manual de Identidad

Manuscritos

1. Serie cubierta al rededor o engrase allográfica
2. No está en ellográfica en forma deapand, ni en forma
3. No está en forma allográfica, sino de la logografía
4. No está en la posición de los elementos
5. No está en el mismo nivel de logografía
6. No está en la posición de los elementos
7. No está en la posición de los elementos
8. No está en la posición de los elementos
9. No está en la posición de los elementos
10. No está en la posición de los elementos

06

Manual de Identidad

Popelario

07

Manual de Identidad

Sobre el materializado

08

Manual de Identidad

Capas

09

Manual de Identidad

Tipografía

Se utiliza una tipografía sans-serif de forma moderna y clara. En los logotipos para utilizarlos en los medios.

10

Manual de Identidad

Marcas de identidad

11

Manual de Identidad

Objetos de presentacion

12

Manual de Identidad

Objetos

El logotipo debe ser utilizado en los medios de comunicación en el caso de la presencia de logotipos. En el caso de la presencia de logotipos, se debe utilizar el logotipo en el caso de la presencia de logotipos. En el caso de la presencia de logotipos, se debe utilizar el logotipo en el caso de la presencia de logotipos.

13

Manual de Identidad

En todas las aplicaciones, el logotipo debe ser presentado al menos respetando el área de seguridad de 20%. Se debe conservar el porcentaje de reproducción.

Botón

Comit

Proyecto Comenius
C/Alfonso de Ercilla, 10
48940 LEZAMA (VIZC)

Proyecto Comenius
C/Alfonso de Ercilla, 10
48940 LEZAMA (VIZC)

19

Manual de Identidad

La Paleta de Colores tiene un total de 20 colores. Se muestran en los separadores el tamaño que se toma en cuenta en los diseños.

Los colores se dividen en: Litúrgicos y Separadores. Se debe respetar el porcentaje de reproducción.

Artículos Promocionales

Paleta y Separadores

20

Manual de Identidad

Todo el material de trabajo realizado en papel, para que el mensaje transmitido pueda ser reproducido en el periodo de la liturgia del día, los colores no deben ser utilizados. Se debe respetar el porcentaje de reproducción.

Carteles para Litúrgicos

Mujeres que crecen
Ayudando a crecer
Proyecto Comenius
C/Alfonso de Ercilla, 10
48940 LEZAMA (VIZC)

Manual de Identidad

Estos artículos se utilizan en promociones para el Proyecto Comenius. Los colores se dividen en: Litúrgicos y Separadores. Se debe respetar el porcentaje de reproducción.

Maneras para Litúrgicos y Separadores

Proyecto Comenius
C/Alfonso de Ercilla, 10
48940 LEZAMA (VIZC)

21

Manual de Identidad

Los colores permitidos que se utilizan para los anuncios de la Guía Litúrgica y para los separadores son los únicos 3 colores que podrán utilizarse.

Otros colores

colores litúrgicos

Colores PANTONE	Colores CMYK
PANTONE 87 C	C88 M00 Y78.38 K5.72
PANTONE 262 C	C63.46 M98.08 Y199 K0.46
PANTONE 361 C	C72.88 M0 Y100 K0

22

23

Carné

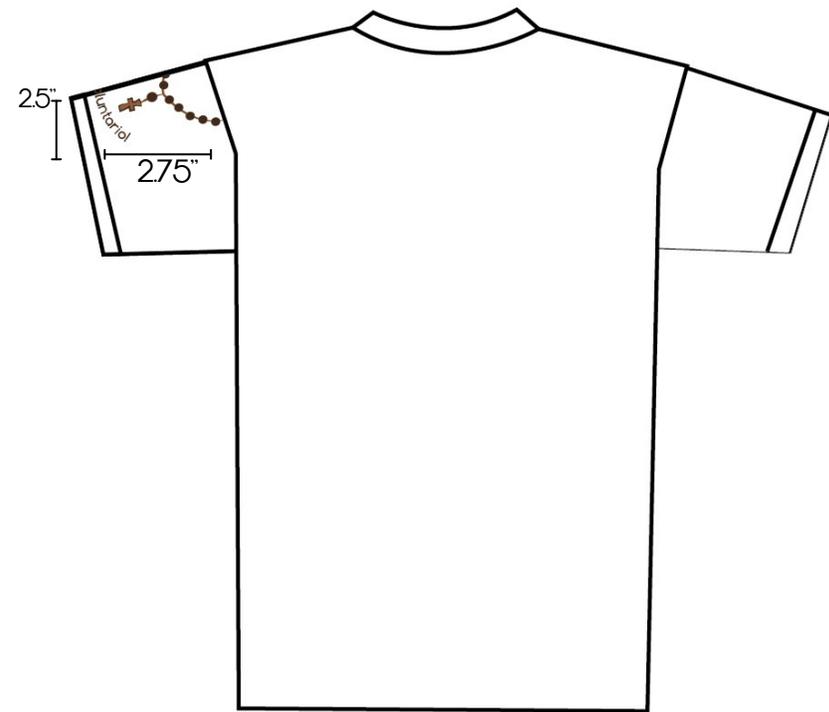
El carné se utilizará en actividades o mientras los voluntarios visiten iglesias para dar información sobre el grupo "María Luz de Esperanza", e identificarse ante el público con el nombre del voluntario y el logo, reforzando la imagen conjuntamente con el uniforme que es la playera. Esto le dará más formalidad al grupo, reforzará la idea y el concepto, como menciona Anderson [1999].



Playera

Esta propuesta se realiza con el fin de identificar al voluntario a través de un uniforme llevando en la playera como imagen principal el logo en la parte de enfrente para que sea fácilmente visible por otras personas, así mismo en una manga se le agregó el rosario para transmitir que el voluntario siempre está elevando sus oraciones a Dios y a la Virgen María, rezando siempre por las personas necesitadas.

Como parte de la identidad gráfico este ayudará a reforzar la imagen del grupo como menciona Anderson (1999).



Botón

Se propone este botón con el mismo objetivo que tiene el pocillo, para que esta pieza ayude a generar recordatorio del grupo de voluntariado como menciona Alexander Prada (2008), logrando que pueda visualizarse el logo constantemente y así poder reconocerlo más adelante.

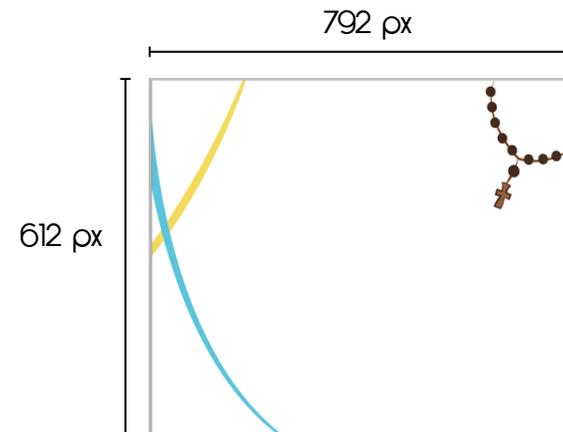
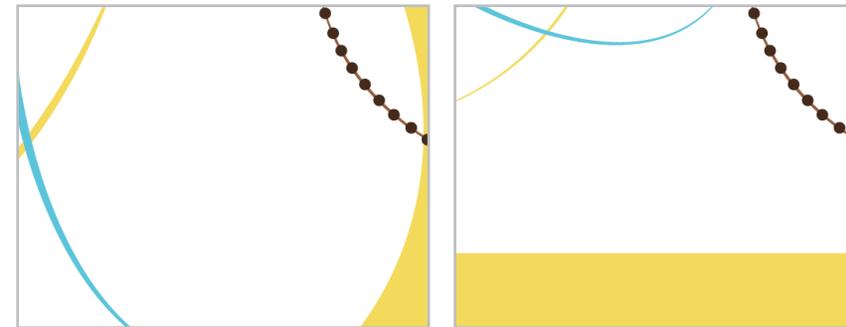
No se realiza tanto diseño en él y se coloca únicamente el logo sin ningún otro elemento que pueda distraer, así como en la playera y pocillo.



Plantillas para Power point y Facebook

La función de las plantillas será para que los encargados del grupo de voluntariado puedan utilizarlas para colocar información sobre la labor que realizan o lo que se requiera dar a conocer. Estas plantillas servirán para alguna presentación informativa en Powerpoint o dar a conocer algo que deseen comunicar para así tener un soporte visual como afirma Zyman (2002) reforzando la identidad gráfica del grupo y grabándolo en la mente de las personas.

Utilizando la línea de diseño ya establecida se proponen 3 plantillas para poder cambiarlas constantemente.



Portada para Facebook

Se decide hacer la portada del Facebook porque es una herramienta social que conecta con todo tipo de personas por lo que una Fanpage es una manera de ganar seguidores y se puede brindar información a los contactos interesados, según menciona Andrea Pallares (2012).

Este será digital que será colocado en Facebook, cumpliendo con la función de identificar al voluntariado en la fanpage cuando lo vean y que por su línea de diseño sea más fácil de recordar.



Afiches

Este material ayudará a atraer personas que deseen formar parte y a la divulgación del voluntariado, ya que es un medio directo de comunicar el mensaje al grupo objetivo según Swann [1992]. Se siguen utilizando los mismos colores del logotipo para tener una misma línea gráfica de diseño colocándole una imagen que pueda llamar la atención del público para impactar, así mismo se considera manejar información clara y breve, según la teoría de Carmen [2012].



Anuncio Guía Litúrgica

Un anuncio ayudará a comunicar o dar a conocer el servicio que presta el grupo como según dice la Revista Empresarial [sin fecha] y Thompson (2005), así como también atraer a más voluntarios. Estas publicaciones se anunciarán en la Guía Litúrgica "Verbum Dei" que se reparte y es utilizada por los fieles en las celebraciones eucarísticas sin ningún costo, y que pueden llevarlo a su hogar, según el Ingeniero Raúl Agreda y el teólogo César Coló (2014) expertos en el tema. Por lo que se considera importante aparecer entre la sección de anuncios que esta guía tiene en la parte de atrás.

Se utiliza un tamaño el cual no eleve los costos y presupuesto del grupo pero también se considera una proporción en el que pueda ser legible para el usuario.

Los colores deben ser según el tiempo litúrgico estipulado por la iglesia católica ya que así es como trabajan la Guía Litúrgica, por lo tanto se utiliza un solo color. Razón por la cual se utilizan los mismos tonos de los separadores rojo, morado y verde, que son los colores empleados en la liturgia. Se realizó una versión con colores de la identidad gráfica para que puedan utilizarlo en algún otro anuncio en donde se permita colocar full color.



Separadores

Es un material impreso que se utiliza básicamente para separar páginas en libros, se ha manejado este tipo de pieza para llegar de una manera más fácil a las personas, puede reforzar la imagen y ser utilizado por el grupo objetivo, como menciona Anderson [1999].

Estos separadores se harán de 5 colores por el tiempo litúrgico y colores que lleva el logotipo que son los representativos del grupo, sin perder la línea gráfica de diseño ya establecida, este lleva contacto del cliente y una pequeña frase alusiva al color litúrgico correspondiente.

Tanto el tamaño del soporte y troquel que se ha manejada, ha sido para la fácil manipulación del material con las esquinas curvadas para evitar dobleces, y costos elevados.

Como parte del voluntariado realizaron manualmente varios rosarios elaborados con lana por lo que se decide implementarlos en separadores amarillos y celestes que irá sujetos al agujero, se eligen solamente estos dos colores para empezar a darse a conocer, estos rosarios se colocarán mientras duren existencias, luego solamente serán tiras de lana café en todos los demás separadores.



Pocillo

Para obtener más donaciones se optó por vender pocillos de color blanco, porque el blanco es la pureza de la Virgen María, así mismo tiene la misma línea de diseño de la playera, esto para que las personas se sientan identificadas con el grupo con la acción de haber aportado económicamente. Según Anderson (1999) el material promocional ayudará a recordar e identificar la imagen del grupo al usuario que lo utilice, reforzando la identidad gráfica.



PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Se describen las especificaciones técnicas, según la carta enviada a la imprenta por el diseñador.

Colores PANTONE



PANTONE 2985 C



PANTONE 108 C



PANTONE 4974 C



PANTONE 4635 C



BLANCO

Colores CMYK



C60.71 M0 Y11.44 K0



C2.01 M11.68 Y100 K0.01



C50 M70 Y80 K70

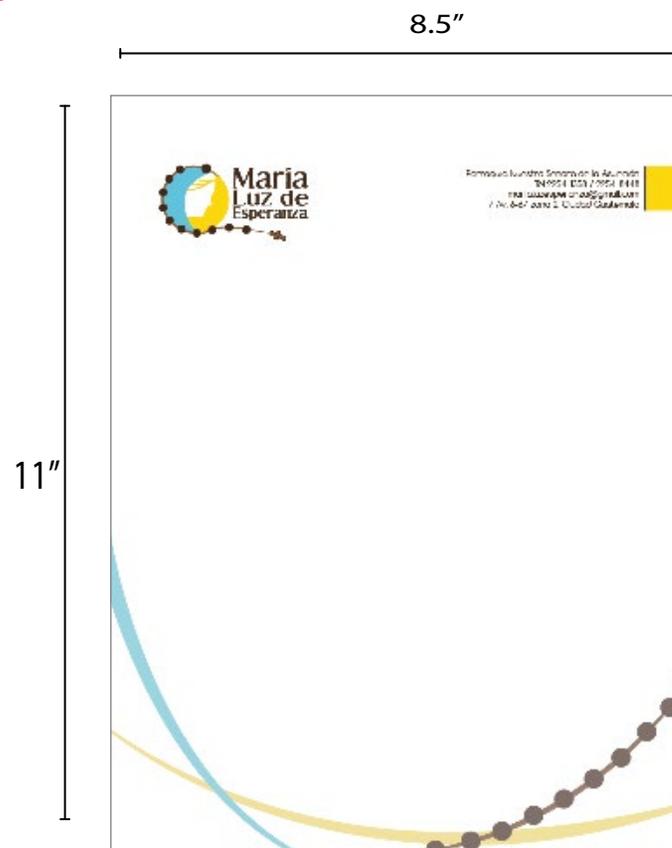


C35 M60 Y80 K25

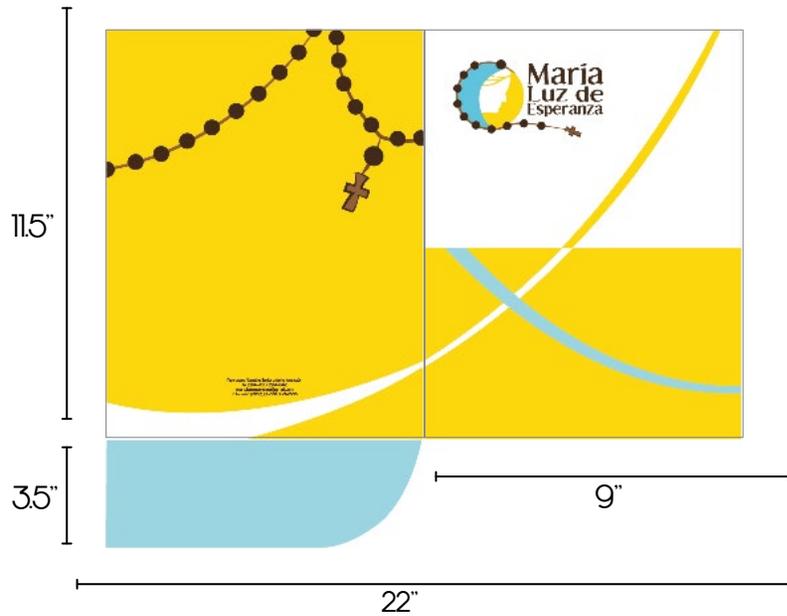


C0 M0 Y0 K0

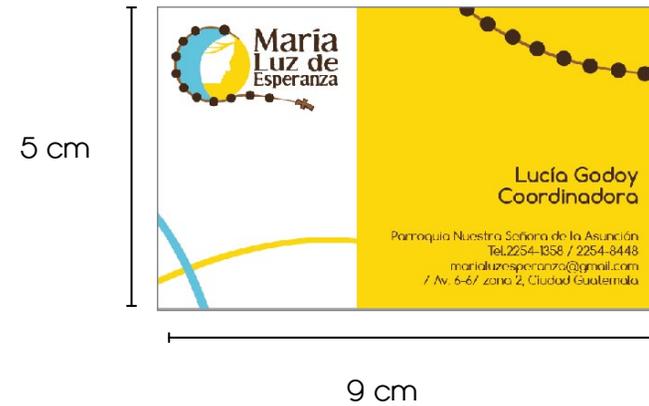
Hoja Membretada



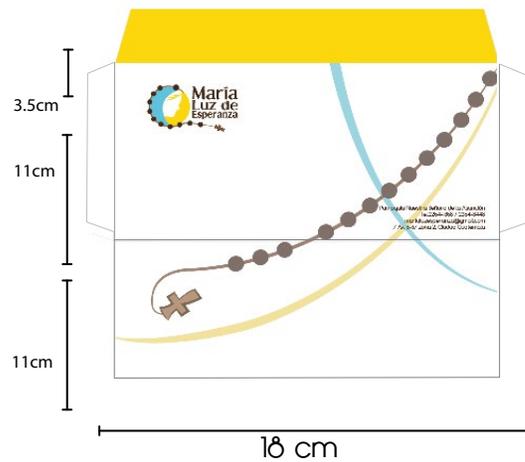
Carpeta



Tarjeta de presentación



Sobre Membretado



Tipo de reproducción: Litográfica
colores CMYK y PANTONE
Impresiones full color
Tiro
Excesos: 0.5"
Soporte: Hojas y sobres (Bond), carpeta (Texcote), tarjeta de presentación (lino)
Cantidad: 100 unidades de hojas, sobres y carpetas
200 unidades de tarjetas de presentación

Manual de Identidad

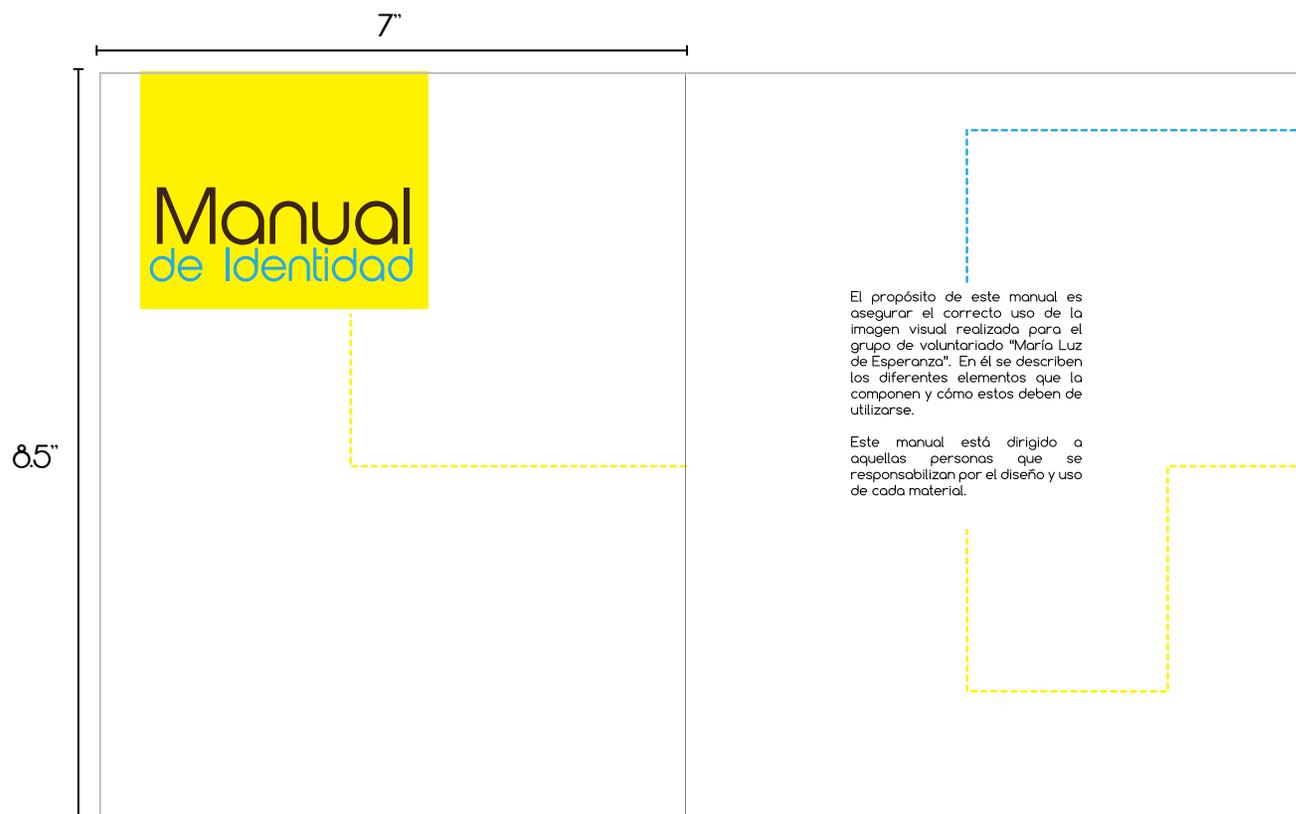
Tipo de reproducción: Laser

Excesos: 0.5"

Soporte: Hojas Bond (Bond),
empastado con espiral metálico

Cantidad: 1 unidad

Tira, Full color, CMYK



Carné

Tipo de reproducción: Laser
Excesos: 0.5"
Soporte: Papel textote
Cantidad: 30 unidades
Full color, CMYK, Tiro



Playera

Tipo de reproducción: Serigráfica
Soporte: Playera
Cantidad: 40 unidades 8 XS, 12 S, 15 M, 5 L
4 colores: amarillo, celeste, café claro y café oscuro



Botón

Tipo de reproducción: digital
Soporte: Botón metálico con gancho
Cantidad: 100 unidades
Tamaño: 2.25"
Full color, CMYK



Afiches

Tipo de reproducción: litográfica
Excesos: 0.5"
Soporte: Papel textote
Cantidad: 100 unidades de cada uno
Full color, colores CMYK y PANTONE
Tiro



Anuncio Guía Litúrgica

Tipo de reproducción: litográfica

Soporte: Papel manila o periódico

Cantidad: Según reproducciones de la Guía Litúrgica

Full color, CMYK y PANTONE

Tiro

Colores PANTONE



PANTONE 187 C



PANTONE 2612 C



PANTONE 361 C

Colores CMYK



C21.87 M100 Y78.38 K15.72



C63.46 M98.08 Y1.98 K0.46



C72.88 M0 Y100 K0



Colores PANTONE



PANTONE 187 C



PANTONE 2612 C



PANTONE 361 C

Colores CMYK



C21.87 M100 Y78.38 K15.72



C63.46 M98.08 Y1.98 K0.46



C72.88 M0 Y100 K0

Separadores

Tipo de reproducción: litográfica

Excesos: 0.5"

Soporte: Papel textote

Cantidad: 250 amarillos, 250 celestes

Verdes 200, Morados 100, Rojas 55

Troquel rectangular con puntas curvas

Tiro

Full color, CMYK y PANTONE



Pocillo

Tipo de reproducción: digital

Soporte: taza cerámica

Cantidad: 200 unidades

Tiro: Full color, CMKY y PANTONE



INFORME TÉCNICO

CARTA PARA EL PROVEEDOR 1

Buenos días, adjunto le envío los documentos a imprimir como también sus especificaciones tanto en tamaño como el orden de carpetas en que puede encontrar los documentos en el CD que se le envía.

Carpeta Papelería

Arte elaborado en ADOBE ILLUSTRATOR CS6
Archivo que se localiza en la carpeta PAPELERÍA
A full color
PDF de los artes de papelería

Carpeta Separadores

Arte elaborado en ADOBE ILLUSTRATOR CS6
Archivo localizado en la carpeta de SEPARADORES
A full color
PDF de artes de separadores

Carpeta Afiches

Arte elaborado en ADOBE ILLUSTRATOR CS6
Archivo localizado en la carpeta AFICHES
A full color
Incluye un PDF
Incluye las imágenes utilizadas en el afiche y dentro de la carpeta IMÁGENES

Para cualquier duda o inconveniente con cualquiera de los artes, opor favor comunicarse con Leticia Alvarado al teléfono 5833-7519 o al correo lyap5@hotmail.com.

CARTA PARA EL PROVEEDOR 2

Buenos días, adjunto le envío los documentos a imprimir como también sus especificaciones tanto en tamaño como el orden de carpetas en que puede encontrar los documentos en el CD que se le envía.

Carpeta Playera

Arte elaborado en ADOBE ILLUSTRATOR CS6
Archivo que se localiza en la carpeta PLAYERA
A full color [4 COLORES]
PDF de los artes del logo y rosario
Imágenes de los artes del logo y rosario
En playera color blanca

Para cualquier duda o inconveniente con cualquiera de los artes, opor favor comunicarse con Leticia Alvarado al teléfono 5833-7519 o al correo lyap5@hotmail.com.

CARTA PARA EL PROVEEDOR 3

Buenos días, adjunto le envío los documentos a imprimir como también sus especificaciones tanto en tamaño como el orden de carpetas en que puede encontrar los documentos en el CD que se le envía.

Carpeta Pocillos

Arte elaborado en ADOBE ILLUSTRATOR CS6
Archivo localizado en la carpeta de Taza
A full color [4 COLORES]
PDF de logotipo
Otros formatos del logo .png, .jpeg y .psd
En taza color blanca

Para cualquier duda o inconveniente con cualquiera de los artes, opor favor comunicarse con Leticia Alvarado al teléfono 5833-7519 o al correo lyap5@hotmail.com.

CARTA PARA EL PROVEEDOR 4

Buenos días, adjunto le envío el arte a imprimir como también sus especificaciones en cuanto al tamaño indicado.

Carpeta BOTÓN

Arte elaborado en ADOBE ILLUSTRATOR CS6
Archivo que se localiza en la carpeta Botón
A full color [4 COLORES]
PDF el arte del logo
Imágenes .png y .jpg del logo
Sobre botón metálico en fondo color blanco

Para cualquier duda o inconveniente con cualquiera de los archivos por favor comunicarse con Leticia Alvarado al teléfono 5833-7519 o al correo lyap5@hotmail.com.

Carné y Manual de Identidad

Para estas piezas no será necesario entregar carta, ya que como en el caso del carné, un encargado de diseño del grupo de voluntariado realizará personalmente la impresión en algún centro de impresión digital ya que por ser pocas copias no será necesario mandarlo a una imprenta.

El diseñador de todas las piezas es el encargado de entregar el manual ya impreso, que al igual que el carné se reproducirá en un centro de impresión digital.

CARTA PARA EL PROVEEDOR 5

Buenos días, adjunto le envío los documentos a imprimir en la Guía Litúrgica, y se especifica el tamaño exacto que debe colocarse sin reducciones o documentos, con el color específico que debe utilizarse. Información que encontrará en archivos que se encuentran en una carpeta en el CD.

Carpeta Anuncio Guía Litúrgica

Arte elaborado en ADOBE ILLUSTRATOR CS6
Archivo localizado en la carpeta de Anuncio GL
A un color (según tiempo litúrgico)
PDF de 3 artes de anuncios cada uno de un color
Otros formatos del anuncio .jpg y .psd

Para cualquier duda o inconveniente con cualquiera de los artes, por favor comunicarse con Leticia Alvarado al teléfono 5833-7519 o al correo lyap5@hotmail.com.

PRESUPUESTO DE DISEÑO Y REPRODUCCIÓN

Presupuesto de diseño

Buen día, por este medio envío la cotización de la elaboración del diseño de la Identidad Gráfica, Material publicitario y promocional.

Cantidad	Descripción	Valor total
1	Diseño de Identidad Gráfica Incluye (Logotipo, Papelería, manual diseño de portada para Facebook, plantillas para power)	Q.3200
1	Diseño de Material Publicitario Incluye (2 afiches y Anuncio para Guía Litúrgica)	Q.700
1	Diseño de Material Promocional Incluye (Separadores, Pocillo y Botón)	Q.450
2	Fotografía y manipulación	Q.200
Total		Q.4.550

Presupuesto de impresión

Se cotizaron 2 lugares (ver anexo 4) de las cuales se elige una que sea conveniente según precios que manejen en cada imprenta.

Cantidad	Pieza	Valor unitario	Valor total
100	hojas memb.	Q. 1	Q. 100
100	sobres memb.	Q. 2	Q. 200
200	Tarjetas de presentación	Q. 0.90	Q. 180
100	carpetas	Q. 5	Q. 500
25	Carné		
	1 tabloide (18)	Q. 12	Q. 12
	1 carta (7)	Q. 8	Q. 8
40	Playeras	Q. 30	Q. 1200
500	separadores	Q. 2.50	Q. 1250
200	Pocillos	Q. 11.95	Q. 2.390
100	Botones	Q. 3.50	Q. 350
150	afiches	Q. 12	Q.1.800
1	Reproducciones por 3 meses en Guía Litúrgica	Q. 600	Q. 600
Total			Q. 8.590



SISTEMA DE IMPRESIÓN O REPRODUCCIÓN

IMPRESIÓN LITOGRAFICA

Este método de impresión se utilizará para las piezas que se tengan que imprimir sobre papel y cantidades de 100 unidades o más.

La papelería, afiches y separadores serán los que se mandarán a imprimir en este tipo de impresión, ya que este método utiliza láminas o planchas de rápida y fácil reproducción, con grandes tirajes que el precio de la impresión es inferior a cualquier otro sistema.

IMPRESIÓN DIGITAL

Para los gafetes o carné se utilizará esta impresión porque no son grandes cantidades a imprimir y por lo mismo tiende a ser más rápida porque no se requiere de espera para secado del material, por lo que se sugiere hacerlo de esta manera.

IMPRESIÓN SERIGRÁFICA

Este tipo de impresión cuenta con varias ventajas, que es posible sobre diversos materiales como: papel, vidrio, madera, plásticos, tela natural o sintética, cerámica, piedra, metal, etc.

Por esta medio se realizarán las impresiones de la playera y tazas, por la diversidad de materiales en los que se puede imprimir y porque se pueden obtener colores vivos con resistencia y permanencia al aire libre.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

1. Para identificar al grupo "María Luz de Esperanza" se desarrolló la identidad gráfica en el cual se genera una línea única que permitirá que los encargados de dicho grupo tengan el beneficio de dar a conocer al grupo de voluntariado a través de la utilización las diferentes piezas trabajadas, para que jóvenes de 15-30 años lo reconozcan y así querer ofrecer su ayuda para llevar actividades a diferentes personas que necesitan de afecto.

2. La identidad gráfica se logra reforzar a través de la creación del diseño de materiales promocionales los cuales apoyarán a la identificación del voluntariado: Los artículos promocionales (pocillo y separador) estarán a la venta para poder recaudar fondos que servirán para las actividades que se puedan realizar. Se realizaron los diseños de afiches promocionales y del anuncio que se colocará en la Guía Litúrgica, con los colores según el tiempo litúrgico que esté viviendo la iglesia católica. Estos materiales permitirán la promoción, divulgación y la atracción del grupo objetivo para que así aquellos que deseen ser voluntarios puedan acercarse y formar parte de "María Luz de Esperanza".



Recomendaciones

1. Es importante tomar en cuenta cuáles son las piezas que se trabajarán como identidad gráfica ya que no solamente puede ser la papelería que comúnmente se realiza [hoja, sobre, carpeta y tarjeta], pues si existen piezas que tienen como función identificar y representar al cliente, institución o empresa, estas también pueden ser parte de la identidad ya que poseen cierta línea de diseño en la que únicamente dan imagen.

2. Es necesario conocer qué tipo de materiales pueden ayudar a divulgar y atraer según el grupo objetivo al que se va a dirigir, además saber cuál de ellos son los que pueden estar fácilmente al alcance de este tipo de personas. Como en el caso del grupo "María Luz de Esperanza", se llegó a observar lo que su grupo objetivo podría tener a su alcance y cómo trabajan las piezas dentro de su ambiente para cumplir con los requerimientos, como por ejemplo los colores litúrgicos según el calendario que maneja la iglesia católica aplicándolos al diseño propuesto.

3. Conocer la experiencia y resultados obtenidos de otros clientes, grupos, empresas o instituciones similares a quienes se les esté trabajando, pues puede ser una opción ya que se toma como referencia para poder saber qué tipo de materiales promocionales fueron funcionales y cuáles no, no solamente para saber sobre las ventas obtenidas de los artículos sino también saber si se logra reforzar la imagen a través de ella, para así poder proponer aquellos que puedan tener éxito según el grupo objetivo al que va dirigido.

REFERENCIAS

A

Ambrose, G. y Harris, P. [2006], "Fundamentos del Diseño Creativo", Barcelona, España: Paramon Ediciones, S.A.

Anderson [1999], Estadística para administración y economía U. México - D.F. : Editorial Thomson Paraninfo

Aneefi.org [2001] "Los grupos de ayuda" [en red], Disponible en: <http://www.aneefi.org/castella/gams.htm> Fecha de consulta: septiembre 2012

B

Braham, B. [1991], "Manual de Diseño Gráfico", Madrid, España: Celeste Ediciones.

Buenanueva.net , "Virtud y virtudes humanas" [en red] Disponible en: http://www.buenanueva.net/Teologia2/2_1_4virtudes377.htm Fecha de consulta: Agosto 2012

C

Chaves, N. y Belluccia, R. [2005], "La marca corporativa", Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós SAICF.

Club planeta [2012], "Colores para los logotipos" [En red], Disponible en: http://www.trabajo.com.mx/colores_para_los_logotipos.htm Fecha de consulta: Agosto 2012

Código Visual [2012], "Construcción del logotipo", [en red], Disponible en: <http://codigovisual.wordpress.com/2012/03/15/como-se-construye-un-logo-conceptos-y-aspectos-a-tener-en-cuenta-para-un-buen-branding/> Fecha de consulta: Septiembre 2012

D

Definición.de [sin fecha], "Luz Y Esperanza", [en red], Disponible en: <http://www.definicionabc.com/general/esperanza.php> Fecha de consulta: Septiembre 2013

Definición abc[sin fecha], "La Esperanza en la religión" [en red], Disponible en: <http://www.definicionabc.com/general/esperanza.php> Fecha de consulta: Septiembre 2013

Diocesis de canarias [sin fecha], "Significado de los colores litúrgicos" [en red] Disponible en: <http://www.diocesisdecanarias.es/preguntarespuesta/iglesiacatolica/colores-en-la-liturgia-su-significado.html> Fecha de consulta: Octubre 2013

E

Escofet, J. [2002], "¿Qué es el Diseño Gráfico?", Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, S.A.

F

Fotonostra, [en red], "Material corporativo" Disponible en: <http://www.fotonostra.com/grafico/corporativo.htm> Fecha de consulta Agosto 2012

G

García Roca, J [1996], " La solidaridad da sentido a tu vida", Madrid, España: Editorial Caritas Española.

H

Hernando, O. [2007], "Claves de Diseño" LOGOS, Barcelona: España, Editorial Gustavo Gili, S.A.

I

Impresiones Genera [2011], "Papelería corporativa" [en red], Disponible en: http://www.impresionesgenera.com/site/index.php?option=com_content&view=article&id=66&Itemid=146 Fecha de consulta: Agosto 2012

M

Marissa, R. [2012], "Tarjeta de presentación" [en red], Disponible en: <http://www.gropeimprensa.com/noticias/24-tarjetas-de-presentación/32-tarjetas-de-presentación.html> Fecha de Consulta: Julio 2014

Mercaba [sin fecha], "La luz en la liturgia" [en red] Disponible en: http://mercaba.org/LITURGIA/Gestos/simbolo_03_la_luz_como_simbolo.htm Fecha de Consulta: Septiembre 2013

Müller, J. [1962], "Sistemas de Retículas" Barcelona: España, Gustavo Gili, S.A.

Multivex Sigma Dos de Guatemala [2006], "Estudios cualitativos, Guatemala.

O

Overblog [2004], "Afiche publicitario", [en red], Disponible en: http://es.over-blog.com/Para_que_sirve_un_afiche_publicitario_y_como_diseñarlo-1228321767-art235141.html Fecha de consulta: Agosto 2012

R

Revista empresarial [sin fecha], "¿Qué es un anuncio?" [en red], Disponible en: <http://www.gestion.org/marketing/publicidad/4729/que-es-un-anuncio/>, Fecha de consulta: Abril 2014

Rodríguez Abelardo [2005], "Logotipo", México, Editorial Siglo XXI.

Rodríguez Rowe, V [2008], "Comunicación Corporativa", Chile, RIL editores.

S

SVMSoluciones [2009], "Papelería de la empresa", [en red], Disponible en: http://www.svmsoluciones.com.mx/index.php?option=com_

Sánchez Herrera, J. Y Pintado Blanco, T. [2009], "Imagen corporativa", Madrid: España, ESIC Editorial.

Swan, A. [1992], "Bases de Diseño Gráfico", Barcelona: España, Editorial Gustavo Gili, S.A. Fecha de consulta: Febrero 2014.

T

The box. [2008], "Manual de identidad corporativa", [en red], Disponible en: <http://blogpvc.wordpress.com/2008/04/09/¿para-que-me-sirve-un-manual-de-identidad-corporativa/> Fecha de consulta: Septiembre 2012

U

Universidad de Almería [2002], "Manual corporativo" [en red], Disponible en: <http://cms.ua.es/idc/groups/public/@orgob/@gabcomunicacion/documents/documento/manualimageninstitucionalmaterial.pdf> Fecha de consulta: Septiembre 2012

V

Vicente, A [2012] "Voluntariado en Guatemala" [Artículo de Prensa Libre] Disponible en: Segmento Buena Vida de Prensa Libre Fecha de consulta: Agosto 2012

Viviana Katherine [sin fecha] "La solidaridad" [en red], Disponible en: <https://sites.google.com/site/elgranmundodelosvalores/la-solidaridad> Fecha de consulta: Agosto 2012

Z

Zyman, S. [2002], "El fin de la publicidad como la conocemos", México: D.F., Editorial McGraw-Hill.



ANEXOS

anexo 1 INSTRUMENTOS PARA G.O

anexo 2 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN

anexo 3 GRÁFICAS

anexo 4 COTIZACIONES

anexo 5 LISTADO DE IGLESIAS CATÓLICAS ZONAS 1 Y 2

anexo 1 INSTRUMENTOS PARA G.O

ENCUESTA
Proyecto de solidaridad, Síntesis III
Universidad Rafael Landívar

En la siguiente encuesta que se le presenta a continuación, como parte del proyecto para el curso de Síntesis III, de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad Rafael Landívar, encontrará una serie de preguntas las cuales deberá marcar una respuesta por pregunta.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra?

15-20 21-25 26-30

2. ¿A qué se dedica?

Estudiar Trabajar Ambas

3. ¿Cuál es su nivel de estudios?

Primario Secundario Diversificado Universitario Maestría

4. ¿Cuántos miembros hay en su familia?

2-4 5-7 8-10 más

5. Cuenta con Internet en:
Casa Trabajo Ambos Ninguno

6. ¿En qué red social tiene perfil? (puede marcar más de una respuesta)

Facebook Twitter Flickr Myspace otro:_____

7. ¿Considera que las redes sociales ayudarían a conocer a un grupo de personas que desea realizar obras sociales?

Sí No ¿Por qué?_____

8. ¿Ha tenido la oportunidad de realizar obras sociales o pertenece a algún tipo de grupo de ayuda?

Sí No ¿A qué grupo?_____

9. Si pertenece a alguna de las redes sociales mencionadas, se uniría a este tipo de grupo para:

Conocer a qué se dedican Conocerlos e involucrarse No le interesa

10. ¿Consideraría ser voluntario en una organización que ayuda a personas necesitadas y visita hogares de niños y ancianos?

Sí No ¿Por qué?_____

11. Si pudiera formar parte de una organización que promueva este tipo de voluntariado, ¿Qué obra social le

gustaría realizar?

Visitar a enfermos económicamente Visitar a ancianos Cuidar niños Buscar refugio a indigentes Ayudar Otros:_____

12. ¿Cuál sería la principal razón por la cual le gustaría ser voluntario?

Ayudar a los necesitados Tener nuevos amigos Compartir con diferentes personas

13. ¿Cómo le gustaría encontrar más información sobre grupos de ayuda social?

Por internet Centros Comerciales Prensa En la calle Otros:_____

14. ¿Qué tipo de material le gustaría adquirir para colaborar con estos grupos u organizaciones que brindan esta ayuda?(puede marcar mas de uno)

Agendas Calendarios Playera Otros:_____

15. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría encontrar de grupos de ayuda en un material informativo?



Ilustración



Foto blanco y negro



Foto a color

Otro:_____

16. ¿Qué combinación de colores considera que pueden representar a estos grupos que realizan labores sociales?



5. Otros:_____

17. ¿Qué párrafo le es más cómodo para su lectura?

Somos voluntarios y se ofrece el servicio de trabajo en los grupos sin costo para las personas.

Somos voluntarios y se ofrece el servicio de trabajo en los grupos sin costo para las personas.

Somos voluntarios y se ofrece el servicio de trabajo en los grupos sin costo para las personas.

Somos voluntarios y se ofrece el servicio de trabajo en los grupos sin costo para las personas.

18. ¿Qué tipo de letra le es más atractiva para aplicarlo en un título?

Encuesta 1

ENCUESTA 2

Encuesta 3

Encuesta 4

anexo 2 INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN

Grupo Objetivo

Como parte de un proyecto de Diseño Gráfico, quiero solicitar su colaboración para la validación de logotipo, papelería, afiches, Portada para Facebook, Separadores, Promocionales, taza, playera, pin y Plantillas, realizado para el Grupo María Luz de Esperanza, cuyos esfuerzos están orientados a la ayuda de personas necesitadas, dirigido a Jóvenes de 15 a 30 años. Por favor, de acuerdo a su experiencia, marque la opción que considere más apropiada.

1. ¿Qué imágenes o símbolos distintivos percibe dentro del logotipo?

Una anciana y un lazo
A la Virgen María y el Rosario
Una monja y el Rosario
Otro:_____

2. El tipo de letra que se utiliza en el logotipo le expresa:

Sobriedad
Sencillez
Delicadeza
Otro:_____

3. El color según los utilizados en la religión católica que se observan en los diferentes materiales le expresa:

Religiosidad
Humildad
Sobriedad
Otro:_____

4. Las figuras y formas utilizadas en las piezas crean:

Movimiento
Armonía
Felicidad
Otro:_____

5. El tipo de letra utilizado en la información de contacto de todo el material es:

Dinámica
Sobria
Aburrida
Otro:_____

6. En los diferentes materiales, el formato le expresa:

Sencillez
Unidad
Desorganización
Otro:_____

7. La fotografía utilizada para los afiches le transmite:

Tristeza
solidaridad
Emoción
Otro:_____

8. El color de fondo de cada uno de los separadores expresan:

Solemidad
Alegria
Devoción
Otro:_____

9. Cree que los elementos que se observan en piezas promocionales crean:

Unidad en el diseño
Aburrimiento en el diseño
Desinterés
Otro:_____

10. ¿De qué manera ayudan las piezas promocionales?

A informar
A Identificarlos
A llamar la atención
Otro:_____

Expertos en el tema

Nombre:-----
Correo:-----
Teléfono:-----
Ocupación:-----

Como parte de un proyecto de Diseño Gráfico, quiero solicitar su colaboración para la validación de las piezas realizadas para el Grupo María Luz de Esperanza, cuyos esfuerzos están orientados a la ayuda de personas necesitadas, dirigido a Jóvenes de 15 a 30 años. Por favor, de acuerdo a su experiencia, marque la opción que considere más apropiada.

1. De acuerdo a su conocimiento y experiencia, el diseño del logotipo representa:

Símbolos muy utilizados en la iglesia católica
 Compromiso y devoción
 Humildad y tranquilidad
 Otro:-----

2. Según su apreciación, el logotipo puede utilizarse para:

Promover actividades juveniles
 Fundar obras de caridad
 Identificar a un grupo religioso
 Otro:-----

3. Cree que los colores utilizados en los diferentes materiales se asocian a:

La pureza de la Virgen María
 Simbología religiosa
 Complementa al logotipo
 Otro:-----

4. Las formas o figuras que se encuentran en todas las piezas ayudan a:

Crear movimiento
 Distraer
 Identificar
 Otro:-----

5. La ubicación de todos los elementos en la papelería se observa:

Orden
 Desorden
 Sencillez
 Otro:-----

6. El tipo de letra utilizado en la información del contacto utilizado en los diferentes materiales es:

Legible
 Distorsionada
 Muy pequeña
 Otro:-----

7. Cree que las diferentes tipografías utilizadas en el material son legibles en:

Todas las piezas
 En el afiche y portada para Facebook no
 Solamente en el afiche y portada para Facebook
 Otro:-----

8. En cuanto al formato de la papelería, afiche y separadores:

Son difíciles de manejar
 Se pierde el diseño
 Es sencillo y práctico
 Otro:-----

9. El tipo de letra que se utiliza en la frase de los afiches es:

legible
 no se lee fácilmente
 se pierde en el diseño
 Otro:-----

9. Las fotografías que se observan en los afiches ayudan a:

expresar solidaridad
 Saber de qué trata el grupo
 Comunicar juventud
 Otro:-----

10. El color de fondo de cada uno de los separadores se asocian a:

Colores en el arco iris
 Simbología Religiosa
 Festividades navideñas
 Otro:-----

11. Cree que el material promocional refleja:

Religión
 Devoción
 Ayuda
 Otro:-----

Diseñadores Gráficos

Nombre: _____
Correo: _____
Teléfono: _____
Ocupación: _____

Como parte de un proyecto de Diseño Gráfico, quiero solicitar su colaboración para la validación las piezas realizadas para el Grupo de voluntariado María Luz de Esperanza, cuyos esfuerzos están orientados a la ayuda de personas necesitadas, dirigido a Jóvenes de 15 a 30 años, utilizando la frase "Alas protectoras en movimiento". Por favor marque la opción que crea es la adecuada.

1. Considera que el nivel de abstracción de los elementos utilizados en el logotipo ayudan a reflejar:

Religión
Caridad
Protección
Otro: _____

2. ¿Qué transmite el trazo de la tipografía empleada en el logotipo?

Dinamismo
Sobriedad
Delicadeza
Otro: _____

3. La paleta de colores que se utiliza en los diferentes materiales ayudan a:

Asociar la simbología religiosa
Identificar al grupo
Promover voluntariado
Otro: _____

4. Los elementos gráficos utilizados en las piezas crean:

Unidad
Composición
Dinamismo
Otro: _____

5. La tipografía utilizada en la información de contacto de todas las piezas es:

Difícil de leer
Legible y sencilla
Muy adornada
Otro: _____

6. La diagramación de todas las piezas crea:

Simetría
Orden
Dinamismo
Otro: _____

7. La diagramación utilizada en los afiches crea:

Simplicidad
Seriedad
Desorden
Otro: _____

8. Según su experiencia el material promocional crea:

Llamar la atención
Dar a conocer al grupo
Informar sobre el grupo
Otro: _____

9. Según su criterio, todas las piezas que observa:

Cumplen su función
No se conectan entre sí
Se logra identificar al grupo
Otro: _____

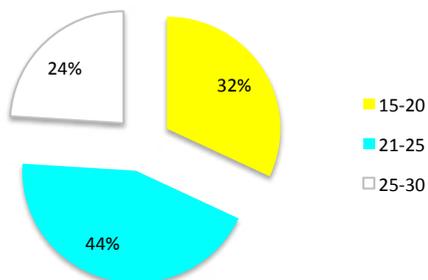
10. Según su criterio, ¿El manual de identidad cumple con ayudar al usuario a saber las formas de uso? ¿Hace falta agregar algo más al manual?

Observaciones:

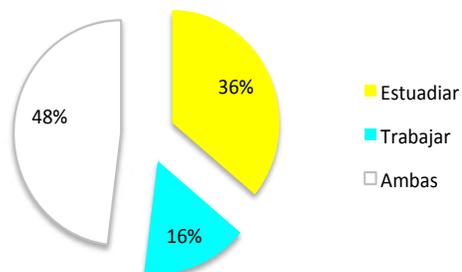
anexo 3 GRÁFICAS

Encuesta Grupo Objetivo

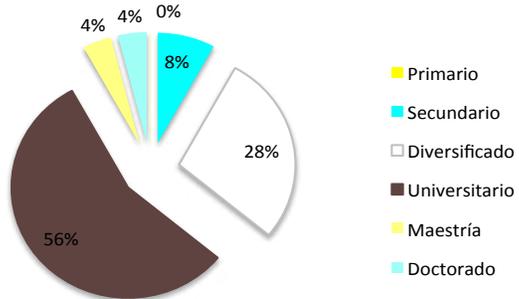
1. ¿En qué rango de edad se encuentra?



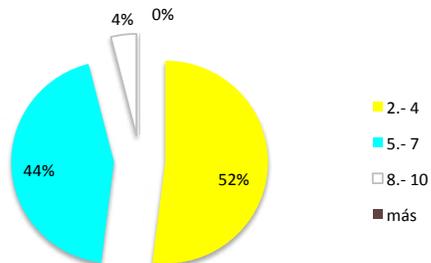
2. ¿A qué se dedica?



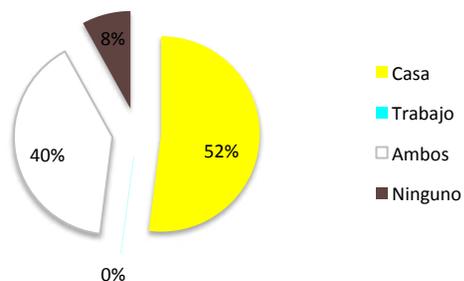
3. ¿Cuál es su nivel de estudios?



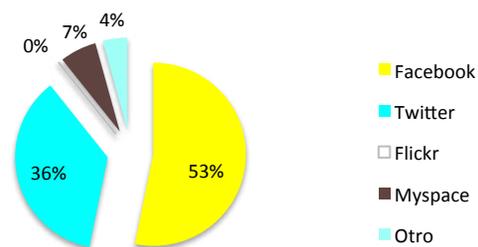
4. ¿Cuántos miembros hay en su familia?



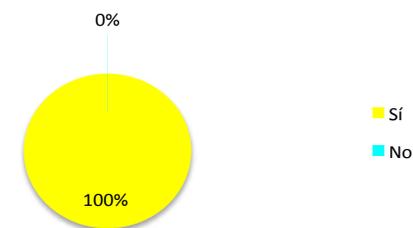
5. Cuenta con internet en:



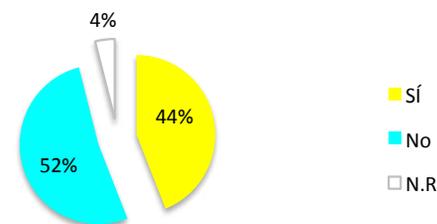
6. ¿En qué red social tiene perfil? (puede marcar más de una respuesta)



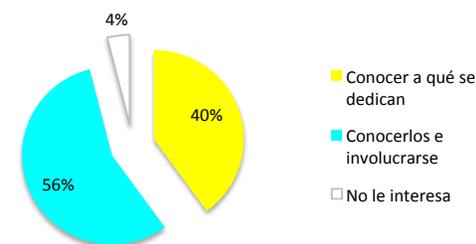
7. Considera que las redes sociales ayudarían a conocer a un grupo de personas que desea realizar obras sociales?



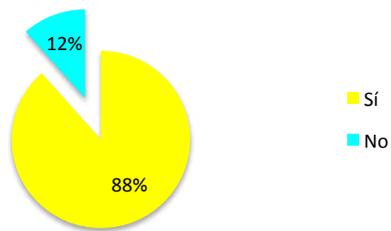
8. ¿Ha tenido la oportunidad de realizar obras sociales o pertenece a algún tipo de grupo de ayuda?



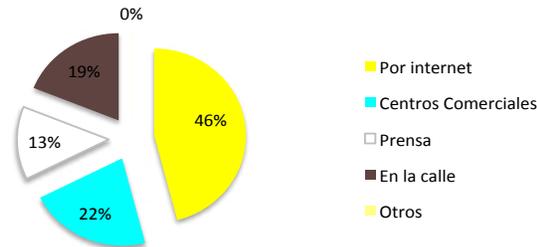
9. Si pertenece a alguna de las redes sociales mencionadas, se uniría a este tipo de grupo para:



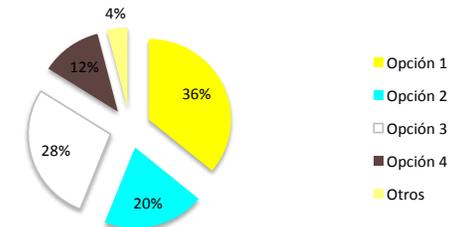
10. ¿Consideraría ser voluntario en una organización que ayuda a personas y visitar hogares de niños y ancianos?



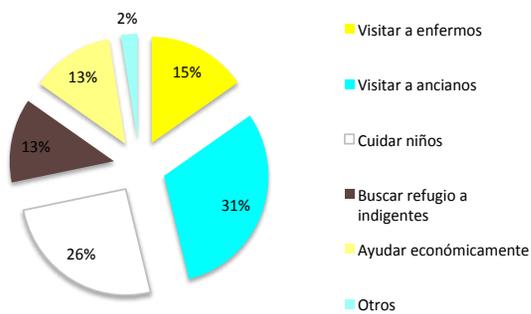
13. ¿Cómo le gustaría encontrar más información sobre grupos de ayuda social?



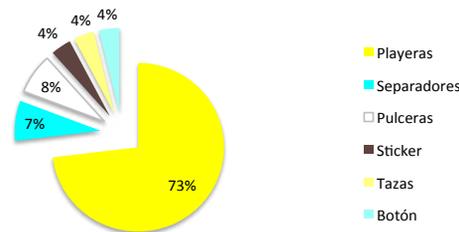
16. ¿Qué combinación de colores considera que pueden representar a estos grupos que realizan labores sociales?



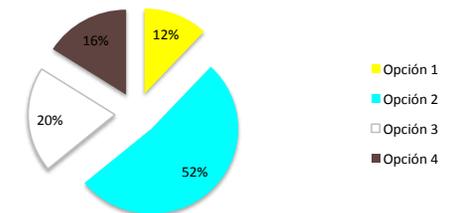
11. Si pudiera formar parte de una organización que promueva este tipo de voluntariado, ¿Qué obra social le gustaría realizar?



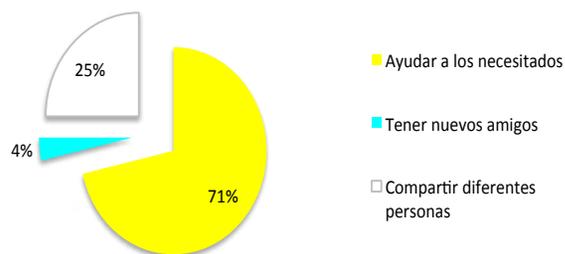
14. ¿Qué tipo de material le gustaría adquirir para colaborar con estos grupos u organizaciones que brindan esta ayuda? (puede marcar más de uno)



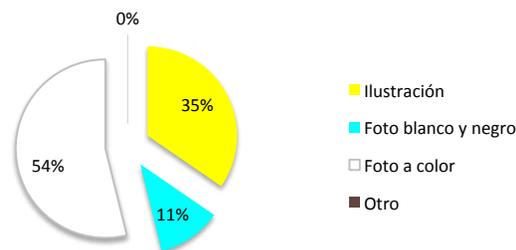
17. ¿Qué párrafo le es más cómodo para su lectura?



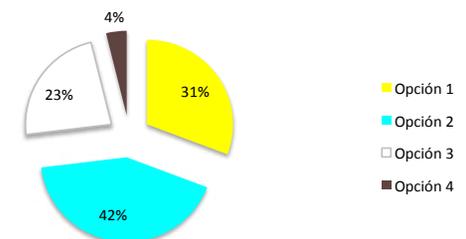
12. ¿Cuál sería la principal razón por la cual le gustaría ser voluntario?



15. ¿Qué tipo de imágenes le gustaría encontrar de grupos de ayuda en un material informativo?

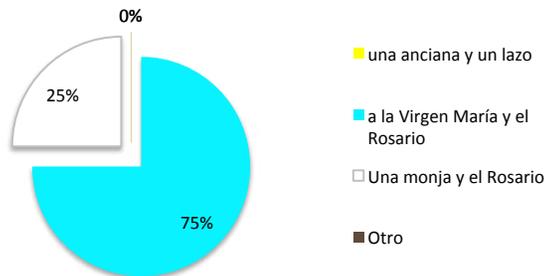


18. ¿Qué tipo de letra le es más atractiva para aplicarlo en un título?

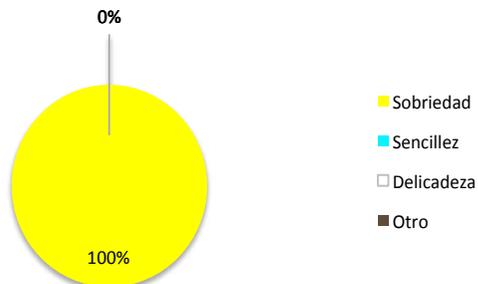


Validación Grupo Objetivo

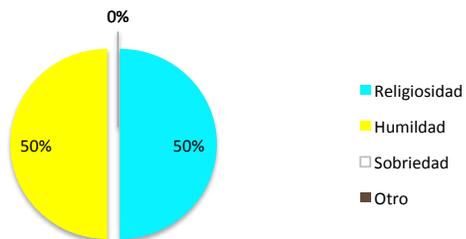
1. ¿Qué imágenes o símbolos distintivos percibe dentro del logotipo?



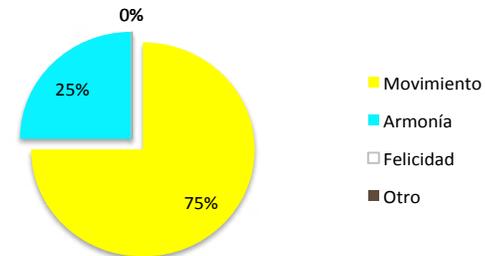
2. El tipo de letra que se utiliza en el logotipo le expresa:



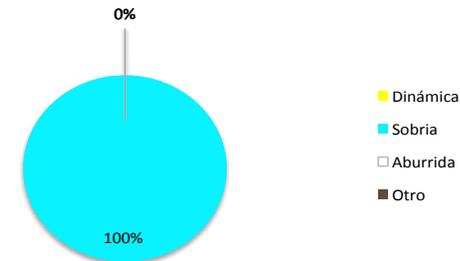
3. El color según los utilizados en la religión católica que se observan en los diferentes materiales le expresa:



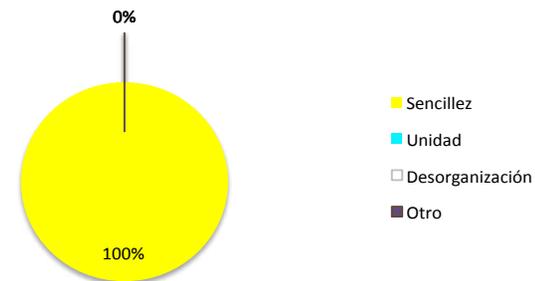
4. Las figuras y formas utilizadas en las piezas crean:



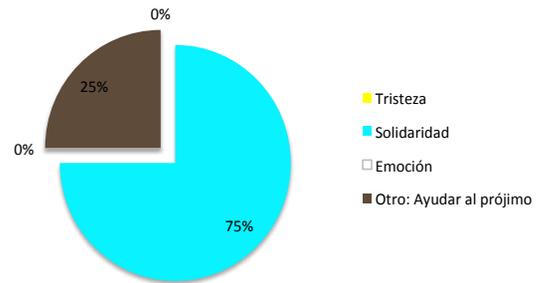
5. El tipo de letra utilizado en la información de contacto de todo el material es:



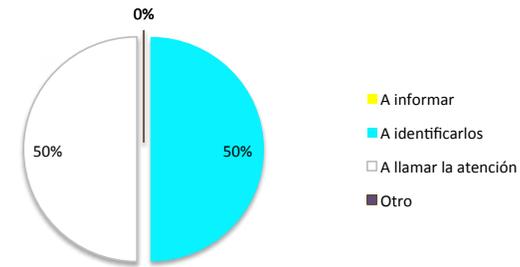
6. En los diferentes materiales, el formato le expresa:



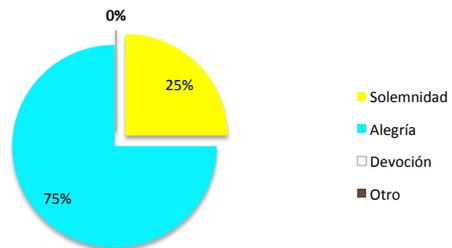
7. La fotografía utilizada para los afiches le transmite:



10. ¿De qué manera ayudan las piezas promocionales?



8. El color de fondo de cada uno de los separadores expresa:

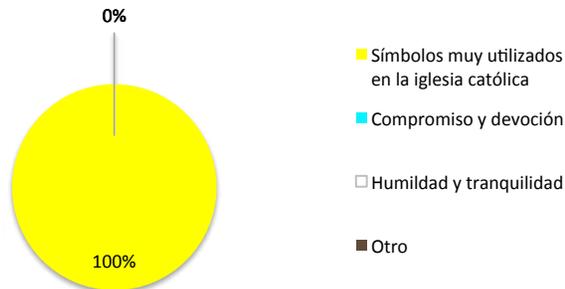


9. Cree que los elementos que se observan en las piezas promocionales crean:

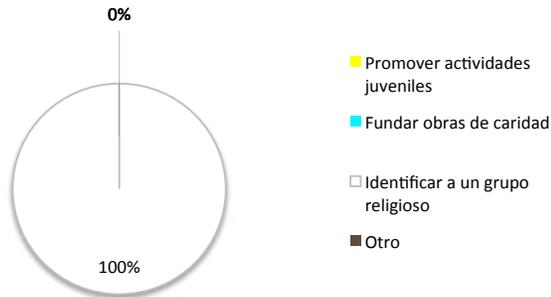


Validación Expertos en el Tema

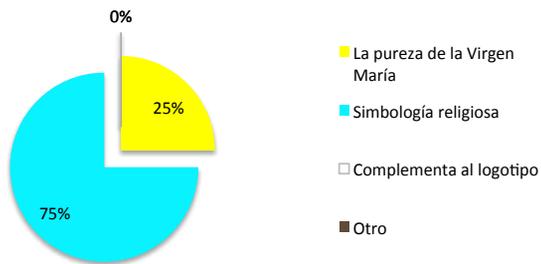
1. De acuerdo a su conocimiento y experiencia, el diseño del logotipo representa:



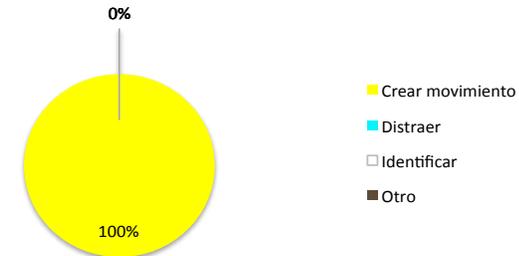
2. Según su apreciación, el logotipo puede utilizarse para:



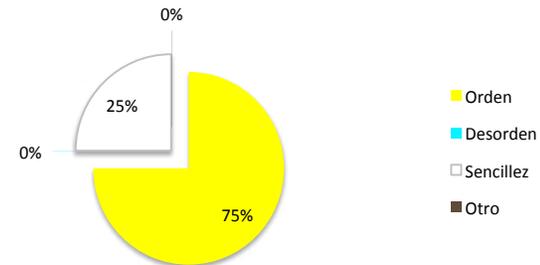
3. Cree que los colores utilizados en los diferentes materiales se asocian a:



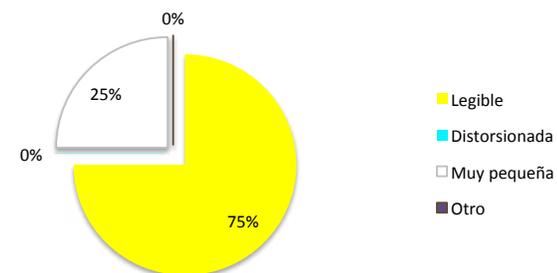
4. Las formas o figuras que se encuentran en todas las piezas ayudan a:



5. La ubicación de todos los elementos en la papelería se observa:



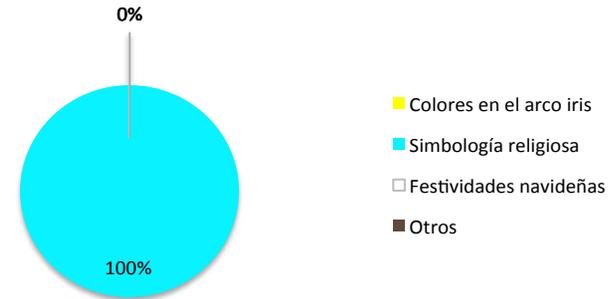
6. El tipo de letra utilizado en la información del contacto que se utiliza en los diferentes materiales es:



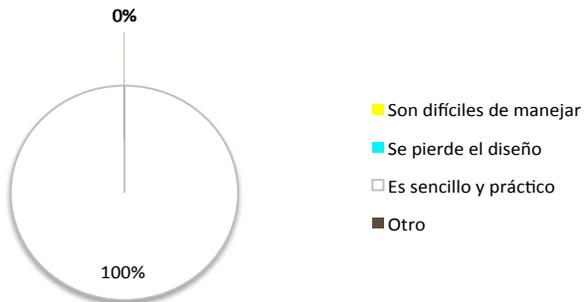
7. Cree que las diferentes tipografías utilizadas en el material son legibles en:



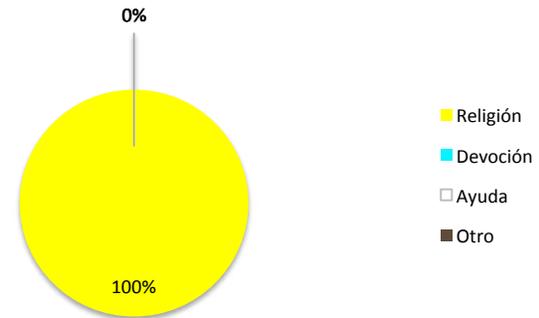
10. El color de fondo de cada uno de los separadores se asocia a:



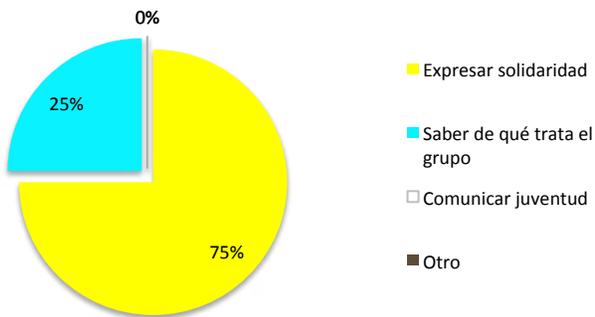
8. En cuanto al formato de la papelería, afiche y separadores:



11. Cree que el material promocional refleja:

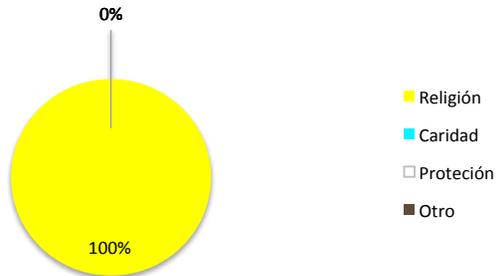


9. Las fotografías que se observan en los afiches ayudan a:

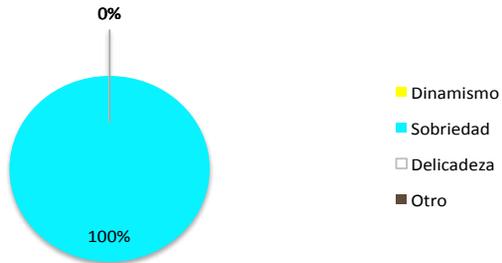


Validación Diseñadores Gráficos

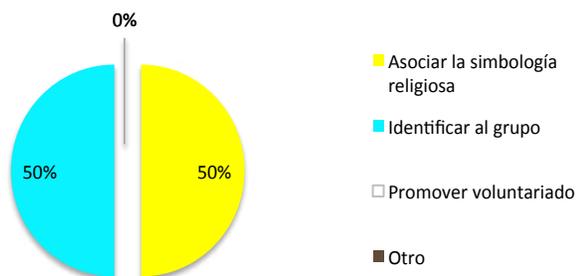
1. Considera que el nivel de abstracción de lo elementos utilizados en el logotipo ayudan a reflejar:



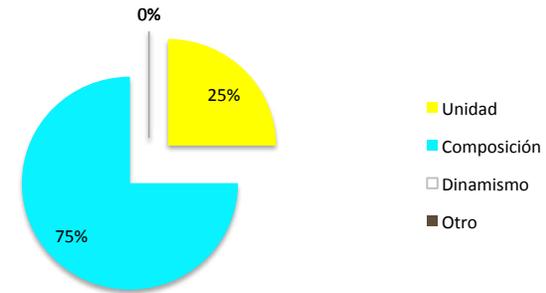
2. ¿Qué transmite el trazo de la tipografía empleada en el logotipo?



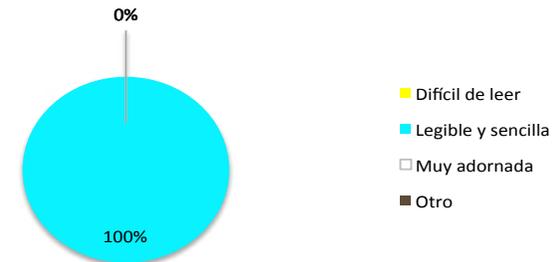
3. La paleta de colores que se utiliza en los diferentes materiales ayudan a:



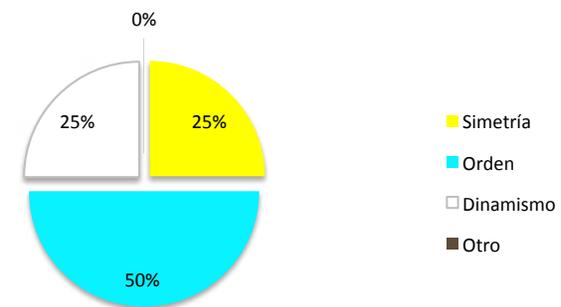
4. Los elementos gráficos utilizados en las piezas crean:



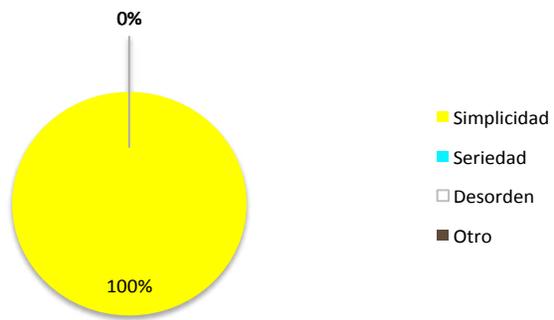
5. La tipografía utilizada en la información de contacto de todas las piezas es:



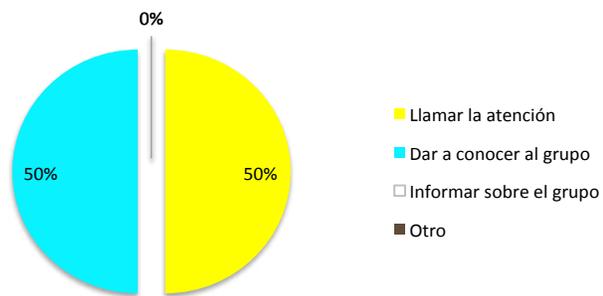
6. La diagramación de todas las piezas crea:



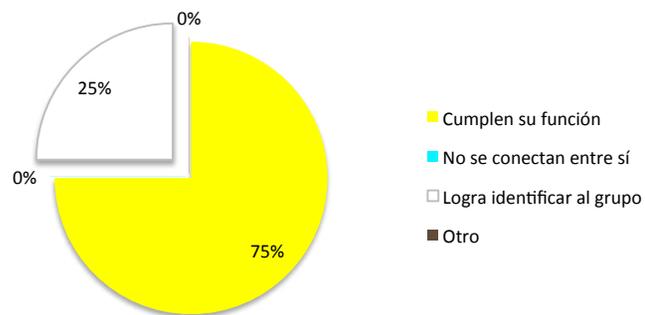
7. La diagramación utilizada en los afiches crea:



8. Según su experiencia, el material promocional crea:



9. Según su criterio, todas las piezas que observa:





Guatemala, Abril 22, 2014

Leticia Alvarado
58337519
lyap5@hotmail.com

Nos place presentarle nuestra cotización por los artículos solicitados:

Cant.:	Descripción:	Unit.:	Total:
100	Botones 2.25" full color, con gancho	Q3.60	Q360.00

IMPORTANTE:

- Los precios incluyen IVA y son exclusivamente por la cantidad solicitada y/o cotizada.
- Cualquier variación en los ítems, cantidades o los detalles descritos, afectan necesariamente al precio.
- El tiempo de entrega es de 8-10 días a partir de la aprobación o del arte final.
- Los precios están sujetos a cambios sin aviso previo.
- En la ciudad de Guatemala, se entrega a domicilio.
- En la ciudad de Guatemala, el pago es contra entrega.

Carlos López R.

(502) 4291-0099 Claro
(502) 5216-3725 MovilStar
(502) 3143-8633 Tigo

ventas@altenser.com
altenser@gmail.com
www.altenser.com

Síguenos: [Twitter](#) y [Facebook](#)

Autorizados:

Firma:	
Fecha:	



Guatemala, 30 de Abril del 2014

Estimada: Leticia Alvarado

COTIZACION

Desearándole éxitos en sus labores cotidianas, le detallo la cotización según requerimiento:

CANTIDAD	DESCRIPCION	PRECIO
100	hojas membretadas 8,5x11" Q.1 c/u bond	Q.100
100	sobres membretados 11x18cm Q. 2 c/u bond	Q.200
100	carpetas 9x11,5" Q.5 c/u texcote	Q.500
500	separadores 2x7" Q.2.50 c/u texcote	Q.1.250
1	carnet 8x11" Q.8 texcote	Q.8
150	afiches 11x17" Q.12 c/u opalina/texcote	Q.1.800
Gran Total:...		Q.3.858

Vigencia de cotización: 8 días
Elementos que proporciona el cliente: Arte final
Todo acuerdo verbal debe ser refrendado por escrito.
Favor de emitir cheques a nombre de: Servicios Litográficos Digitales, S.A.
En espera de su pronta respuesta y de servirle pronto, quedo de usted.

Atentamente,

Marco Antonio Sam
Asesor de Impresión
marco@ipress.com.gt
5694-9126

Calzada San Juan 35-41, Zona 7 Ofibod. Santander Bodega No.8 Guatemala C.A.
Teléfonos: (502) 2439.0388 / 2439.0522 - Mail: ventas@iprint.com.gt



22 Calle 0-42, Zona 3 • Guatemala
Tel.: 2221-0690 • Fax.: 2221-1679
imprentaunida@urbonet.com

Impresiones en offset
y tipográficas, encuadernación,
sellos de hule,
trabajos comerciales y sociales.

COTIZACION

DIA	MES	AÑO
26	Octubre	2013

Nombre: **Leticia Alvarado**

Teléfono:

Descripción del trabajo

150	Afiches a full-color, en textcote C. 12 con dos diseños 11x17" Q. 15 c/u	Q. 2,250
100	Hojas membretadas bond 8.5x11" Q. 2 c/u	Q. 200
100	Sobres membretados, bond oficio 11x18cm Q. 2.50 c/u	Q. 250
100	Carpetas, textcote 9x11.5" Q. 15 c/u textcote	Q. 1,500
500	Separadores 2x7" de 100-500 Q. 5 c/u textcote	Q. 2,500

Tot: **Q. 6,650**

OBSERVACIONES:

Si el pago es con cheque favor de emitirlo a nombre de JOSE R. VILLATORO BOLARIOS
ó IMPRENTA UNIDA
TIEMPO DE ENTRA ES DE 8 DIAS HABILES.

LA COTIZACION ES VALIDA DURANTE 10 DIAS.

ACEPTADO

Abono Q. _____

Saldo Q. _____

Total Q. _____

Al momento de ACEPTAR LA COTIZACION
Abonar el 60% del trabajo y al concluir el siguiente 40%
No respondemos por trabajos dejados en 10 días.

anexo 5 LISTADO DE IGLESIAS CATÓLICAS ZONAS 1 Y 2

Parroquias e Iglesias	Dirección	Teléfonos	Lunes a Viernes	Sábado	Domingo
Zona 1					
El Segrario (CATEDRAL)	7a. Av. 6-73, Zona 1	2232-7021 / 2251-2194	8:00, 12:15, 17:15	8:00 12:00, 16, 17, 18:00	8:00, 10, 12, 13, 16, 17:30,
Confesiones	Lunes, martes y viernes 15:00 a 17:00 Jueves y sábado 10:00 12:00				
El Carmen	8a. Av. 10-00, Zona 1	2232-8717	17:00	17:00	10:00
Confesiones	Lunes a viernes 16:30				
Santa Clara	8a. Av. y 13 Calle, Zona 1	2238-4744	12:00	12:00	9:30
Confesiones	Lunes a sábado 11:30				
San Agustín	11 calle 4-45, Zona 1	2232-7129	12:15	12:15	8:00, 10, 11, 12,
Confesiones	Después de cada Misa				
Nuestra Señora de los Remedios (El Calvario)	8a.ve. "A" 16-36, Zona 1	2232-9424 2251-5540	7:00, 17:00	17:00	7:00, 8:30, 10, 12, 16, 17:30
Confesiones	Después de cada Misa				
San Francisco	12 Calle 6-34, Zona 1	2232-3025	7:00, 17:00	7:00, 17:00	7:00, 10:30, 12, 17:00
Confesiones	Antes o después de cada Misa				
Beatas de Belén	14 Calle 9-30, Zona 1	2232-3505	8:00, 17:00	8:00, 17:00	8:00, 10:00
Confesiones	De Lunes a viernes de 10:00 a 12:30				
Nuestra Señora de Candelaria	13 Av. 1-12, Zona 1	2259-5276 -2251-2501	7:15, 11:00, 18:00 y 18:00	8:00, 19:00	8:30, 8:00, 8, 11, 18:00
Confesiones	Viernes a las 17:00				
Cerrito del Carmen	12 Av. y 2a. Calle, Zona 1	2232-4088	7:00,	7:00y 17:00	7:00, 9:00,11:00,17:00
Confesiones	Media hora antes de cada Misa.				
San Sebastián	8a. Av. y 2-01, Zona 1	2232-7023	Lu, Ma, Ju, Vi 7:00, 12:15, 17:30 Miércoles 7:00, 10, 12:15, 17, 18:00	12:15, 16:00	8:00, 10, 12 y, 18:00
Confesiones	Miércoles 9:00, 11:00 y 18:00				
Santa Catalina	5a. Calle y 4a. Av. Zona 1	22380589/ 22320849	17:00	17:00	9:00, 11:00 y 17:00
Confesiones	Antes de cada Misa y Domingo durante la Misa				
Santa Teresa	4a. Calle 8-55, Zona 1	2232-9124 FAX 22322681	7:00	7:00,18:00	6:30,9:30,10:00,11:30,16:30
Confesiones	Durante las Misas				
Nuestra Señora de Las Victorias	20 Av. 1-65, Zona 1	2253-115	7:0	7:00	9:00, 18:0
Sagrado Corazón de Jesús(Santa Cecilia)	26 Calle 22-46, Zona 1	2240-5100	Lu a Ju 6:15, 7:15, 17, 19:00 Vi6:15, 7:15, 19	6:30,12,17,19:00	7:00, 9,10:30,12,17,19:00
Confesiones	Todos los días 6:00, 16:00 y Domingos todo el día				
Nuestra Señora de las Mercedes	Sa. C. 11-67, Zona 1	2232-0631 / 22513119 Fax: 22519239	7:30, 12:00 y 18:00	7:30, 12:00 y 16:00	7:00, 8, 10,12, 16:00
Confesiones	Todos los días 8:00, 16:00 y Domingos todo el día				
Santa Rosa	10a. Av. 7-39, Zona 1	2232-7191	7:00	8:30	8:30
Confesiones	Martes a sábado 9 a 12 y 16 a 18, Domingos solo tarde Horarios irregulares				
San José	13 AV. 4-87, Zona 1	2251-0546	Lu, Ma y Mi 16 Viernes 19:00	18:00	7:30, 10:30
Confesiones	Horarios irregulares				
Santa María Magdalena	14 Av. 19-27, Zona 1	2238-3093	18:00	17:00 y 18:00	8:00, 11:00, 18:30
Confesiones	Jueves y Viernes de 16:00 a 17:00 / Dirección Espiritual Sábado de 9:00 a 12:00				

Santísimo Nombre De Jesús(La Recolectión)	3a. Av. 2-24, Zona 1	2251-5087 / 2232-4813	18:00	18:00	8:00, 12:00 y 18:30
Confesiones	Lunes a Viernes 17:30 y Domingo 1/2 hora antes de Misa				
Santo Domingo de Guzmán(Basilica de Ntra. Sra. del Rosario)	12 Av. 10-09, Zona 1	2232-4942/ 2232-2847	6:30, 7, 12, 17:30, 19:00	6:30, 7, 12, 17:00 y 19:00	6:30, 7:30, 8:30, 10, 12, 17 y 19:00
Confesiones	Todos los días de 15:00 a 18:30				
San Miguel Capuchinas	10a. Av. 10-51, Zona 1	2238-2126 / 2251-7477	7:30 y 17:00	7:30	9:30, 11, 19:30
Confesiones	Lunes a Viernes de 15:00 a 18:00				
Belén	13 C. 10-09, Z. 1	2232-4477	6:00 y 17:00	6:00, 12:00 y 17	6, 7:30 8:30, 10:30 12:00,19
Confesiones	Domingos antes de cada Misa				
Señor De Las Misericordias	1a. Av. 11-02, Zona 1	2232-9723 / 2251-7581	Lu 7, 12, 19:00 Ma a Vi 7 y 18,	7:00n 16:30 y 18:00	7:30, 9:00, 11:00 y 18:00
Confesiones	Después de cada Misa				
Casa Central	2a. Av. 13-12, Zona 1	2232-2323	5:00 y 6:00	7:00	8:00
Confesiones					
Santuario De Guadalupe	1a. Av. y 8a. Calle, Zona 1	2232-5333	Lu a Vi 7:00	7:00	8:00, 10, 12,17:00
Confesiones	Domingos media hora antes de Misa				
Zona 2					
Nuestra Señora De Fátima	11Ave. 9-83, Zona 2 Ciudad Nueva	2254-1535	7:00 y 19:00	7:00 y 19:00	8:00, 12:00, 19:00
Confesiones	Durante cada Misa				
Nuestra Señora de la Asunción	7a. Av. 5-45, Z. 2	2254-1354 / 2254-1277	7:00 18:30	7:00, 17 y 19:00	8:00, 10:30, 12:15 y 19:00
Confesiones	De Lunes a Viernes de 9:00 a 12:00 y de 14:15 a 16:45				