

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

INVESTIGACIÓN: Análisis de material educativo para niños no videntes. **ESTRATEGIA:** Rediseño de imagen visual, material informativo y promocional para la Dirección de la Mujer, Jocotenango.

PROYECTO DE GRADO

STEFANY ALEJANDRA ALDANA GONZÁLEZ
CARNET 11800-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

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

INVESTIGACIÓN: Análisis de material educativo para niños no videntes. ESTRATEGIA: Rediseño de imagen visual, material informativo y promocional para la Dirección de la Mujer, Jocotenango.

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR
STEFANY ALEJANDRA ALDANA GONZÁLEZ

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA 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: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. ANA ISABEL CAHUEX SOLANO

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. ANA GABRIELA ZELADA CORTEZ
LIC. JENNIFFER CAROLINA VALVERT IBARRA DE BENDFELDT
LIC. MICHELLE DE LEÓN MARROQUÍN



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428
Fax: (502) 2426 2626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016


Reg. No. DG.083-2017

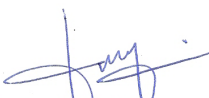
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a los doce días del mes de Julio de
dos mil diecisiete.


Carta de aprobación de asesores

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **ALDANA GONZALEZ, STEFANY ALEJANDRA**, con carné **1180013**, 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. Claudia María Aquino
Asesor Proyecto de Investigación


Lic. Juan Manuel Mouray
Asesor Proyecto Digital


Lic. Ana Isabel Cahuex
Asesor Proyecto de Estrategia

Carta de autorización de impresión



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
No. 031216-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante STEFANY ALEJANDRA ALDANA GONZÁLEZ, Carnet 11800-13 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03140-2017 de fecha 27 de noviembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

INVESTIGACIÓN: Análisis de material educativo para niños no videntes. ESTRATEGIA: Rediseño de imagen visual, material informativo y promocional para la Dirección de la Mujer, Jocotenango.

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 30 días del mes de noviembre del año 2017.



MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA
ARQUITECTURA Y DISEÑO
Universidad Rafael Landívar

Agradecimientos

A Dios, quien siempre ha estado a mi lado en todo momento, me brindaba su fuerza y me enseña que por más dura que sea la prueba se puede superar con su apoyo y a la virgen María por cuidarme siempre con ese amor de madre.

A mi familia quienes me brindaron su cariño, apoyo y paciencia a lo largo de todo el proceso universitario, a mis padre que me brindaron un apoyo incondicional y siempre creyeron en mí, a mi hermano mayor César quien es un ejemplo a seguir, a mi hermano menor Daniel por su carisma en momentos difíciles, a mis abuelos paternos quienes desde el cielo me confortaron y ayudaron a seguir adelante, a mis abuelos maternos quienes me brindaron su apoyo en distintas ocasiones y al resto de mis familiares los cuales de distintas maneras me ayudaron para lograr mi meta.

A mis amigos por todos los momentos compartidos, desvelos, locuras, etc. por siempre reconfortarme con su presencia y brindarme un apoyo incondicional.

Universidad Rafael Landívar
Facultad de Arquitectura y Diseño
Estrategia portafolio
Licda. Ana Cahuex

*Rediseño de imagen visual, material informativo y promocional para la
Dirección de la Mujer Ixcotenango*

Stefany Alejandra Aldana González
Carné: 1180013

Guatemala, Mayo de 2,017

Índice

Introducción.....	1
Familiarización con el cliente.....	2
Necesidad y Objetivos.....	4
Marco de referencia.....	5
Antecedentes del diseño.....	14
Competencia actual.....	20
Marco Teórico.....	28
Grupo objetivo.....	50
Integrantes.....	53
Integrantes potenciales.....	56
Gestión proceso de diseño.....	59
Diseño de concepto.....	62
Codificación del mensaje.....	85

Planeación de medios.....	110
Bocetaje.....	117
Propuesta preliminar.....	187
Validación de propuesta.....	197
Fundamentación del diseño.....	205
Producción y reproducción.....	242
Conclusiones y recomendaciones.....	252
Anexos.....	255

Introducción

En el mundo todo está sujeto a cambio y transformación, las personas son las que poseen cambios más frecuentemente, en su mayoría para bien, dichos cambios se basan en el desarrollo, el cual presenta acepciones diversas. En primer lugar, se puede entender como el proceso de evolución, cambio y crecimiento relacionado con un objeto, una persona o una situación determinada. Por otra parte, el término desarrollo se puede aplicar a situaciones que afectan a un conjunto de aspectos, por ejemplo, el desarrollo humano de una nación.

El desarrollo humano es un paradigma de desarrollo que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses, en Guatemala existen varias organizaciones internacionales que apoyan el desarrollo humano, pero pocas que sean nacionales, debido a que la mayoría de ayuda proviene del extranjero.

Dentro de las organizaciones nacionales que ayudan al desarrollo está la Dirección de la Mujer, se encuentra ubicada en el municipio de Jocotenango, fue fundada por la municipalidad en el año 2010 con el fin de ayudar a capacitar a las personas del

municipio, con forme fue creciendo la organización se adaptaron más áreas y actualmente aporta al desarrollo con 3, las cuales son: capacitación, salud y legal. La ayuda que brinda es completamente gratuita y se apoya de otras instituciones nacionales como APROFAM, se dirige a un grupo objetivo D+ que son personas que solo poseen educación hasta nivel diversificado y buscan aprender oficios para poder desarrollarse, en su mayoría son mujeres las cuales buscan aportar económicamente en base a trabajos que puedan realizar en el hogar.

Pero la mayoría del municipio no asiste, esto debido a que la organización no posee una imagen visual con la cual darse a conocer, ya que normalmente maneja la imagen de la municipalidad en sus piezas, lo que dificulta el reconocimiento y participación por parte del grupo objetivo. Por lo que se creó una imagen basada en los estudios de: antecedentes, competencia, grupo objetivo y presupuesto, para que la organización se pueda dar a conocer en el municipio, apoyando de mejor forma al desarrollo del mismo.

Según Francisco Meléndez 2008, de forma gradual, la población femenina ha ido sumándose al mercado laboral. Primero ocupando puestos tradicionalmente femeninos, como maestra, secretaria, enfermera o puericultora, hasta la situación laboral actual, en que las mujeres nos encontramos prácticamente en todos los sectores profesionales. Hoy muchas mujeres ostentan cargos de poder en el trabajo. El acceso al empleo remunerado ha supuesto para la mujer el reconocimiento de un derecho identificado en la Constitución y la posibilidad de independencia económica con el consiguiente refuerzo de su desarrollo personal.



Familiarización con el *Cliente*

Dirección de la Mujer

La Oficina de la mujer es una organización la cual inicia sus actividades en el 2010 así llamada hasta el año 2015, ahora conocida como Dirección de la mujer, presta servicios de apoyo a las personas de Municipio de Jocotenango en las siguientes áreas: legales, capacitación y salud.

Su misión es promover el desarrollo integral de la mujer y su participación en todos los niveles de la vida económica, política y social de Guatemala, al iniciar solo contaba con el área de capacitación la cual era apoyada por la Municipalidad, al desarrollarse más la organización se implementó el área de salud apoyada por APROFAM y el área legal la cual cuenta con un abogado y un psicólogo. No existe límite de edad para participar en esta organización, sin embargo, existe rango de 16 a 60 años para las personas que llegan a participar en las actividades.

En el municipio de Jocotenango existen diferentes organizaciones que brindan ayuda a los habitantes del mismo como INTECAP y Gabrileas, una de las ventajas que posee la Dirección de la Mujer sobre las otras organizaciones es que ofrece las áreas de salud, legal y capacitación, y es totalmente gratuita. A diferencia que el INTECAP y Gabrileas solo ofrecen el servicio de capacitación y cobran por ese servicio.

Actualmente la Dirección de la Mujer se da a conocer en eventos de la municipalidad, siendo el más importante la feria de Jocotenango en la cual ponen a la venta los productos que realizaron en los cursos como: productos de limpieza, manualidades, pintura en tela, etc. Se colocan afiches en postes de la villa pública siendo el mercado una de las más importantes y se distribuye material informativo como trifolares y volantes.

Hace falta distribuir más la información en el municipio de Jocotenango para que todos sus habitantes estén informados sobre todas las actividades que se realizan en la organización y conocer

los beneficios que les aporta ser parte de la misma. Al momento de un aumento en la participación de los habitantes jocotecos en los cursos que imparte la Dirección de la Mujer se sabrá que la nueva imagen y forma de distribuir información está siendo efectiva.

Para realizar el proyecto se posee un presupuesto de Q3,000.00 destinados a la publicidad de la organización que se divide en los materiales impresos a desarrollar, cuentan con la ayuda de la Municipalidad la cual tiene un acuerdo con la imprenta Copia Fiel de Antigua Guatemala.

2 *Comprensión y definición del problema o necesidad*

En el municipio de Jocotenango departamento de Sacatepéquez se fundó la Dirección de la Mujer, con la finalidad de ayudar a la población del Municipio a desarrollarse tanto laboral como espiritualmente. Actualmente carece de una identidad que facilite su reconocimiento en el municipio, lo cual dificulta que las personas participen y se integren a la organización.

Asimismo hace falta informar a los habitantes de Jocotenango y promocionar las actividades que la organización planifica en bien de ellos, para el desarrollo de las personas como del municipio.

3 *Objetivos*

Desarrollar la imagen visual de la Dirección de la Mujer para facilitar su reconocimiento por parte de las personas del municipio de Jocotenango, y que permita transmitir el concepto de desarrollo y ambiente familiar que se desea.

Realizar material informativo/divulgativo para que los pobladores puedan participar en las actividades e integrarse a la organización.

Proponer material promocional para que permita a los integrantes un sentido de pertenencia a la Dirección de la Mujer, y para que los integrantes potenciales tengan la marca presente en el municipio de Jocotenango.

A continuación, se presentará a profundidad la información de la Dirección de la Mujer, cuáles son las áreas que se manejan en la organización, cómo funciona y cuáles son sus metas. Se presenta un análisis de los antecedentes de la imagen visual que ellos manejan actualmente tomando en cuenta los aspectos positivos para el nuevo diseño de la organización.

Se analiza a la competencia para saber cuáles son las actividades que dichas organizaciones realizan, cómo manejan su imagen visual y qué imagen corporativa proyectan al municipio.

4

*Marco
de
Referencia*



img 02 Dirección de la Mujer8

Nombre: Dirección de la Mujer

Dirección: Primera Avenida Los Ángeles
Zona 3 Jocotenango

Directora: Laura Morales

Contacto: Vilma Solorzano

Cargo: Asesora



Según Laura Morales (2015) en el Municipio de Jocotenango la Municipalidad quiso crear un área que ofreciera ayuda a lo Jocotecos totalmente gratuita, en 2010 implementan la Oficina de la mujer la cual mantiene ese nombre hasta el 2015 y cambia a Dirección de la mujer, esta organización ofrece capacitaciones, jornadas de salud y ayuda en el área legal a la población, actualmente posee 12 cursos activos en el área de capacitación, acuerdos con APROFAM para realizar las jornadas de salud y cuenta con un abogado y un psicólogo para brindar el apoyo en el área legal.

Misión

Promover el desarrollo integral de la mujer y su participación en todos los niveles de la vida económica, política y social de Guatemala.

Visión

Dirección Municipal de la mujer institucionalizada en la estructura Municipal, incidiendo, impulsando, elaborando y asesorando la formulación de políticas públicas municipales con equidad de género y apoyando procesos de empoderamiento de las mujeres como gestoras de su propio desarrollo.

Área de *Capacitación*

Al iniciar la Dirección de la Mujer esta era la única área con la que se contaba, capacitando a las personas del municipio solo en 3 áreas: cocina, manualidades y costura. Actualmente posee 12 talleres de capacitación activos dentro de los cuales se pueden mencionar: pintura en tela, bisutería, piratería, canastas plásticas, etc.

Los cursos se imparten en el periodo de febrero a octubre, la razón por la cual terminan en este mes es que a partir del mes de noviembre se imparten cursos para niños en los cuales aprenden a hacer manualidades y cocina navideña.

Son totalmente gratuitos y para las personas que desean vender lo realizado en los cursos la Municipalidad apoya cediendo un lugar en la feria Jocotenango para que puedan exponer sus trabajos.

Según emprendepyme 2016, los beneficios que trae capacitar una persona son:

- Ayuda a la persona a solucionar problemas y tomar decisiones.

- Favorece la confianza y desarrollo personal.
- Ayuda a la formación de líderes.
- Mejora las habilidades de comunicación y de manejo de conflictos.
- Aumenta el nivel de satisfacción con el puesto.
- Ayuda a lograr las metas individuales.
- Favorece un sentido de progreso en el trabajo y como persona.
- Disminuye temores de incompetencia o ignorancia.



Cursos

Impartidos en el 2016



img 03 talleres 9

Área de *Salud*

Una de las áreas que ofrece la Dirección de la Mujer para las personas del municipio de Jocotenango es la de salud, esta se maneja con apoyo de APROFAM, se fijan fechas para las jornadas totalmente gratuitas y se realizan en el salón municipal de Jocotenango, las jornadas más comunes son las de castración, vacunación y visión. Debido a la escases de llegadas de doctores a donación solo se practican de 2 a 3 jornadas durante el año.

La ayuda no solo se basa en las jornadas sino que también llegan expertos en temas de la sexualidad e imparten charlas como planificación familiar o métodos anticonceptivos para que las personas puedan llevar una vida sexual sana.

En ocasiones llegan donaciones de medicamentos a la organización, las personas a cargo de esta área revisan el historial de las personas que han asistido a las jornadas y verifican que personas necesitan el medicamento para hacerles entrega del mismo.

Según la Guía internacional de la sexualidad, junio 2006, UNESCO. Los beneficios que tiene educar sexualmente a las personas son:

- Disminuye la desinformación, o mala información entre jóvenes.
- Aumenta el conocimiento certero.
- Clarifican y solidifican en forma positiva los valores y actitudes.
- Incrementa las habilidades para tomar decisiones responsables.
- Retrasan el inicio sexual y reducen el número de parejas sexuales.
- Mejora la percepción acerca de las normas de presión grupal.
- Aumenta el uso de métodos anticonceptivos.
- Incrementa la comunicación con los padres y otros adultos de confianza.



Jornada

salud dental y visual



img 05 jornada legal15

Área *Legal*

Esta área de la Dirección de la Mujer fue implementada para poder ayudar a las personas que no pueden pagar un abogado, pero necesitan ayuda legal, actualmente cuentan con un abogado y un psicólogo los cuales brindan su servicio totalmente gratuito a las personas del municipio, se pueden encontrar 2 veces a la semana en las instalaciones de la Dirección de la Mujer.

La mayoría de personas acuden para solventar problemas de maltrato familiar o pensiones alimenticias. Lo que se realiza generalmente es solo darle seguimiento al caso y si algún niño sufrió algún maltrato se aboca con el psicólogo para que lo pueda tratar.



Jornada

de área legal

img 04 jornada legal<Sin vínculo de intersección>

A continuación se realizará un análisis de las piezas que actualmente utiliza la Dirección de la Mujer como imagen visual, la cual durante 5 años se ha buscado que se desligue de la imagen visual de la Municipalidad de Jocotenango, dando paso a una propia con la cual pueda darse a conocer y expresar de mejor forma la identidad corporativa que se desea transmitir en el Municipio.

4.1

Antecedentes Del *Diseño*

Logotipo

Color celeste: color oficial que utiliza la municipalidad y se aplicó para no desligarse por completo la imagen visual.

Color rosado: se utiliza para representar la feminidad

Siglas OM: significan oficina de la mujer, dentro de la O se aprecia una abstracción del rostro de una mujer para reforzar más el mensaje, la tipografía utilizada es sans serif y de bordes redondeados debido a que otra forma de representar a la mujer es con trazos curvos.

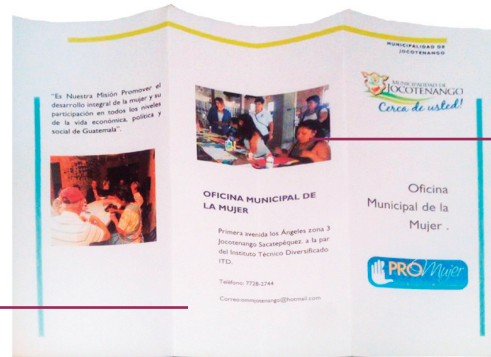
No es reproducible debido a los degradados y sombras que manejan en el logotipo.

Logotipo utilizado hasta el 2015



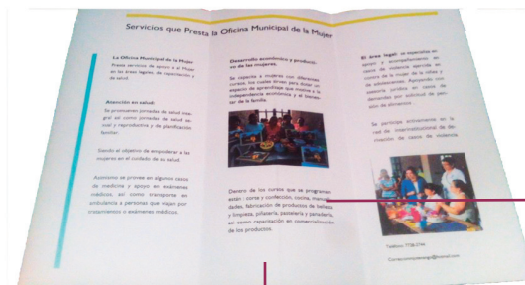
Trifoliar

Es de fácil reproducción porque está diseñado para poder reproducirse en impresora estándar.



Las imágenes ayudan a reforzar el mensaje que se desea transmitir debido a que son de las actividades que se promocionan en el material informativo.

Posee la información necesaria para que las personas se interesen en el tema.



La pieza no es innovadora debido a que utilizan el formato de la forma estándar y la diagramación no es dinámica.

Material informativo utilizado por la Dirección de la Mujer

No capta la atención del grupo objetivo debido a la falta de diseño en la pieza.

Ficha informativa

Es de fácil reproducción porque la pieza está diseñada para poder ser reproducida en impresora estándar.

La diagramación no es atractiva debido a que no existe dinamismo en la misma.

Oficina Municipal de la Mujer
MUNICIPIO DE JOCOTENANGO
GOBIERNO DEL ESTADO DE QUERÉTARO

CALENDARIO DE CURSOS DE LA OFICINA MUNICIPAL DE LA MUJER DE JOCOTENANGO

CURSO	DÍA Y FECHA	HORA	LUGAR DÓNDE SE IMPARTE
CORTE Y CONFECCIÓN (BLANCOS)	INICIA LUNES 14 DE MAYO CADA 8 DÍAS	2:00 A 4:30 P.M.	SALÓN MUNICIPAL
FRUTAL IMPARTIDO POR CLARIBEL REYNA, SOSEP	DÍA LUNES 14 DE MAYO CADA 15 DÍAS	9:00 A 11:00 A. M.	SALÓN MUNICIPAL
BORDADO TÍPICO, IMPARTIDO POR ROSALVA SIAN CHILE, DIGEEEX	INICIA LUNES 4 DE JULIO CADA 8 DÍAS	9:00 A 11:30 A. M.	SALÓN MUNICIPAL
DECORPAGE IMPARTIDO POR CLARIBEL REYNA, SOSEP	DÍA LUNES 14 DE MAYO CADA 15 DÍAS	2:00 A 4:30 P.M.	SALÓN MUNICIPAL
BAR TENDER IMPARTIDO POR MARIO MARQUEZ, OMAM	INICIA MARTES 3 DE MAYO CADA 8 DÍAS COSTO Q. 75.00 POR 3 MESES	9:00 A 11:00 A. M.	SALÓN MUNICIPAL
BORDADO EN LISTÓN, MONICA MARROQUÍN, DIGEEEX	INICIA MARTES 17 DE MAYO CADA 8 DÍAS	2:00 A 4:30 P.M.	SALÓN MUNICIPAL
PINTURA EN TELA, IMPARTIDO POR CLARIBEL REYNA, SOSEP	DÍA MIÉRCOLES 27 DE ABRIL CADA 15 DÍAS	2:00 A 4:30 P.M.	SALÓN MUNICIPAL
BISUTERÍA, IMPARTIDO POR MONICA MARROQUÍN, DIGEEEX	INICIA MIÉRCOLES 18 DE MAYO CADA 8 DÍAS	2:00 A 4:30 P.M.	SALÓN MUNICIPAL
GARNISH, IMPARTIDO POR LUIS CASTILLO, DIGEEEX	INICIA JUEVES 28 DE MAYO CADA 8 DÍAS	2:00 A 4:30 A.M.	SALÓN MUNICIPAL
ELABORACIÓN DE CANASTAS PLÁSTICAS, DIGEEEX	INICIA LUNES 11 DE JULIO	2:00 A 4:30 P.M.	SALÓN MUNICIPAL
PIRATERÍA IMPARTIDO POR MILDRED ALVAREZ, DIGEEEX	07 DE JUNIO	2:00 A 4:30 P.M.	SALÓN MUNICIPAL

No da la información necesaria para que las personas estén enteradas de todas las actividades que se realizan en la Dirección de la Mujer.

Material informativo utilizado por la Dirección de la Mujer

Tarjeta de presentación

La imagen visual que se utiliza en la pieza es de la Municipalidad de Jocotenango por lo que no identifica a la Dirección de la Mujer.

La pieza no presenta innovación en su diagramación ya que no es dinámica.



El tamaño de la pieza es ideal debido a que utilizan el formato estándar.

La información que se maneja en la pieza es completa porque posee todos los datos necesarios para poder comunicarse con la persona.

Uniforme

Posee el logotipo de la Municipalidad de Jocotenango por lo que no se puede diferenciar de una persona que labora en la municipalidad y una que labora en la Dirección de la Mujer.



El tipo de uniforme no favorece a las personas que realizan trabajo de campo en la Dirección de la Mujer, ya que están en constante movimiento y en contacto con pinturas y alimentos.

En Jocotenango existen diferentes organizaciones las cuales brindan ayuda al municipio la mayoría destinadas a niños, pero también existen las destinadas a ayudar a los jóvenes y adultos dentro de las cuales podemos mencionar el INTECAP y las Gravileas ambas organizaciones privadas. Existen varias diferencias entre estas organizaciones y la Dirección de la Mujer dentro de las que podemos resaltar son: la Dirección de la Mujer es completamente gratuita, las demás organizaciones solo poseen el área de capacitación, La Dirección de la Mujer provee ayuda a todos los miembros de la familia.

4.2

Competencia

Actual



img 06 intecap23

Los trabajadores y del recurso humano por incorporarse al mundo laboral. Desde hace más de 44 años, promueve por delegación del Estado y con la contribución del sector privado, el desarrollo del talento humano y la productividad nacional.

Mundialmente se reconoce que la aplicación de estrategias de capacitación permite incrementar los niveles de la competitividad de las economías, la mejora en la eficacia y eficiencia de sus productos y servicios, así como la mejora en la calidad de vida del ser humano en general.

Uno de los mayores éxitos de esta institución es que se moderniza con los años.

El proyecto de modernización incluyó los aspectos siguientes:

Cambios en los procesos tanto de valor como de apoyo.

Definición de los conceptos de visión, misión y valores.

Rediseño de los procesos técnicos metodológicos y administrativos.

Establecimiento de la importancia de orientar a la institución hacia la calidad total.

Establecimiento de una estructura organizativa horizontal.

Resultados de la Modernización:

Una mejor ubicación del recurso humano interno.

El establecimiento de una regionalización administrativa y operativa.

La implementación de mejoras en la imagen institucional.

La implantación de una metodología para la formación profesional basada en las competencias laborales.

La identificación precisa de los clientes del INTECAP. Se reconocen como clientes a los empresarios, a los trabajadores y la población económicamente activa en general.

Logotipo

La “i” estilizada que toma forma humana, haciendo referencia al principal recurso con que cuenta la Institución y hacia el cual se dirige sus servicios.

El símbolo de la persona es el elemento gráfico que mejor connota la labor de capacitación que realiza el INTECAP por las siguientes razones: Una persona digna, en pie, que crece, que avanza productiva

Está en primer plano, por lo que cualquier persona se identifica con él y se siente parte del mismo.

Envía un mensaje claro, directo y sencillo a nivel universal y su impacto es inmediato



Color Verde:
Connota juventud, frescura, calidad, naturaleza, vida, esperanza, sobriedad y tranquilidad.

Color Azul:
Connota infinidad, frescura, integridad, estabilidad, formabilidad, respeto y majestuosidad.

Dentro de su amplio portafolio de material informativo los que más utilizan para promocionar sus cursos son: el afiche informativo, publicaciones en redes sociales y tríptico. Los afiches y trípticos se colocan dentro del municipio donde se impartirán los cursos, estos poseen la información básica para que las personas del Municipio se enteren de los nuevos cursos, dicha pieza está en constante cambio ya que cada 3 meses renuevan cursos.

Material informativo

Color Azul:
Connota infinitud, frescura, integridad, estabilidad, formalidad, respeto y majestuosidad.

La oportunidad de superarte está aquí.

CENTRO DE CAPACITACIÓN GUATEMALA 3 **#HazCrecerTuTalento**

Seminarios

PAN DE YEMAS Y PIRUJO ESPECIAL
Martes 6 de mayo de 13:00 a 17:00 horas
Inversión Q50.00

UNAS ESCULTURALES Y TÉCNICAS DE DECORADO
Lunes 5 de mayo al 9 de junio de 13:30 a 16:30 horas
Inversión Q100.00

HELADO CREMOSO DE CHOCOLATE
Martes 13 de mayo de 13:00 a 17:00 horas
Inversión Q50.00

Cursos

PRINCIPIOS DE JARDINERÍA
Del 4 de mayo al 22 de junio
Domingo de 8:00 a 13:00 horas
Inversión Q 100.00

COCINA THAILANDESA
Del 8 de mayo al 17 de julio
Jueves de 8:00 a 12:00 horas
Inversión Q 100.00

PEINADOS Y ACABADOS FINALES
Del 9 de mayo al 18 de julio
Viernes de 13:00 a 17:00 horas
Inversión Q 100.00

MANUALIDADES EN FOAMY II
Del 12 de mayo al 4 de agosto
Lunes de 13:00 a 17:00 horas
Inversión Q 100.00

COCINA SALUDABLE
Del 15 de mayo al 24 de julio
Jueves de 12:30 a 16:30 horas
Inversión Q 100.00

COCINA GUATEMALTECA
Del 21 de mayo al 30 de julio
Miércoles de 8:00 a 12:00 horas
Inversión Q 100.00

TÉCNICAS MODERNAS DE BISUTERÍA
Del 17 de mayo al 19 de julio
Sábado de 8:00 a 13:00 horas
Inversión Q 100.00

MASAJE ESTÉTICO RELAJANTE
Del 5 de junio al 4 de septiembre
Jueves de 13:30 a 16:30 horas
Inversión Q 100.00

WINDOWS 7 Y OFFICE 2010 E INTERNET INICIAL
Del 3 de mayo al 9 de agosto
Sábado de 8:00 a 12:00 horas
Inversión Q 200.00

Antecap ES PARA TODOS
QUEREMOS QUE TODO EL PAÍS SALGA ADELANTE

CENTRO DE CAPACITACIÓN GUATEMALA 3
11 Avenida "A" 11-47, Zona 7, Colonia La Verbenia

img 07 intecap25

Posee la información necesaria para que las personas se interesen en el tema.

Posee 2 personajes un hombre y una mujer en ilustración digital los cuales los incluyen en la mayoría de su material gráfico que anuncia cursos.

Las Gravileas



img 08 Las Gravileas26

El Centro de Capacitación para la mujer artesana Las Gravileas está localizado en Santa Catarina Bobadilla, una aldea de la Antigua Guatemala. Inició sus actividades en 1997 y ofrece cursos a unas 450 mujeres, en su mayoría indígenas de idioma kaqchikel, provenientes de 27 comunidades.

Uno de los objetivos es facilitar que las mujeres puedan comercializar sus productos razonablemente. Para lograrlo, en todos los cursos se incluyen nociones sobre administración básica de negocios. Ahí aprenden a calcular costos de producción, precio de venta al público, estimaciones de demanda, control de calidad y todo lo relacionado con el comercio artesanal. Desde Las Gravileas, además, se organizan eventos demostrativos de los productos de las alumnas y se ofrecen a entidades que buscan ese tipo de servicios.

Las Gravileas se sostiene con la colaboración de organismos internacionales, personas de la empresa privada y particulares. Capacitar a una alumna cuesta US\$ 10.00 mensuales. Una cifra pequeña, si se piensa en los beneficios que representa para cada mujer y su familia, se tiene en mente llegar a atender a más de 500 artesanas.

4.3 Información del tema

Desarrollo de comunidades o agrupaciones

Desarrollo

La palabra desarrollo presenta acepciones diversas. Según Venemedia (2014) en primer lugar, se puede entender como el proceso de evolución, cambio y crecimiento relacionado con un objeto, una persona o una situación determinada. Por otra parte, el término desarrollo se puede aplicar a situaciones que afectan a un conjunto de aspectos, por ejemplo, el desarrollo humano de una comunidad.

Desarrollo Humano.

El Desarrollo Humano es un paradigma de desarrollo que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Según Julian Perez (2005) comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa de acuerdo con sus necesidades e intereses. Las personas son la verdadera riqueza de las naciones. Por lo tanto, el desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda vivir una vida que valore. El desarrollo es entonces mucho más que el crecimiento económico, que constituye sólo un medio si bien muy importante para que cada persona tenga más oportunidades.

se refiere al proceso mediante el cual se diseñan posibilidades para que una comunidad de habitantes tenga opciones y ofertas en pro de la mejora educativa, laboral, material, recreativa y cultural. Según Claudia Echeverría (2010) el Desarrollo Humano se fundamenta en incrementar el bienestar integral de las personas, no solo de manera material, si no también de manera espiritual. El Desarrollo Humano en países cuyo desarrollo se torna sustentable ofrece métodos, soluciones, guías y misiones que ayudan a personas de bajos recursos a tener un mejor estilo de vida. La educación juega un papel fundamental en la materia, ya que la mejor forma de implementar el Desarrollo Humano es desde la niñez, inculcando los buenos principios y la conservación del ambiente, para que en un futuro, ese pequeño administre bien su estilo de vida y si es capaz de brindar ayuda a los demás lo haga sin necesidad de fomentar algún tipo de discordia en la comunidad.

Desarrollo económico.

Según Ana Gardey (2008) es entendido como un proceso donde las condiciones de bienes y servicios se encuentran en estado creciente y al alcance de todos los grupos sociales que conforman la comunidad. Una sociedad donde existe un buen desarrollo económico presenta características de integración económica y social y tendría menos personas viviendo en la marginalidad. Para conseguir el desarrollo económico los países se guían por los principios pautados por la ONU, donde se reafirman las medidas macroeconómicas siempre y cuando estén desarrolladas en pos de una mejor producción que mejore las condiciones de vida de las sociedades.

Dentro de esas medidas se brinda especial atención al desarrollo humano, que no solamente engloba las necesidades económicas, sino también las intelectuales y culturales. Por eso, un país en desarrollo debería ofrecer una mejor formación a sus ciudadanos y una guía para que las capacidades adquiridas de dicha formación pueden ser llevadas a la experiencia laboral, ejerciendo una actividad eficiente en lo económico, social, cultural y político. Los conceptos que están íntimamente relacionados con el desarrollo económico son: aumento del ingreso real per-

cápita y aumento de la productividad per cápita real en todas las ramas económicas que se encuentren afectadas.

Capacitación

Según Victor Azurdia (2000) en términos generales, capacitación refiere a la disposición y aptitud que alguien observará en orden a la consecución de un objetivo determinado.

Básicamente la Capacitación está considerada como un proceso educativo a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado a través del cual el personal administrativo de una empresa u organización, por ejemplo, adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto la organización en la cual se desempeña.

Instituciones públicas que buscan el desarrollo humano en Guatemala.

Agencia Financiera de Desarrollo (AFD)

Banco Nacional de Ahorro y Préstamo para la Vivienda (BANAVI)

Caja de Jubilaciones y Pensiones de Empleados de Bancarios

IGSS instituto guatemalteco de seguridad social

SAT superintendencia de administración tributaria

Dirección de la Mujer

Fondo Ganadero

Universidad Nacional de Villarrica del Espíritu Santo (UNVES)
Municipalidades

Instituciones públicas

Es toda aquella institución que depende del Gobierno para funcionar, el acceso es totalmente gratuito en algunas o si llegan a cobrar es menos del 50% de lo que cobraría una institución privada. La función principal de estas instituciones es la del buscar el desarrollo de la comunidad en la cual se establecen.

Según Flores Godoy (2009) La razón de ser de las instituciones públicas es servir al desarrollo de la sociedad de la cual es producto. Este principio debe ser rector en toda la actividad. Solamente cuando seamos capaces de anteponer el bien común y el desarrollo de dichas instituciones se puede avanzar hacia la construcción de sociedades más justas y humanas.

Es muy común observar dentro de estas instituciones un irrespeto por las mismas leyes que los rigen. En muchos casos los que representan la institución crea una estructura de control de las instancias responsables de velar por la correcta aplicación de la ley, volviéndose cómplices de ese estado de cosas.

Municipalidad

La Municipalidad es el ente del Estado responsable del gobierno del municipio, es una institución autónoma, es decir, no depende del gobierno central. Se encarga de realizar y administrar los servicios que necesita una ciudad o un pueblo.

Una función importante de la Municipalidad es la planificación, el control y la evaluación del desarrollo y crecimiento de su territorio. También se presta especial atención a los aspectos sociales y a buscar contribuir a mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Los recursos necesarios para proveer los servicios y realizar obra, la Municipalidad los obtiene principalmente del pago de arbitrios, como boleto de ornato, Impuesto Único sobre Inmuebles (IUSI), y tasas que se cobran en algunas gestiones.

Comunidad Municipalidad

Según Mario Catavi (2013) es más que un grupo, es la complejidad de relaciones sociales de una población entre sí, con su territorio local y el ecosistema, con las poblaciones del ámbito municipal, y con contextos socio ambientales más amplios que la propia localidad. En el territorio local se expresan las relaciones de poder en tensión de diferentes grupos y clases sociales, así como relaciones de

cohesión para distintos fines colectivos. Integra diversas formas organizativas para atender sus necesidades vitales, cuenta con una estructura organizativa de instituciones públicas, de organizaciones sociales, de organismos privados, ayuntamiento municipal, agencia, delegación política, subdelegación, centro de salud, escuelas, mercados, asociaciones civiles, entre otras.

Suele estar encabezado por un alcalde, intendente, presidente de comuna o presidente municipal, que ostenta la presidencia de la administración local y del pleno municipal, y formado por los concejales, ediles o regidores que, reunidos en pleno, ejercen la potestad normativa a nivel local. En algunos casos los ayuntamientos de pueblos pequeños se gobiernan por algún tipo de sistema asambleario, como el tradicional que en España se denomina consejo abierto, o consejo deliberante.

Comunidad

Es un grupo de individuos que tienen ciertos elementos en común, tales como el idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, un barrio, por ejemplo, estatus social o roles. Por lo general, en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades generalmente por signos o acciones, que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada.



Desarrollo
y comunidad



img 04 desarrollo 29

5

*Marco
Teórico*

destapa la felicidad



**si hacer el bien
es de locos
contagia tu locura**



coca-cola.com.ec

img 09 campaña Coca-Cola28

Identidad Corporativa

Según Luisa Tamallo (2014) la identidad corporativa es la representación o imagen conceptual que un espectador tiene de una organización o de una empresa, la imagen corporativa es una parte de la identidad corporativa que hace referencia a los aspectos visuales de dicha representación. La identidad corporativa no trata sólo del logotipo de la empresa, la identidad corporativa es la imagen, las sensaciones, las emociones, la filosofía y los valores que la empresa transmite al exterior y por extensión, la representación de todo ese conjunto de elementos que nosotros como espectadores percibimos ella.

La identidad corporativa de una empresa abarca tanto aspectos tangibles de carácter estético como son el diseño del logotipo, el diseño gráfico corporativo el desarrollo de todos los elementos de comunicación de una empresa, tipografías, colores, papelería corporativa, los elementos de comunicación externa e interna, publicidad, protocolo, arquitectura corporativa, como aspectos intangibles, por ejemplo, la filosofía de la propia organización o empresa, su misión y sus valores, además de otros factores claves para la organización tomo son sus métodos y procesos, etc

Imagen Visual

Una de las mayores necesidades que presenta la organización es la de poseer una imagen que represente que es la Dirección de la Mujer. Según Luna Maria Moreno (2013) el 80% de la información que percibimos a diario entra al cerebro humano a través de los ojos. Por tanto, a la hora de comunicar, las imágenes, formas, colores y diseños son tan importantes o más que las letras.

Según Duly Villamizar (2006) para graficar la imagen de la empresa existen diferentes formas, logotipo está compuesto de palabras, isotipo está compuesto de imágenes y el isologotipo es la combinación de tipografía e imagen. El logo debe ser comprensible por el público y atractivo para los potenciales clientes.

El slogan es necesario que sea una promesa sobre los beneficios del producto o servicio que su empresa ofrece y que los diferencia de la competencia.

El Brochure no solo se trata de los folletos y manuales del negocio, sino de las tarjetas de presentación, sobres y etiquetas, carpetas, facturas y hasta la vestimenta de los vendedores. Con el fin de generar reconocimiento e identificación no sólo por parte de sus clientes, sino también de sus propios trabajadores.



img 10 Imagen visual29

Identidad

Gráfica

Según Luna Maria Moreno (2013) existen 5 pasos para definir una Identidad gráfica:

Identidad Cultural: Definir la cultura que rodea a la organización, es decir, los valores, experiencias, creencias, emociones con los que el consumidor se puede identificar para generar una respuesta o un cambio de conducta hacia la marca/empresa. Las fórmulas para implicar al consumidor pueden ir desde crear productos interactivos, personalizar el producto hasta fórmulas que estimulen sus cinco sentidos.

Identidad Verbal: Definir el nombre de la empresa y de sus productos para identificar verbalmente a la marca.

Identidad Visual: Definir el símbolo que identifica visualmente a la empresa, como el logotipo.

Identidad Objetual: Definir una unidad de estilo y diseño para todos los productos que sean reconocibles al tacto. Como la forma de una lata de Coca-Cola o la peculiaridad de un coche Smart.

Identidad Ambiental: Definir una 'arquitectura corporativa para el lugar donde se encuentre la empresa, las sucursales, puntos de ven-

ta, sedes, etc. Que sea acorde a la imagen global de la empresa. El factor ambiental comunica la identidad de la empresa a través de elementos como el diseño de los espacios, los colores, la iluminación, el olor, la música ambiente, la atención al cliente, el servicio, o la propia ubicación del establecimiento dentro de la ciudad. Todo comunica.



Cambio
de imagen por cultura



img 11 Disney30

Rediseño

imagen visual

Según Martin Maldonado (2002) el rediseño de la imagen visual de una empresa es el cambio para bien de la imagen que se maneja actualmente, por diferentes y variados motivos, se toma la decisión de proceder a realizar un rediseño de la misma, concretamente de lo que es la marca corporativa y su imagen. Y es que eso trae consigo un importante número de ventajas, entre las que se encuentran las siguientes:

- Ayuda a modernizarse y a adaptarse a los tiempos. Esto es un beneficio especialmente relevante en el caso de compañías que llevan funcionando mucho tiempo.
- Es una buena manera de ganar atractivo y frescura, lo que contribuirá a adquirir nuevos clientes.
- No hay que pasar por alto tampoco que ayuda a establecer el mensaje adecuado que se desea transmitir al mercado y a otorgarle un valor.
- En los casos en los que una empresa ha tenido que hacerle frente a una grave crisis, contribuye a poder recuperar la credibilidad perdida.
- Es una estupenda alternativa cuando se desee dar un cambio de rumbo radical a la entidad en cuestión.
- Sirve, de igual modo, para poder fidelizar a los clientes que se tienen y para poder conseguir otros nuevos.

No obstante, antes de que una empresa tome la decisión de acometer finalmente, un rediseño de su marca, también debe ser consciente que eso entraña algunas desventajas que merece la pena sopesar:

- Se puede llegar a producir una pérdida de lo que es la conciencia de marca por parte de los clientes.
- Si se ha conseguido una notoriedad o posición palpable, puede tener lugar una disminución de la misma.
- Ese proceso tiene un valor elevado.



img 11 logo 32

Material Informativo

Según Perez Hurtarte Gustavo (2013) toda marca se da a conocer de diferentes maneras, diferentes tipos de mercadeo, aunque una de las piezas básicas siempre es el material informativo ya que este le da la información necesaria a la persona para saber sobre producto o servicio que ofrece la empresa a sus consumidores. Existen varios tipos de material informativo, puede ser digital como un post en facebook o la página de la misma empresa o impresos los cuales pueden ser volantes, trifoliales, fichas informativas, etc.

Impreso:

- Afiche
- Volante
- Trifoliar
- Carteles
- Fichas
- Infografía
- Gráficas

NESCAFÉ

La Marca se divide en dos, la principal es Nescafé y la paragua es Nestlé, el Slogan, corresponde a "Tradición".

1 Está la marca principal junto a su slogan.

2 Información secundaria, que corresponde al producto y al peso neto.

4 Información adicional, que corresponde a la fotografía y a otros datos nutricionales.

1 Está la marca principal junto a la marca paragua.

3 Información legal, que corresponde a la tabla información nutricional, ingredientes, datos del importados, distribuidor, fabricante, código de barras, fecha de vencimiento e información al consumidor.

4 Información adicional, que corresponde a la conservación y a las instrucciones de preparación.

1 2 3 4 Corresponden al grupo de la clasificación del envase visto en el producto.

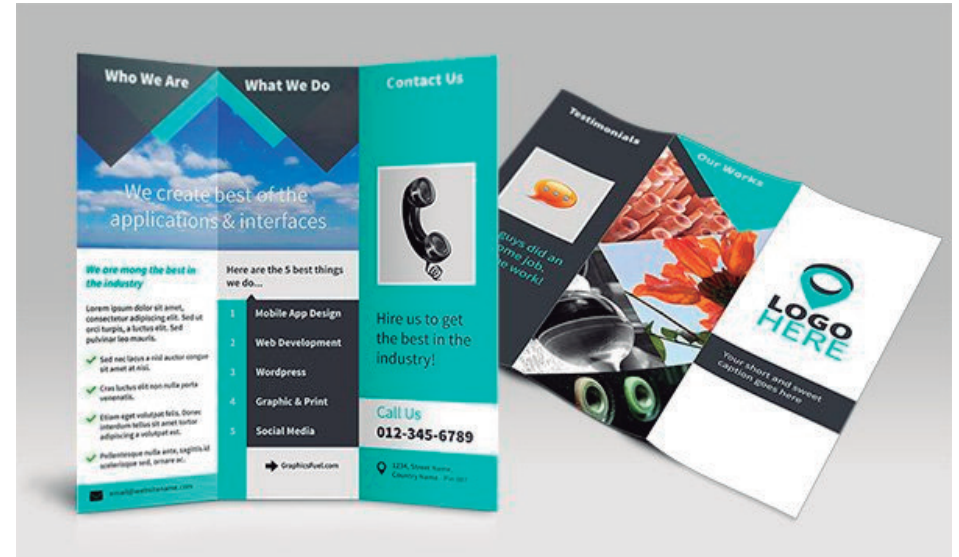
img 12 afiche 34

El material impreso es eficiente aunque en un mundo tecnológico es más recomendado el digital debido al alcance que posee y que en cualquier momento las personas pueden acceder a él. Otra desventaja a tomar en cuenta del material impreso son los gastos para la empresa para poder obtenerlo además del salario de la persona que lo anda distribuyendo por las calles. El material digital funciona dependiendo del grupo objetivo al que se dirige el material informativo, ya que en algunos lugares las personas no poseen tan fácil acceso a la tecnología.

Digital:

- Post
- Página
- Gráficas
- Infografías
- Video
- Presentación

Ambos resultan ser funcionales, dependiendo del grupo objetivo que se maneja la empresa, se selecciona el que mayor impacto crea y sea de fácil distribución.



img 12 Material informativo31



img 13 Material informativo31



img 14 trifoliar32

Trifoliar

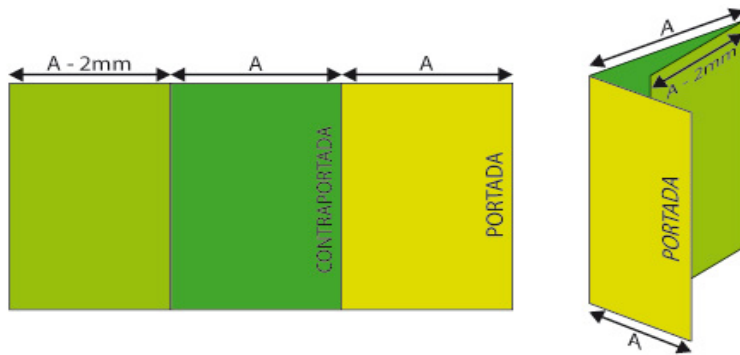
Según Julian Perez Porto (2014) en publicidad y artes gráficas, un trifolear es un folleto informativo doblado en tres partes, por lo regular es del tamaño de una hoja de papel tamaño carta, contiene la información del evento o la empresa que se promociona. Puede incluir textos e imágenes de apoyo, organizando la información de manera clara sobre un tema. Debido a su tamaño y diseño, permite tener un mayor impacto entre la población a la que va destinada. Cuando se habla de trifoliales, se hace referencia por lo general a obras de arte ya que este formato fue muy característico de la Edad Media. En este sentido, muchas obras de arte de la época fueron hechas en tablas de madera, de marfil o de metal con diferentes diseños, grabados y relieves. La belleza y delicadeza de estas obras las volvió altamente populares y reconocidas independientemente de su tamaño.

Tríptico envolvente

Un plegado en tríptico envolvente requiere que la pala interior sea 2 mm. más pequeña que las otras 2 palas, para permitir que quede “envuelta” la pala que se dobla hacia el interior.

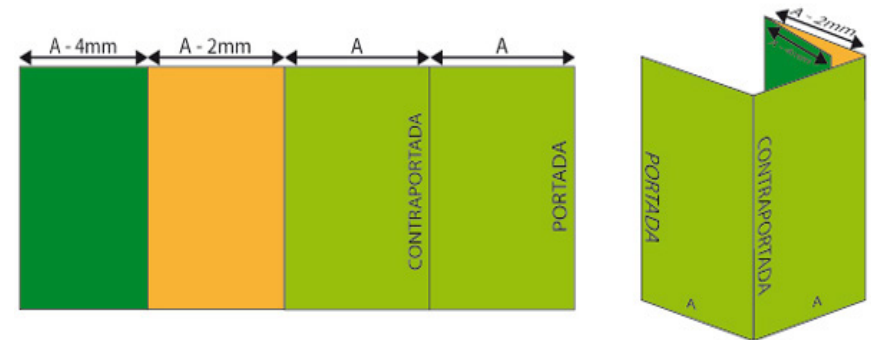
tríptico acordeón

En este caso las tres palas del tríptico han de medir lo mismo. En el caso de un A4, se divide el ancho (29,7 cm.) entre 3 partes iguales, dando 9,9 cm. cada pala. La portada y la contraportada, entonces, no quedan una al lado de la otra, sino en caras diferentes.



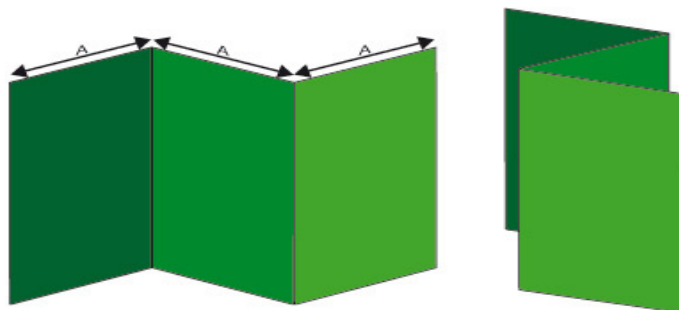
Cuadríptico en acordeón

Igual que un tríptico en acordeón, en el caso del cuadríptico todas las palas han de medir lo mismo.



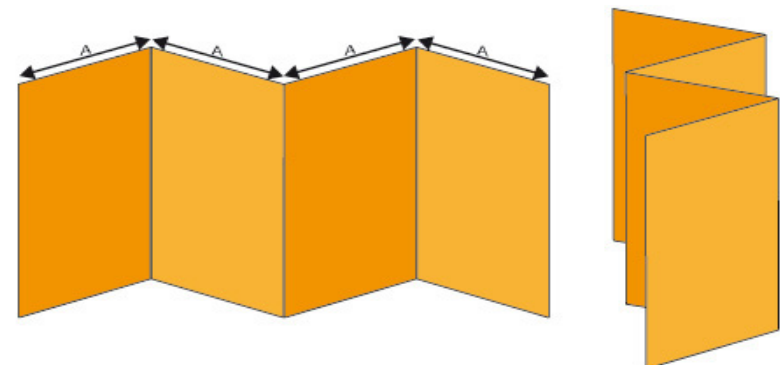
Cuadríptico envolvente

Sigue el mismo sistema que el tríptico envolvente: siempre las palas que se envuelven han de medir 2 mm. menos, y de forma consecutiva, es decir, por ejemplo: Formato cuadríptico cerrado: 10 x 21 cms. Abierto portada=10 cm. contraportada =10 cm. pala siguiente =9,8 cm. pala siguiente =9,6 cm.



Cuadríptico en ventana

Un plegado en cuadríptico ventana requiere que las palas que se plegan hacia el interior sean 2 mm. más pequeñas que las otras 2 palas, para permitir que queden "envueltas". Si no fuesen más pequeñas, el plegado no se podría realizar.



Material Promocional



img 15 material promocional33

Según Alvares (2013) el material P.O.P. o material promocional es el que se coloca en las tiendas o propiamente en el punto de venta para impulsar al cliente a comprar, a este tipo de material también se lo conoce como “el vendedor silencioso” y tiene un gran poder ya que se encuentra en el lugar indicado el momento indicado.

Este tipo de publicidad puede comprender desde llaveros, lapiceros y gorras hasta afiches promocionales, habladores y soportes de productos para un stand o local comercial.

Para los vendedores

Según red gráfica (2016) generalmente, la mayor ventaja que ofrece el P.O.P. para los vendedores, es que estos pueden contar con mejores materiales, más completos dispositivos y exhibidores más atractivos en las tiendas de los que ellos mismos podrían hacer y diseñar. Ya que la empresa fabricante del producto produce estos materiales en amplias cantidades, estos son ofrecidos a los vendedores a muy bajo costo y en algunos casos, cada vez más frecuente, a ningún costo. Pero además, un buen material P.O.P. ayuda a introducir el mensaje de venta en el punto de venta para ayudar a que se efectúe la venta. Por último, este material contribuye a reforzar las ventas por impulso.

Para los productores

Según red gráfica (2016) para la mayoría de las empresas, los materiales en el punto de venta son el lazo más vital en la cadena de venta del producto. Ya que la publicidad para la mayoría de los productos está limitada por el alto costo de los medios, los mensajes publicitarios sobre el producto deben ser reforzados a nivel de las tiendas. El material P.O.P ofrece este lazo de unión. Así, una campaña publicitaria que el consumidor haya visto u oído es expuesta de nuevo, justo en el punto de venta. Esta sinergia contribuye de manera dramática a completar el proceso de venta. Además, el material P.O.P. es el último mensaje que el consumidor usualmente recibe antes de la compra. Las decisiones pueden ser generalmente cambiadas por medio de un fuerte y efectivo material publicitario en el punto de venta. Finalmente, la publicidad en el punto de venta es en la mayoría de los casos el medio publicitario menos costoso para el anunciante.

Pin

Según Moreno (2015) se utilizan para informar a las demás personas sobre un nuevo producto, servicio o mensaje. Puede tener diferentes formas como: redondas, cuadradas o rectangulares. Para su diseño se debe considerar el fondo, la imagen y el mensaje. Con el texto no debe ser extensos, debe tener cuatro palabras máximo y la tipografía que compone el texto, se recomienda que sean letras grandes para que el mensaje sea visible ya que el pin se debe leer desde tres pies de distancia..



Ejemplos
de material promocional



img 16 material promocional34

Stand



img 28 stand 51

Según Corado (2001) es el espacio dentro de una feria o salón en el que una empresa expone y presenta sus productos o servicios.

El stand es un espacio identificador de cada empresa en el que se acoge a los visitantes y se realizan negociaciones comerciales. La cantidad de superficie escogida en el recinto ferial depende en gran medida del presupuesto asignado así como del tipo de producto o servicio que se quiere exponer y de los objetivos marcados para el evento. El stand debe constituir el espacio en que la empresa se presenta ante sus clientes y ante su competencia por lo que debe reflejar fielmente su filosofía e imagen corporativa constituyendo a su vez un entorno ameno y atractivo.

Tipos de stand:

- **Stand portátil:** Básicamente se trata de un soporte gráfico fácilmente transportable. Muy limitados a nivel de comunicación.
- **Stand Modular:** Estructuras de aluminio con paneles plastificados. Se instalan normalmente en recintos feriales. Aportan un coste bajo y una versatilidad de implantación óptima. Limitan enormemente la capacidad de distinguirnos de nuestra competencia ya que son uniformes cromáticamente y normalmente de reducidas dimensiones.
- **Stand de diseño libre:** Proyecto global en el que no hay limitaciones a la creatividad. Conseguimos captar la atención del cliente y distinguirnos de nuestros competidores. Son obras de mayor envergadura y coste.

saje que se comunique y el tipo de letra variará según se trate de textos informativos, educativos, promocionales, divertidos, etc.

Tipografía

Para representar a la mujer se utilizan líneas curvas, trazos suaves y en la tipografía no es la excepción. El uso de tipografías únicas y originales cada vez toma más fuerza. Todas las marcas buscan destacar de las demás, que sean reconocidas por algo y en algunos casos es por la tipografía que implementan en sus logotipos.

Existen varios tipos de tipografía pero para esto podemos usar tipos serif y sans serif, si se está imponiendo algo es el lettering. Lo echo a mano está de moda, por lo que es más recomendable realizar uno mismo las tipografías que se implementaran en los logotipos.

Según Uzkiaga (2012) existen varios aspectos que influyen al momento de seleccionar la tipografía para nuestros diseños los cuales son:

La audiencia a la que va dirigida.

El tipo de letra y el diseño en general deberá ser acorde a los gustos del público al que quieras llegar, no es lo mismo diseñar y escoger tipografías para gente joven, mayores, personas de gustos tradicionales o gente moderna.

El tipo de texto.

La tipografía que se escoja deberá estar en consonancia con el men-



img 17 tipografía 40

Las imágenes que acompañan al texto.

A veces una fuente tipográfica puede escogerse en función de la estética y el estilo de las imágenes a las que acompaña.

La extensión del texto y la cantidad de espacio disponible.

En textos muy largos se debe elegir tipografías que no cansen al lector, si se tiene poca cantidad de espacio disponible se tendrá que escoger algún tipo de letra comprimida que se lea bien pero ocupe poco. Aprovechar los titulares, subtítulos y portadillas para usar fuentes más estéticas y originales.

El soporte en el que se empleará la tipografía.

No es lo mismo elegir un tipo de letra para un libro, un cartel, un envase, un logotipo o una página web. Si por ejemplo se va a escoger la tipografía para un libro se deberá fijar que tenga buena legibilidad y que incluya negritas, cursivas, versalitas, mayúsculas, acentos, números, etc. Si la tipografía es para usar en el titular de un cartel o en el diseño de un logotipo primará más la estética.

El aspecto general del diseño gráfico.

La tipografía se convierte en un elemento más de diseño gráfico y se eligen unos tipos de letra u otros con la intención de reforzar aspectos concretos del diseño gráfico o bien se juega con las tipografías como elemento dinámico y rompedor.



Ejemplo
Tipografía

img 18 tipografia41

Textura

Según Claudio Ordoñez (2008) la textura se refiere a las características de superficie de una figura. Toda figura tiene una superficie y toda superficie debe tener ciertas características, que pueden ser descritas como suave o rugosa, lisa o decorada, opaca o brillante, blanda o dura.

La textura puede ser clasificada en dos importantes categorías: textura visual y textura táctil.

Textura visual

La textura visual es estrictamente bidimensional. Es la clase de textura que puede ser vista por el ojo, aunque pueda evocar también sensaciones táctiles. Puede ser decorativa, espontánea o mecánica.

Decorativa: Cuando “decora” una superficie y queda subordinada a la figura. Si se suprime, no afecta mucho a las figuras. Generalmente mantiene cierto grado de uniformidad.

Espontánea: No “decora”, sino que es parte del proceso de creación visual. La figura y la textura no pueden ser separadas, porque son una misma cosa.

Mecánica: Se refiere a la textura obtenida por medios mecánicos especiales, pero no los que se obtienen con instrumentos como reglas y compases. Un ejemplo típico es el granulado fotográfico y las tramas tipográficas.

Existen varios métodos para fabricar texturas visuales. Entre ellas

encontramos: dibujo, pintura, impresión, copia, frotado, vaporización, derrame, manchado, quemado, raspado y procesos fotográficos.

Textura táctil

La textura táctil es el tipo de textura que no solo es visible al ojo, sino que puede sentirse con la mano. Se eleva sobre la superficie de un diseño bidimensional y se acerca a un relieve tridimensional.

Esta textura puede ser natural, cuando es propia de los materiales utilizados; modificada, cuando se ha añadido una textura adicional a la natural del elemento compositivo a través de algún proceso físico o químico; y organizada, cuando la unión de pequeñas porciones de algún material se ordenan de manera que produzcan una nueva textura táctil (por ejemplo, semillas, alfileres, botones, cordones, etc.).

Los materiales pueden a veces ser identificables, pero la nueva sensación de superficie es mucho más dominante.

Todos los tipos de textura táctil pueden ser transformados en textura visual a través de un proceso fotográfico.



img 18 texturas38

Psicología del color

La psicología del color es un campo de estudio que está dirigido a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Desde el punto de vista estrictamente médico, todavía es una ciencia inmadura en la corriente principal de la psicología contemporánea, teniendo en cuenta que muchas técnicas adscritas a este campo pueden categorizarse dentro del ámbito de la medicina alternativa.

Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y el arte publicitario.

Si bien la psicología del color tuvo incidencia en la psicología humana desde tiempos remotos, circunstancia que se expresaba y sintetizaba simbólicamente.

Entre muchos ejemplos, en la antigua China los puntos cardinales eran representados por los colores azul, rojo, blanco y negro, reservando el amarillo para el centro.

De igual forma, los mayas de América central relacionaban Este, Sur, Oeste y Norte con los colores rojo, amarillo, negro y blanco respectivamente.

Según Johann Wolfgang von Goethe (1749) lo que vemos de un objeto no depende solamente de la materia; tampoco de la luz de

acuerdo a Newton, sino que involucra también a una tercera condición que es nuestra percepción del objeto en base al color, en la misma base física del concepto de color, que es nuestra percepción subjetiva de las distintas frecuencias de onda de la luz, dentro del espectro visible, incidiendo sobre la materia.



Psicología
del color



img 19 color39

Para la aplicación de color en la identidad corporativa existe una psicología según Joan Costa (1891) la cual es:

El blanco, como el negro, se halla en los extremos del espectro. Ambos colores tienen, por eso, un valor límite, también un valor neutro y un valor potenciado de los otros colores vecinos.

El **blanco** expresa paz y pureza, y crea una impresión de vacío y de infinito, pero que contiene una vida y un futuro latentes, positivos: el blanco es el fondo potencial de todo mensaje visual.

El **negro** es, por oposición al blanco, el símbolo del silencio, un silencio eterno e impenetrable. Es un color sin resonancias, pero que confiere nobleza y elegancia, sobre todo, cuando es brillante.

El **gris**, centro del todo, como diría Klee, ocupa el lugar central entre los colores límite y los colores opuestos. Pero es un centro neutro y pasivo, que simboliza la indecisión y la ausencia de energía. El gris expresa duda y melancolía.

El **verde** es el color más tranquilo y sedante. Evoca la vegetación, el frescor acuático y el mundo natural, pero es el color de la calma indiferente: no transmite alegría, tristeza o pasión. Cuando algo reverdece suscita la esperanza de una vida renovada, de ahí la asociación verde esperanza. El verde que tiende al amarillo cobra una fuerza activa y soleada; si en él predomina el azul, deviene sobrio y poco natural.

El **marrón** es un color masculino, severo, otoñal, confortable, dentro del campo del pardo y el ocre. Del marrón emana la impresión de gravedad y equilibrio; es el color realista por excelencia, tal vez porque es el color de la tierra.

El **rojo** significa la vitalidad; es el color de la sangre, de la pasión, de la fuerza bruta y del fuego. Color fundamental, ligado al principio de la vida, expresa la sensualidad, la virilidad y la energía; es exaltante y agresivo. El rojo es símbolo de la pasión ardiente y desbordada, de la

sexualidad y el erotismo.

El **rosa** es el color de la timidez y el candor. Es suave y romántico, fantasioso y jovial, pero falta de vitalidad. Sugiere la dulzura, la temura y la intimidad.

El **naranja**, más que el rojo, posee una fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y enérgica.

El **azul** es el símbolo de la profundidad. Immaterial, frío, suscita una predisposición favorable. La sensación de tranquilidad que provoca es distinta de la calma o el reposo terrestres, propios del verde. En el azul, la profundidad tiene una gravedad solemne. Cuanto más se clarifica, pierde atracción y se vuelve indiferente y vacío.

El **amarillo** es el color más luminoso, el más cálido, ardiente y expansivo. Es el color del sol, de la luz y del oro y, como tal, es violento, intenso y agudo hasta la estridencia.

El **violeta** es el color de la templanza, de la lucidez y de la reflexión. Es místico, melancólico y podría representar también la introversión. Cuando el violeta deriva al lila o morado, se aplanan y pierde su potencial de concentración positiva.



img 21 monocromático39

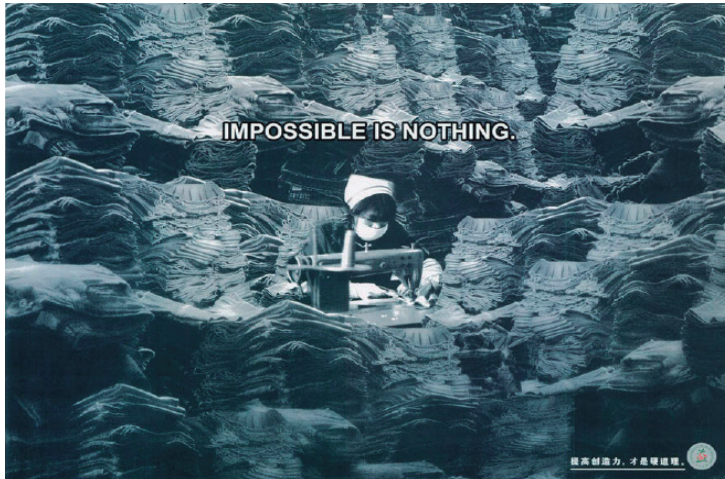
Tendencias de color

Según Adolfo López (2016) las 7 tendencias de color que se utilizaran este año son:

Esquemas monocromáticos

Derivado del minimalismo, el uso de esquemas monocromáticos es una de las tendencias más fuertes para lo que resta del año y durante 2016. Esta consiste en utilizar varias tonalidades de un color. Se recomienda para colores vibrantes, con menos distracciones y contraste entre los colores.

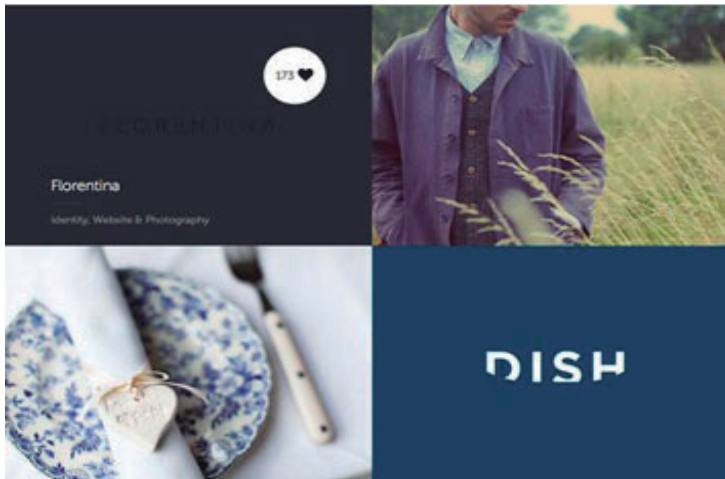
Se puede conjugar con el uso de letras blancas, botones fantasma. No debe usarse una paleta de colores vibrantes porque juntos producen caos.



img 22 tendencias 42

Contraste con colores sombríos

Otra de las variaciones del minimalismo es el uso de colores sombríos como fondos y utilizar algunos elementos en tonalidades que produzcan un contraste, para quitar lo aburrido al diseño.



img 23 tendencias 42

Bloque y volteo

Esta se usa para interfaces tipo tarjetas, es popular por su apariencia y facilidad de uso. Consiste en crear esquemas en los que exista un contraste entre el color del bloque al momento de ver su otra cara, como tarjeta. Es una opción práctica, así como elegante. Los bloques de colores crean un diseño que invita a la interacción.



img 24 tendencias 43

Textura

Mientras que la textura es más común en los fondos neutros, en situaciones adecuadas se puede combinar con colores brillantes para resultados excepcionales. La textura da una estética única.

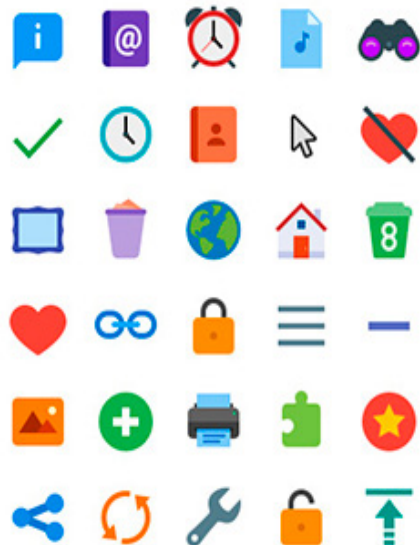
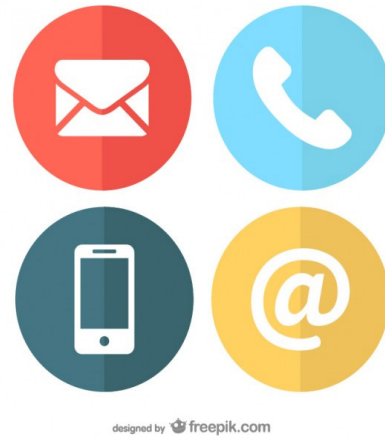


img 25 tendencias 43

Resalte de texto

Como su nombre lo indica, el esquema de color consiste en usar colores vibrantes en los textos fondos oscuros o sombríos. El texto coloreado agrega un énfasis natural e incluso afecta a cómo llega el mensaje.

Iconos



img 19 iconos

Ejemplos de iconos

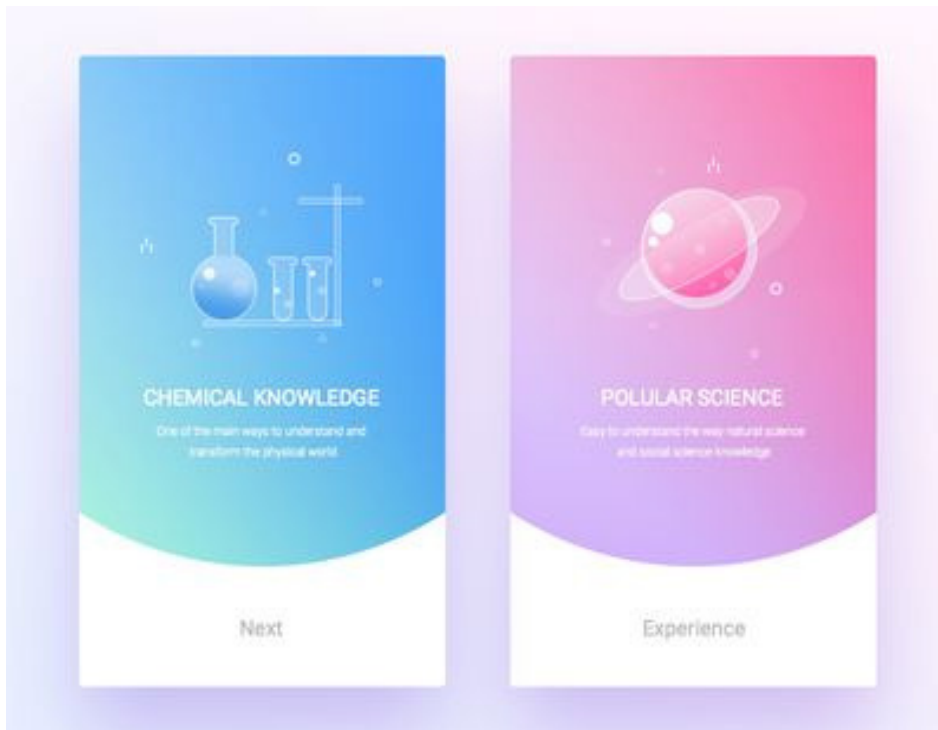
Según González Miranda (2014) se ocupa de la relación entre el significante y el referente, y, por tanto, trata de estudiar la realidad que intenta reproducir, la palabra ícono o icono viene del griego y significa imagen. El término se emplea para referir a imágenes, signos y símbolos que son utilizados para representar conceptos u objetos.

Un icono tiene un significado directo y simbólico, es una imagen simplificada y esquemática que representa una forma real ya conocida.

Un buen icono debe ser sencillo y seguir modelos aceptados por el público en general, independientemente de su situación geográfica.

La iconografía es ampliamente utilizada en diversos ámbitos. Puede decirse que prácticamente todo lo que nos rodea en las sociedades contemporáneas son iconos, símbolos, o imágenes representativas. Estos iconos pueden tener un propósito figurativo, decorativo o significativo.

Gradiente



img 20 color40

Según Blaco (2012), En diseño gráfico, un gradiente es un rango de colores ordenados linealmente con la intención de dar visualmente una transición suave y progresiva entre dos o más colores. La mayoría de programas informáticos de retoque fotográfico permiten realizar de forma sencilla gradientes con los que rellenar formas y contornos.

En el software informático, los gradientes se constituyen mediante una progresión de colores que operan en el espacio de color RGB o CMYK habitualmente desde el primero hasta el segundo, en los que se va reduciendo progresivamente el porcentaje del primer color y se va aumentando proporcionalmente en la misma medida el porcentaje del segundo color.

También es posible generar gradientes en el canal alfa, lo que permiten una transición de un color sólido cualquiera a una transparencia.

Un gradiente de color axial también conocido como gradiente lineal viene definido por dos puntos y un color en cada punto. El rango de colores a lo largo de la recta imaginaria que pasa por esos puntos se calcula usando interpolación lineal, extendiéndose por la línea.

Un gradiente radial viene definido como un círculo, que comienza con un color en el borde y va transformándose progresivamente en un segundo color hasta el centro.

A continuación, se presentará el estudio realizado para definir el grupo objetivo de la Dirección de la Mujer, en el cual se utilizó el método de observación en el entorno natural.

El cual constó de la observación de las personas que asistían a los cursos de la Dirección de la Mujer a diferentes horarios, esto con el fin de poder analizar más al grupo objetivo y saber qué clase de material promocional sería el más adecuado para los integrantes de la organización, esto basado en los accesorio e utensilios que utilizan en los cursos.

Otro aspecto a analizar en este método fue el del tránsito peatonal en distintos Horarios fuera de las instalaciones de la organización, esto con el fin de saber en qué horario es el más adecuado para repartir material informativo para convocar a más personas a integrar la organización.

También se analizó la edad de las personas que asisten a la organización y el porcentaje de personas de sexo masculino y femenino que la integran.

6

Grupo Objetivo

Basados en el estudio anteriormente mencionado se definió que el Grupo objetivo de la Dirección de la Mujer es clase media D+ el cual presenta las siguientes características según Socorro de Luz (2008):



Perfil Educativo del jefe de la familia

El jefe de familia de estos hogares cuenta en promedio con un nivel educativo de secundaria o primaria completa. Dentro de las ocupaciones se encuentran taxistas, comerciantes fijos o ambulantes, chóferes de casas, mensajeros, cobradores, obreros, etc.

Suelen existir dentro de esta categoría algunos jefes de familia que tienen mayor escolaridad pero que como resultado de varios años de crisis perdieron sus empleos y ahora se dedican a trabajar en la economía informal.



Perfil del Hogar

Los hogares de las personas que pertenecen a este nivel son, en su mayoría, de su propiedad, aunque algunas personas rentan el inmueble. Cuentan en promedio con 3 o más habitaciones en el hogar y 1 baño completo. Algunas viviendas son de interés social, los hijos asisten a escuelas públicas.



Pasatiempos

Generalmente las personas de este nivel asisten a espectáculos organizados por la delegación y/o por el gobierno, también utilizan los servicios de poli-deportivos y los parques públicos. La televisión también es parte importante de su diversión y atienden preferentemente a las telenovelas y a los programas de concurso. Este grupo tiende a ver televisión diariamente por un espacio algo superior a dos horas.

Habiendo explicado la clase a la cual pertenece el grupo objetivo de la Dirección de la Mujer, se explicará a continuación los 2 grupos en los cuales se divide el grupo objetivo.

Para los integrantes de la Dirección de la Mujer se paso la encuesta de forma presencial, ver anexo 3, debido a que se podría encontrar todo el grupo reunido en el salón municipal, para visualizar las gráficas de resultados ver anexo 5



Pasando
Encuestas



img 23 pasando encuestas45

Primario

Grupo objetivo (integrantes)

La información a presentar se obtuvo por medio del método de observación en el entorno natural pasada en febrero del 2017, ver anexo 2, y una encuesta pasada presencialmente a las personas de la Dirección de la mujer en octubre 2016.

- En el área legal asiste una cantidad menor que a la de salud, debido a que el grupo objetivo que se maneja no está acostumbrado a realizar este tipo de actividades, actualmente esta área atiende de 20 a 30 personas.
- El horario en el que la mayoría asiste es de 9:00 am a 12:00 pm, esto debido a que ya son señoras que poseen de 1 a 3 hijos y aprovechan el tiempo en el que sus hijos están en clases.

- En el área de salud las personas asisten en un gran número debido a que se benefician completamente gratis de este servicio. En la última jornada que se realizó se atendió a más de 50 personas, tanto hombres como mujeres.
- se conforma de personas del Municipio de Jocotenango en su mayoría mujeres, entre 30 y 40 años las cuales asisten a la organización buscando ayuda en el área legal, de salud o para capacitarse en algún área que la organización brinde.
- En el área de capacitación existen varios cursos, los más destacados son: bordados, cocina y cosméticos. Esto debido a que son los productos que poseen más demanda en el mercado, en base a esto se hizo la observación de los materiales más utilizados en los cursos para tomar en cuenta para el material promocional, lo cual dio como resultado: bolsas de tela, gabachas y tupperwares.



Integrantes

Resultados de encuestas

Los datos más relevantes que se obtuvieron de las encuestas presenciales pasadas en el 2016 a los integrantes de la Dirección de la Mujer fueron:

- El 70% de las personas relacionan la letra cursiva con feminidad.
- El 83% expresa que su razón para asistir a la organización es el beneficio que les trae económicamente el aprender un nuevo oficio.
- El 95% Expresa que feminidad se representa con el color rosado.

- El 78% utiliza las 3 áreas de la organización.
- El 60% asiste a la Dirección de la Mujer porque un familiar o amigo se lo recomendó, el otro 40% por publicidad vista en el mercado municipal.
- El 45% comprenden las imágenes con nivel de abstracción alta.





Secundario

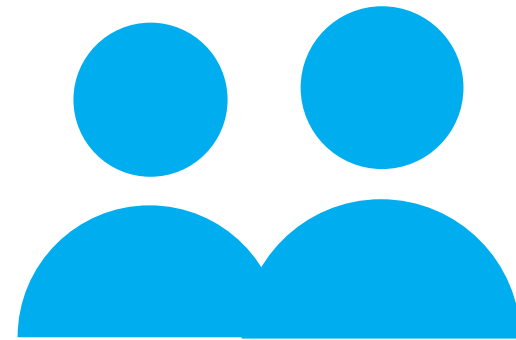
Grupo objetivo (posibles integrantes)

La información a presentar se obtuvo por medio del método de observación en el entorno natural realizada en febrero del 2017, ver anexo 2.

● Otro punto en el cual la información es efectiva es en las afueras del salón municipal, debido a que es un área muy transitada.

● La forma más viable de llegar a las personas es por medio de redes sociales o con material informativo impreso con información sintetizada, ya se debe captar la atención del grupo objetivo de una forma rápida y simple.

● Personas del Municipio de Jocotenango de 20 a 40 años, en su mayoría mujeres que poseen de 1 a 3 hijos con deseos de superación. para que la información pueda llegar a estas personas se puede distribuir el material informativo a fuera de las instalaciones al medio día, debido que a la par de las instalaciones de la organización se encuentra un colegio que los padres son parte del grupo objetivo.



Para las personas que aún no forman parte de la Dirección de la Mujer se pasó la encuesta de forma digital, para lograr tener un mayor alcance en este grupo ya que era a nivel del municipio de Jocotenango, para visualizar las gráficas de los resultados ver anexo 4

Integrantes potenciales

Resultados de encuestas

Al pasar las encuestas a los posibles integrantes de la Dirección de la Mujer se obtuvieron los siguientes resultados, para ver gráfica de resultados ver anexo 6.

- El 64% de las personas relacionan la letra cursiva con feminidad.
- El 76% expresa que si le beneficiaría aprender un nuevo oficio.
- El 83% relaciona paleta de color pastel con feminidad.
- El 45% expresa que si haría uso de las 3 áreas de la organización.

- El 56% comprende las imágenes con abstracción alta.
- El 20% Conoce los beneficios que la organización le trae al desarrollo del municipio.





A continuación, se presentará el contenido del material gráfico de las piezas a realizar y el proceso que se llevó a cabo para poder llegar a una frase conceptual la cual reflejara que es la Dirección de la Mujer y al mismo tiempo pudiera ser graficable.

El proceso de conceptualización consta de: diseño del concepto, codificación del mensaje, planeación de medios y de la propuesta preliminar la cual se somete a una validación tanto con el grupo objetivo, como con expertos y diseñadores.



*Gestión proceso
de diseño*

Tabla de contenido

<i>Piezas</i>		<i>Piezas</i>	
<i>Logotipo</i>	<p>nombre de la organización</p> <p>3 áreas</p> <p>isotipo</p> <p>colores femeninos</p>	<i>Afiches</i>	<p>Nombre del curso</p> <p>fecha de inicio</p> <p>horario de curso</p> <p>cada cuanto se imparte</p>
<i>Trifoliar</i>	<p>número de teléfono</p> <p>Correo electronico</p> <p>Dirección del lugar</p> <p>información área salud</p> <p>información área legal</p> <p>información capacitación</p>	<i>Fichas</i>	<p>información del área de la ficha</p> <p>horario de cursos</p>
<i>Tarjetas de Presentación</i>	<p>Nombre encargado</p> <p>número de teléfono</p> <p>Correo electronico</p> <p>Dirección del lugar</p>	<i>Botones</i>	<p>frases de la DMM</p>

<i>Piezas</i>	
<i>Gabacha</i>	Frases de la DMM
<i>Cuadro</i>	Frase dirigida al grupo objetivo 2 (posibles integrantes)
<i>Espejo</i>	Frase DMM Información sobre la organización.

Según concepto creativo (2014) un concepto creativo es una frase o consigna que figura en una o más piezas de comunicación sin la cual la idea no llega a entenderse. Esta consigna le da sentido a la pieza en términos creativos y actúa como complemento del concepto de brief, no lo repite.

Para la Dirección de la Mujer se busca un concepto el cual refleje todas las funciones que esta organización realiza, reflejando feminidad y superación. Con el fin de tener una frase para representar en la nueva imagen que se le desea dar a la organización.



Signografía



Frase conceptual elegida para representar a la Dirección de la Mujer.



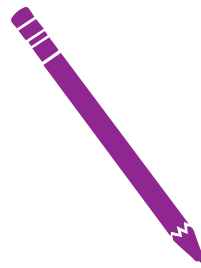
Idea de las frases conceptuales que se puede aplicar al diseño.



este signo representa aspectos negativos de las frases.



Posible frase conceptual que represente a la dirección de la mujer, ya que es graficable y la representa.



Representa las frases conceptuales que se obtuvieron de cada método.



este signo representa aspectos Positivos de las frases.

8.1

Lluvia de Ideas

Esta técnica fue desarrollada por Alex Faickney Osborn, consiste en realizar una serie de palabras las cuales posean relación con el tema de la dirección de la mujer para posteriormente unir varias de ellas y armar frases conceptuales con las que se pueda representar gráficamente lo que representa la Dirección de la Mujer.

El método que se observara a continuación consiste en la búsqueda de 100 palabras las cuales describan lo que es la Dirección de la mujer, unir las para crear frases.

1. Mujer
2. Feminidad
3. capacitación
4. desarrollo
5. ayuda
6. salud
7. legal
8. apoyo
9. imagen
10. publicidad.
11. integrantes
12. información
13. colores
14. curvo
15. delicado
16. fino
17. mezcla
18. culturas
19. aprender
20. creatividad
21. manual
22. hilo
23. pintura
24. cocina
25. plastico
26. amistad
27. autoestima
28. economía
29. municipalida
30. jornadas

31. gratis
32. veneficios
33. solidaridad
34. comunidad
35. movimiento
36. decoración
37. frajil
38. flor
39. rosado
40. intenso
41. llamativo
42. hombre
43. distracción
44. dedicación
45. superar
46. vintage
47. pequeño
48. trabajo
49. imagen
50. diseño
51. libre
52. espontaneo
53. digital
54. original
55. azul
56. tipografía
57. organización
58. abogado
59. amarillo
60. progreso

61. jóvenes
62. adultos
63. niños.
64. recreación
65. cursos navideños
66. calendario
67. entrevista
68. conocer
69. participantes
70. Jocotenango
71. historia
72. bar tender
73. alianza
74. foto
75. felicidad
76. espacio
77. pensmiento
78. rojo
79. fusion
80. cursos
81. empleo
82. cursos
83. autosuficiente
84. maltrato
85. abuso
86. castración
87. vista
88. vista
89. lentes
90. violación

91. familias
92. marcas
93. moretes
94. separación
95. ancianos
96. asilo
97. mayor edad
98. fisioterapia
99. zumba
100. en forma
101. ritmo
102. negocio
103. corte y confección
104. Municipio

Frases obtenidas de lluvia de ideas

1. mezcla curvas de áreas.
2. Organización que florece en el municipio.
3. Fusión del municipio para el progreso.
4. **Espacio para un desarrollo.**
5. Progreso espontaneo con movimieto.
6. Diseño que mueve a florecer.
7. Fusión de creatividad familiar.
8. Pensamiento curvo de desarrollo.
9. **Área de crecimiento familiar.**
10. Ayuda de progreso curvo
11. Progreso delicado del municipio.
12. ayuda en movimiento.
13. Municipio en desarrollo.
14. **Pensamiento curvo de progreso.**
15. Participación activa del municipio.
16. Diseño curvo y creativo.
17. Creatividad que une el desarrolle.
18. **Etapas de avance.**
18. Diseño dde cominidad en progreso.
19. Fusión en movimiento al progreso.
20. Florecimiento activo del municipio.
21. integración de progreso curvo.
22. **Diseño libre de desarrollo.**
23. Diseño dde cominidad en progreso.
24. El ritmo del desarrollo.
25. Integracion activa de progreso.

Pre selección de frases



1. Espacio para un desarrollo.

Representa lo que es la dirección de la mujer para los habitantes del Municipio de Jocotenango, un lugar donde pueden progresar.



2. Área de crecimiento familiar.

La dirección de la mujer no solo busca el ayudar a las mujeres del municipio, si no que a todas las personas del mismo incluyendo niños, adolescentes y hombres.

3. Pensamiento curvo de progreso.

Describe la influencia que posee las personas con pensamientos de progreso sobre las demás personas y las ayuda a que ellos también busquen la mejora personal y del municipio.

4. Diseño libre de desarrollo.

Las personas tienen libertad creativa en los cursos de capacitación, y al mismo tiempo los ayudan a desarrollarse como personas.

5. Etapas de avance.

Describe el tiempo que dura la jornada, capacitación o apoyo legal que brinda la organización hacia una persona.

8.2

Relaciones

Forzadas

Esta técnica fue desarrollada por Charles S. Whiting en el año 1958. Su utilidad nace de un principio muy sencillo: cuando se combina lo conocido con lo desconocido se crea una nueva situación. De este proceso pueden surgir ideas muy originales.

La siguiente técnica se utiliza para explorar como representar feminidad más allá de las formas básicas o comunes, y poder dar un mejor resultado la creación de la nueva imagen de la Dirección de la Mujer.

1. mujer - gato
2. feminidad - agua
3. capacitación - volante
4. desarrollo - mochila
5. ayuda - telefono
6. salud - libro
7. legal - sarten
8. apoyo - folder
9. imagen - casa
10. publicidad - zapato
11. integrantes - luz
12. información - cuaderno
13. colores - clip
14. curvo - cable
15. delicado - jornada
16. fino - salud
17. mezcla - lapiz
18. culturas - número
19. aprender - labial
20. creatividad - libreta
21. manual - ventana
22. hilo - fosforo
23. pintura - hora
24. cocina - cuadro
25. plastico - camara
26. amistad - anillo
27. autoestima - hoja
28. economia - juego
29. municipalidad - cebra
30. amarillo - payaso
31. soporte - internet
32. jovenes - chequera

33. adultas - grapa
34. niños - alumno
35. recreación - señal
36. cursos navideños- mano
37. ola -calendario
38. galletas -entrevista
39. sueter -conocer
40. marca -participantes
41. cupula -Jocotenango
42. tijera -historia
43. verde -bar tender
44. bandera -alianza
45. computadora -foto
46. mochila -felicidad
47. fecha -espacio
48. teja -pensamiento
49. teip -rojo
50. impresora -ilustración
51. paleta -cursos
52. vestido -empleo
53. lego -autosuficiente
54. lentes -maltrato
55. corbata -abuso
56. leon -castración
57. cartera -vista
58. imagen -lentes
59. regla -violación
60. goma- comunidad

Frases obtenidas de lluvia de ideas

1. Marca de integración de pensamientos.
2. Cursos de autosuficiencia.
3. Espacio para florecer.
4. Fusión de piezas en movimiento.
5. Ventana de oportunidad al progreso.
6. Creatividad con progreso al volante.
7. Crecimiento familiar en desarrollo.
8. Comunidad autosuficiente.
9. Desarrollo de páginas en blanco.
10. Tejiendo un mejor futuro.
11. Movimiento entrelazado de desarrollo.
12. Municipio con marca.
13. Movimiento para florecer.
14. Captura de fusión.
15. Manos activas para el desarrollo.
16. Municipio de imágenes en progreso.
17. mochila que almacena progreso.
18. Alianza familiar en movimiento.
18. Marca con alianza al municipio.
19. diseñando el progreso.
20. movimiento de cambio.
21. Diseño de comunidad en progreso.
22. Diseño libre de desarrollo.
23. Progreso espontáneo con movimiento.
24. Municipio en desarrollo.
25. Creatividad floreciendo.

Pre selección de frases



1. Alianza familiar en movimiento.

Solo una persona no es suficiente para promover el desarrollo, pero si existe unión si se puede y la unión más fuerte es la familiar.

2. Espacio para florecer.

Representa lo que es la dirección de la mujer para los habitantes del Municipio de Jocotenango, un lugar donde pueden progresar.

3. Manos activas del diseño.

Describe las personas que con su capacitación les genera un ingreso, por lo que da como resultado un mejor nivel de vida y progreso.



4. Movimiento de cambio.

Para poder progresar las personas se deben de mover buscando el desarrollo y con el desarrollo viene el cambio..

5. Crecimiento familiar en desarrollo.

La dirección de la mujer no solo busca el ayudar a las mujeres del municipio, si no que a todas las personas del mismo incluyendo niños, adolescentes y hombres.

8.3

Da vinci

Técnica Extraída de “ThinkerToys”, de Michael Michalko Las mentes despiertas permiten que la información entrante se organice en racimos, dando origen a nuevas perspectivas e ideas. Una buena forma de originar nuevos racimos es por medio de imágenes. Al principio, los humanos se comunicaban por medio de ellas,

Se utiliza esta técnica para observar cómo se maneja la dinámica de impartir cursos y que tipo de personas llegan a recibir dichos cursos, además de poder observar las reacciones de las personas ante poder demostrar sus capacidades.



img 24 da Vinci58

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 1. superación | 26. profesora |
| 2. trabajo | 27. alumnos |
| 3. desarrollo | 28. Organización |
| 4. hombres | 29. ventana |
| 5. mujeres | 30. luz |
| 6. manual | 31. entusiasmo |
| 7. arte | 32. azul |
| 8. habilidad | 33. silla |
| 9. comunicación | 34. casero |
| 10. autosostenible | 35. avance |
| 11. nuevo | 36. amistad |
| 12. aprendizaje | 37. grupo |
| 13. compañerismo | 38. jóvenes |
| 14. comunidad | 39. adultos |
| 15. canasta | 40. municipalidad |
| 16. oportunidad | 41. madera |
| 17. dinero | 42. pared |
| 18. talento | 43. mesa |
| 19. sueño | 44. rosa |
| 20. autoestima | 45. pelo |
| 21. venta | 46. comunidad |
| 22. negocio | 47. autoestima |
| 23. madera | 48. ayuda |
| 24. plástico | 49. paz |
| 25. rojo | 50. diversidad |

Frases obtenidas de lluvia de ideas

1. Progreso en movimiento.
2. Municipio en desarrollo.
3. Aprendizaje de desarrollo manual.
4. Sueños de superación.
5. Sueños de arte casero.
6. Organización municipal de aprendizaje.
7. Ayuda de desarrollo.
8. Diversidad de superación creativa.
9. Desarrollo organizado.
10. Tallando el progreso.
11. Habilidad que ayuda al desarrollo.
12. Avance organizado del municipio.
13. Organización de 3 áreas en progreso.
14. Diversidad de sueños con autoestima.
15. Amistad de desarrollo manual.
16. Oportunidad de desarrollar habilidades.
17. Comunidad de oportunidades.
18. Desarrollo organizado.
19. Municipio de oportunidades.
20. Superación de grupo.
21. Nuevo desarrollo de jóvenes.
22. Organización de diversas áreas.
23. Fusión de desarrollo.
24. progreso del aprendizaje.
25. Ayuda de desarrollo.

Pre selección de frases



1. Aprendizaje de desarrollo manual.

Los cursos que se imparten en la organización enseñan a hacer todo de forma manual y a valorar lo realizado, debido a que un producto hecho artesanalmente vale más que uno industrializado.



2. Progreso en movimiento.

Representa que para poder lograr un progreso tiene que haber alguien que lo busque, es decir alguien que se mueva hacia un mejor futuro.

3. Manos activas del diseño.

Describe las personas que con su capacitación les genera un ingreso, por lo que da como resultado un mejor nivel de vida y progreso.

4. Diversidad de superación creativa.

La organización recibe a cualquier persona para que pueda capacitarse y en el proceso expresar su creatividad.

5. Progreso del aprendizaje.

Al momento que la persona se capacita esta progresa pero no solo ella si no que las personas a su alrededor también.

8.4

Opuestos

Esta técnica desarrollada por Roger Olsen consiste en realizar una lista de palabras y al lado colocarles su opuesto, esto para poder realizar conexiones de palabras de forma más creativa.

Se realizó esta técnica con el fin de encontrar distintas maneras de representar gráficamente la esencia de la Dirección de la Mujer.

1. mujer - hombre
2. feminidad - masculinidad
3. capacitación - vagancia
4. desarrollo - estancado
5. ayuda - indiferencia
6. salud - enfermedad
7. legal - ilegal
8. apoyo - indiferencia
9. imagen - tipografía
10. publicidad - sin publicidad
11. integrantes - excluidos
12. información - nulo
13. colores - negro
14. curvo - recto
15. delicado - resistente
16. fino - grotesco
17. mezcla - separado
18. culturas - rasismo
19. aprender - ignorancia
20. creatividad - común
21. manual - sin instrucciones
22. hilo - lana
23. pintura - crayones
24. cocina - quemar
25. plástico - vidrio
26. amistad - enemigos
27. autoestima - depresión
28. economía - crisis
29. municipalidad - no gubernamentales
30. amarillo - azul

31. soporte - sin soporte
32. jóvenes - adulto
33. adultas - anciano
34. niños - joven
35. recreación - aburrimiento
36. cursos navideños - verano
37. calendario - agenda
38. entrevista - conversación
39. conocer - desconocer
40. participantes - excluidos
41. Jocotenango - capital
42. historia - leyenda
43. bar tender - cura
44. alianza - separación
45. foto - retrato
46. felicidad - tristeza
47. espacio - ocupado
48. pensamiento - en blanco
49. rojo - morado
50. ilustración - retrato
51. cursos - salón
52. empleo - desempleo
53. autosuficiente - mantenido
54. maltrato - amor
55. abuso - compasión
56. castración - limpio
57. vista - ciego
58. lentes - sin lentes
59. violación - respeto
60. movimiento - quietud

Frases obtenidas de lluvia de ideas

1. Mujeres buscando progreso.
2. Desarrollo de creatividad en comun.
3. pensamiento creativo del desarrollo.
4. Fusion de habilidades.
5. Union de desarrollo en movimiento.
6. El progreso en la fusión.
7. Creatividad sin imites.
8. Diversidad de talentos.
9. Ayuda del municipio.
10. Alianza de ideas para el desarrollo.
11. Habilidades a desarrollar.
12. Fusion de progreso en movimiento.
13. movimiento de 3 áreas.
14. Diversidad de movimientos.
15. progreso curvo.
16. Fusión de ayuda curva.
17. Espacio de desarrollo.
18. Desarrollo orgaizado.
19. Oportunidad de movimiento.
20. La creatividad de la superación.
21. Movimiento curvo de progreso.
22. Organización de diversas áreas.
23. Diseño deñ progreso.
24. Nuevo retrato del desarrollo.
25. Desarrollo de tiempo libre.

Pre selección de frases

1. Pensamiento creativo de desarrollo.

La organización busca cambiar la idea en el municipio que una mujer no puede ser autosuficiente. capacitarlas para demostrar lo contrario.

2. Diversidad de talentos.

Existen varios cursos en los cuales las personas pueden expresar sus talentos y beneficiarse de los mismos tanto económicamente como personalmente.



3. Fusión de progreso en movimiento.

La dirección de la Mujer se basa en 3 áreas que al unirse apoyan al progreso del municipio y a las personas a moverse para tener un mejor futuro.

4. Movimiento curvo de progreso.

Si no existe un movimiento el cual incite a las personas al progreso, el municipio siempre se quedaría igual.

5. Nuevo retrato de desarrollo.

Al momento que las personas progresan no solo ellas lo hacen, si no que el municipio entero por lo que la imagen del lugar cambia.

8.5

Conexiones

Creativas

Esta técnica creada por Jack Foster consiste en ir colocando palabras sobre el tema e ir desglosándolas, conectándolas con otras para crear frases conceptuales creativas.

Se aplicó esta técnica para explorar cada una de las áreas de la dirección de la mujer y conectarlas para que el concepto abarque un poco de cada área a trabajar..



Frases obtenidas de lluvia de ideas

- 1. Municipio en desarrollo.
- 2. Movimiento para florecer.
- 3. Aprendizaje de desarrollo manual.
- 4. Ayuda organizada de la comunidad.
- 5. Movimiento de progreso femenino.
- 6. Fusión con movimiento.
- 7. Desarrollo que ayuda.
- 8. Movimiento de cambio.
- 9. Progreso en movimiento.
- 10. diseño curvo activo.
- 11. Mezclacurva de áreas.
- 12. Espacio creativo para florecer.
- 13. Diseño que mueve a florecer.
- 14. Progreso delicado del municipio.
- 15. Jornadas de aprendizaje.
- 16. Organización que florece en el municipio.
- 17. Comunidad de oportunidades.
- 18. Participación activa del municipio.
- 19. Integración de progreso curvo.
- 20. Superación de grupo.
- 21. Ayuda en movimiento.
- 22. Organización de diversas áreas.
- 23. Fusión del municipio para el progreso.
- 24. progreso del aprendizaje.
- 25. Fusión de habilidades para movimiento.

Pre selección de frases

1. Municipio en desarrollo.

La principal finalidad de la dirección de la mujer es ayudar a la gente del municipio a su desarrollo y por ende el municipio se desarrolle.



2. Movimiento para florecer.

Representa que las personas que asisten a la organización pueden llegar a florecer tanto espiritual como laboralmente.



3. Fusión con movimiento.

La organización se divide en 3 áreas por lo que al fusionarse representan progreso el cual lleva movimiento de la comunidad.

4. Diseño que mueve a florecer.

Representa que la organización busca que las personas busquen las formas de desarrollarse y ayudar a sus familias a que ellas también.

5. Organización que florece en el municipio.

Representa que la Organización busca el progreso del municipio.

8.6

proceso de

Selección de la *Frase conceptual*

Después de realizar el proceso de conceptualización en las diferentes técnicas anteriormente expuestas, se analizarán las 5 frases conceptuales que surgieron de dicho proceso, tomando en cuenta lo positivo y negativo de cada una de ellas y si es posible graficarlas o no.

Espacio para un desarrollo

Espacio:

- ✓ Un espacio se puede delimitar media vez se encierre en algo, en este caso cuando una imagen va dentro de una figura como círculo, cuadrado, etc.
- ✗ Se tendría que delimitar todo el diseño de la Oficina de la Mujer.

Desarrollo:

- ✓ Se puede representar gráficamente con líneas ascendentes, con colores vivos y con ejes rectos
- ✗ El diseño de la Dirección de la Mujer no tendría mucha fluidez

Progreso en movimiento

Progreso

- ✓ se puede representar gráficamente con líneas ascendentes, signos positivos, fotografías.
- ✗ tiene que estar muy bien graficado para comprenderlo.

Movimiento:

- ✓ al momento de graficar se representa con colores, líneas curvas, en la tipografía, en la diagramación, con ritmos en la composición.
- ✗ todas las piezas tienen que poseer dinamismo

Movimiento de cambio

Movimiento:

- ✓ Al momento de graficar se representa con colores, líneas curvas, en la tipografía, en la diagramación, con ritmos en la composición.
- ✗ Todas las piezas tienen que poseer dinamismo.

Cambio:

- ✓ Es gráficamente posible solo con el hecho de haber cambiado la imagen de la Dirección de la Mujer.
- ✗ Solo se desea cambiar la imagen no la esencia de la organización

Fusión en movimiento

Fusión:

- ✓ Gráficamente se puede representar con formas circulares, con una línea cerrada, con transparencia traslapando colores, uniendo 2 objetos.
- ✗ deben de existir más de 1 elemento en la composición para lograrlo.

Movimiento:

- ✓ al momento de graficar se representa con colores, líneas curvas, en la tipografía, en la diagramación, con ritmos en la composición.
- ✗ todas las piezas tienen que poseer dinamismo.



Fusión de progreso en movimiento

Fusión:

- ✓ Gráficamente se puede representar con formas circulares, con una línea cerrada, con transparencia traslapando colores, uniendo 2 objetos.
- ✗ deben de existir más de 1 elemento en la composición para lograrlo.

Progreso:

- ✓ se puede representar gráficamente con líneas ascendentes, signos positivos, fotografías.
- ✗ tiene que estar muy bien graficado para comprenderlo

Movimiento:

- ✓ al momento de graficar se representa con colores, líneas curvas, en la tipografía, en la diagramación, con ritmos en la composición.
- ✗ todas las piezas tienen que poseer dinamismo.



Denotativo

Fusión: Unión de dos o más cosas diferentes formando una sola; especialmente ideas, intereses o agrupaciones.

Progreso: Mejora o avance que experimenta una persona o una cosa hacia un estado mejor, más avanzado o más desarrollado.

Movimiento: Cambio de lugar o de posición de un cuerpo en el espacio.



Connotativo

Fusión: La unión de las 3 áreas de la Dirección de la Mujer.

Progreso: El fin bajo el cual fue creada la Dirección de la Mujer.

Movimiento: En lo gráfico se representa a la mujer con líneas curvas que dan la sensación de movimiento.

Fundamentación.

Fusión: La Dirección de la Mujer es una organización que se forma de 3 partes: capacitación, legal y salud. Por lo que la palabra fusión se representa en los colores ya que existe uno destinado a cada área, al momento de colocar todas las piezas juntas se puede apreciar la unión de estas. En el logotipo se representa en base a su estructura ya que este sale de la unión de 3 círculos, también se puede apreciar en el color ya que como anteriormente mencionado cada área posee un color y estos se unen en el logotipo, en la tipografía es otro elemento en el cual se puede representar la fusión debido al tipo de trazo que se maneja ya que es continuo.

Progreso: Al momento que una persona se desarrolla también se desarrolla en entorno en el que se encuentra, la Dirección de la Mujer busca el desarrollo de las personas del municipio de Jocotenango y por ende que el municipio se desarrolle, en el diseño se representa en el color, se utiliza una escala de morado a rosa debido a que en la psicología del color el morado representa: visión ya una persona que no tiene claro a donde ir no puede avanzar, convivencia se necesita de otras personas para poder seguir creciendo y espiritualidad debido a que una persona bien consigo misma es una persona que puede seguir adelante, el rosado se aplica para representar feminidad.

Movimiento: El desarrollo es uno de los principales fines que busca la Dirección de la mujer y el desarrollo conlleva movimiento, en este caso el movimiento de toda una comunidad para poder lograr un mejor lugar donde vivir lleno de oportunidades. En el diseño el movimiento se ejemplifica en la tipografía con trazos fluidos y en los troqueles de algunas piezas que son dinámicos e interactúan con el grupo objetivo.



Grupo objetivo

Esta frase identifica a los 2 grupos objetivos, las personas que ya son parte como a las personas que quieren serlo, porque ambos tienen algo en común, buscan progresar como personas pero no solo ellos sí que incentivar a sus familias a que también se muevan para buscar un mejor futuro, pero no solo en aprender un oficio sino que también a cuidar su salud y a defender su hogar.



Organización

La Dirección de la Mujer se divide en 3 áreas las cuales son importantes para el progreso del Municipio, la palabra fusión se representa al momento en que estas 3 áreas se unen y se obtiene la esencia de que es la dirección de la Mujer, la cual es una organización que busca mover a las personas del municipio hacia un progreso que beneficie a todos ya que si los habitantes se desarrollan el municipio también.



Diseño Gráfico

En la representación gráfica del concepto la palabra fusión se puede representar en base al color, o texturas.

Movimiento en base a diagramaciones o con líneas curvas que también representan a la mujer, la tipografía es otro elemento con el que se puede representar movimiento con una que posea trazo continuo.

Progreso se puede aplicar en el diseño con color como por ejemplo el rojo, texturas o diagramaciones lineales.

0

*Codificación
del mensaje*

Logotipo

Ejes y retículas

- Función

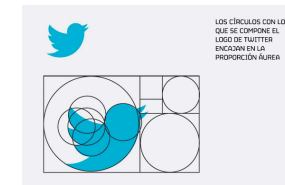
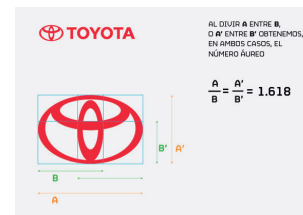
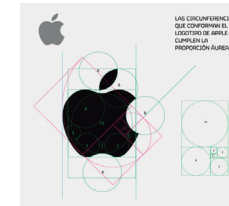
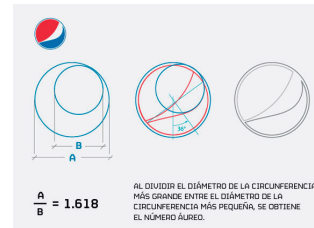
Facilita la composición del logotipo y para poder manejar una medida X en el mismo

- Tecnología

Esquemático

- Expresión

Sensación de Fluido



Tipografía

- Función

Legible, que transmita el mensaje que se quiere dar

- Tecnología

San serif, curva, trazo delicado

- Expresión

Sensación de movimiento, feminidad

letritas
Branboll
Wolf in the City
Yorkville

Color

● Función

Representar las 3 áreas de la organización en base a la psicología del color.

● Tecnología

Paleta de color unisex.

● Expresión

Sensación de movimiento, feminidad



Ilustración

● Función

Representar las 3 áreas de la Dirección de la mujer fusionados en 1

● Tecnología

Digital

● Expresión

Sensación de movimiento, feminidad



Formato

- Función

Formato resistente para la durabilidad del logo

- Tecnología

Mayor legibilidad del logotipo en todas las piezas que se ubique.

- Expresión

Sensación de fluidez.



Maximo (indefinido)



Minimo 1X 1 pulgada

Tarjeta de presentación

Ejes y retículas

● Función

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar

● Tecnología

Maquetar

● Expresión

Sensación de movimiento

Tipografía

● Función

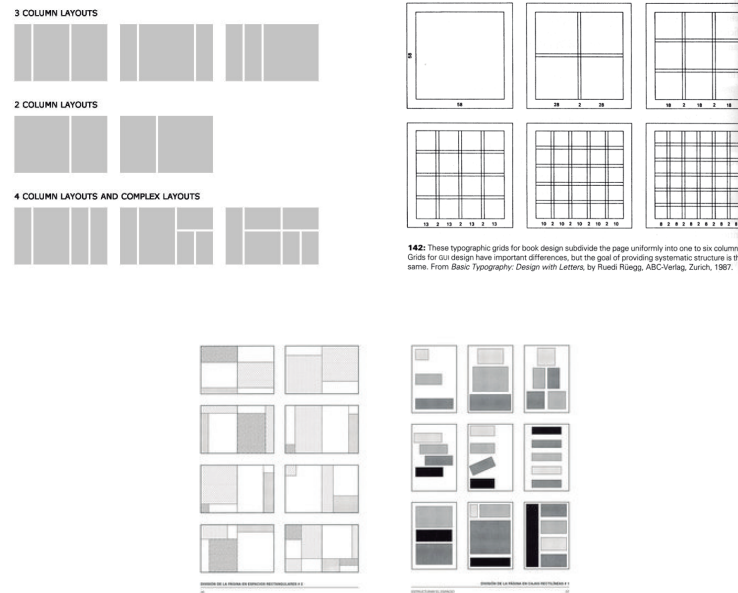
Transmitir un mensaje claro, con trazos rectos de fácil legibilidad para el grupo objetivo.

● Tecnología

San serif, trazo recto

● Expresión

Sensación de movimiento, feminidad, fluidez.



GROTESCA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

NEOGROTESCA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

HUMANISTA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

GEOMÉTRICA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

Color

- Función

Mantener limpieza visual, representando feminidad y fluidez

- Tecnología

Aplicar color en los elementos, manteniendo un fondo blanco para no cargar el diseño.

- Expresión

Sensación de feminidad



Formato

- Función

Facilidad de transporte de información general de una persona.

- Tecnología

3.5 X 2 in.

- Expresión

Sensación de movimiento



3.5

2

soporte

- Función

Mayor duración del arte.

- Tecnología

Husky o texcote

- Expresión

Sensación de movimiento



Pin

Ejes y retículas

- Función

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar

- Tecnología

Maquetar

- Expresión

Sensación de movimiento

Tipografía

- Función

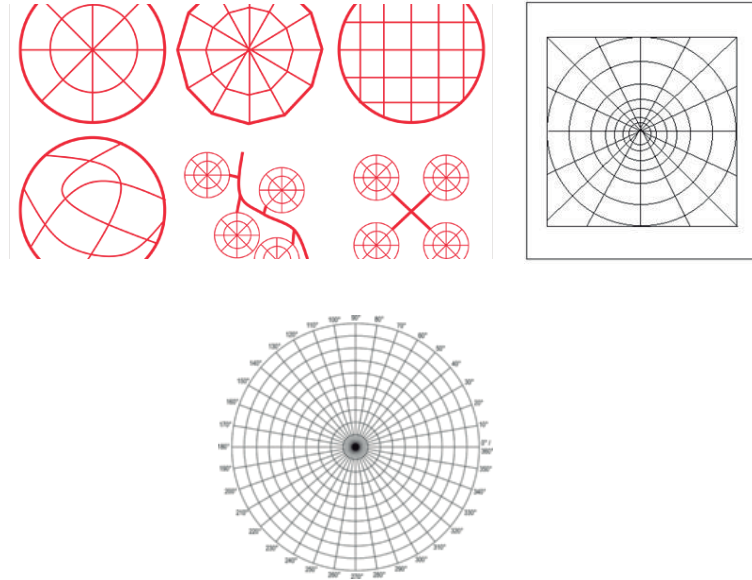
Transmitir un mensaje claro, con trazos curvos para representar feminidad.

- Tecnología

San serif, trazo curvos

- Expresión

Sensación de movimiento, feminidad, fluidez.



letritas
Branboll
Wolf in the City
Yorkville

Color

- Función

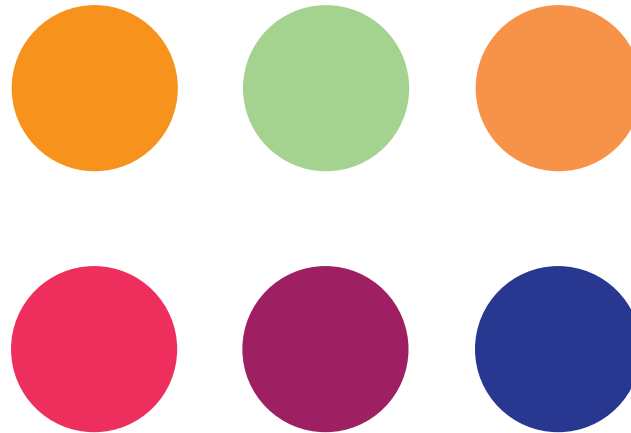
Mantener limpieza visual, representando feminidad y fluidez

- Tecnología

Aplicar fondo de color para resaltar el diseño.

- Expresión

Sensación de feminidad



Formato

- Función

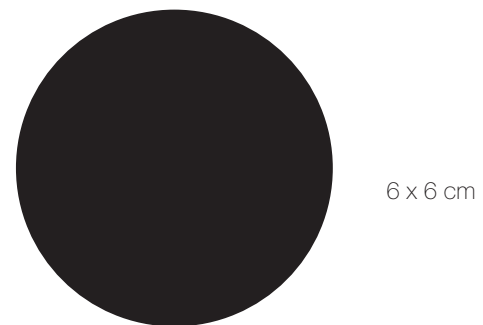
Facilidad de transporte de un mensaje corto y claro

- Tecnología

6 x 6 cm.

- Expresión

Sensación de feminidad



soporte

- Función

Adornar una superficie de tela, con información de forma creativa.

- Tecnología

Acrílico

- Expresión

Sensación de feminidad



ideaspublicitarias.



Afiche

Ejes y retículas

● Función

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar

● Tecnología

Maquetar

● Expresión

Sensación de movimiento

Tipografía

● Función

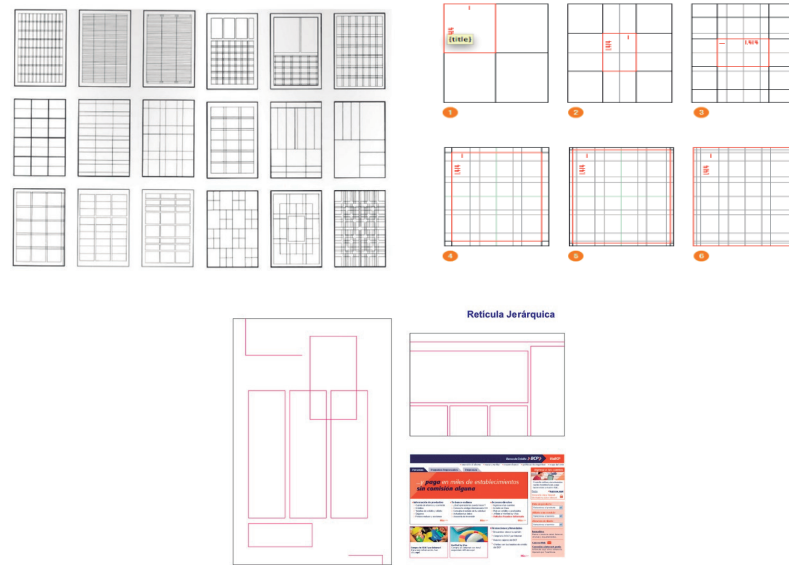
Transmitir un mensaje claro, con trazos rectos de fácil legibilidad para el grupo objetivo.

● Tecnología

San serif, trazo recto

● Expresión

Sensación de movimiento, feminidad, fluidez.



GROTESCA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

NEOGROTESCA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

HUMANISTA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

GEOMÉTRICA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

Color

- Función

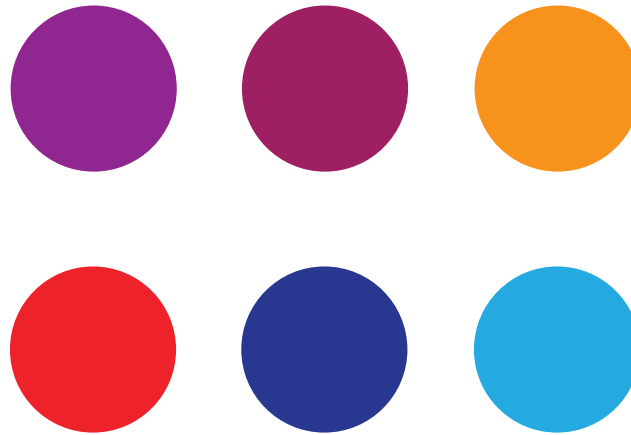
Mantener limpieza visual, representando feminidad y fluidez

- Tecnología

Aplicar color en los elementos, manteniendo un fondo blanco para no cargar el diseño.

- Expresión

Sensación de feminidad



Formato

- Función

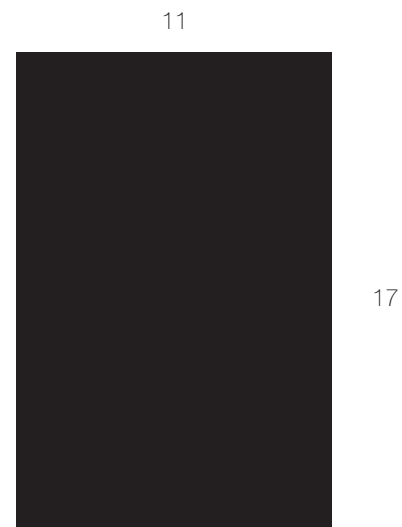
Facilidad legibilidad de la información básica de un tema.

- Tecnología

11 x 17 in.

- Expresión

Sensación de fluidez



soporte

- Función

Aumentar la durabilidad del material

- Tecnología

Husky, coushe o texcote

- Expresión

Sensación de movimiento



Ejes y retículas

● Función

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar

● Tecnología

Maquetar

● Expresión

Sensación de movimiento

Tipografía

● Función

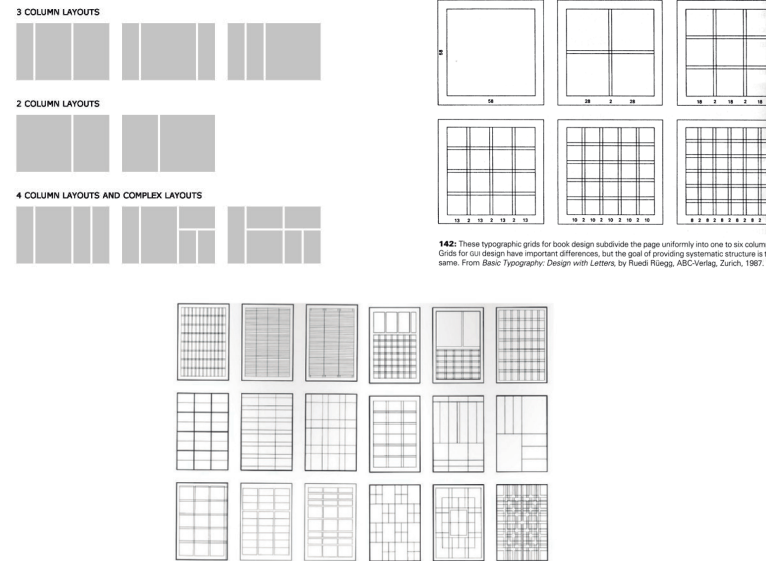
Transmitir un mensaje claro, con trazos rectos de fácil legibilidad para el grupo objetivo.

● Tecnología

San serif, trazo recto

● Expresión

Sensación de movimiento, feminidad, fluidez.



GROTESCA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

NEOGROTESCA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

HUMANISTA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

GEOMÉTRICA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

Color

- Función

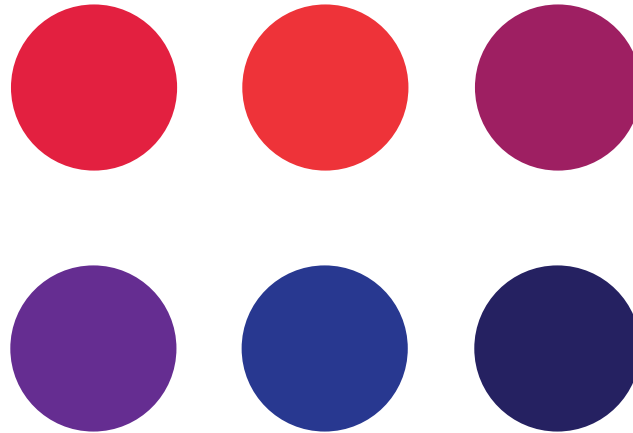
Mantener limpieza visual, representando feminidad y fluidez

- Tecnología

Aplicar color en los elementos, manteniendo un fondo blanco para no cargar el diseño.

- Expresión

Sensación de feminidad



Formato

- Función

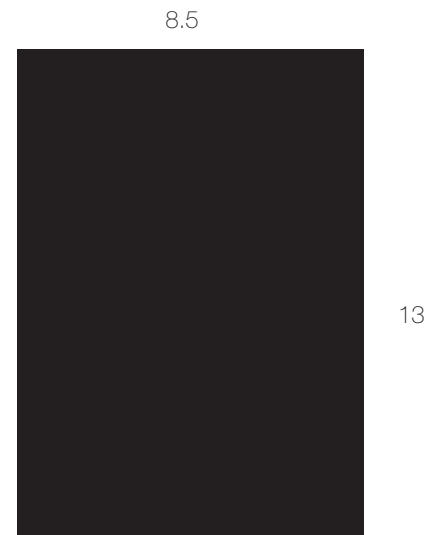
Facilitar la forma de distribución de información

- Tecnología

Oficio

- Expresión

Sensación de movimiento



soporte

- Función

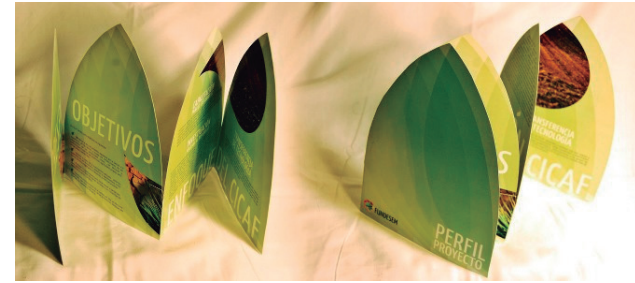
Aumentar la durabilidad del material

- Tecnología

bond 120

- Expresión

Sensación de movimiento



Stand

Ejes y retículas

- Función

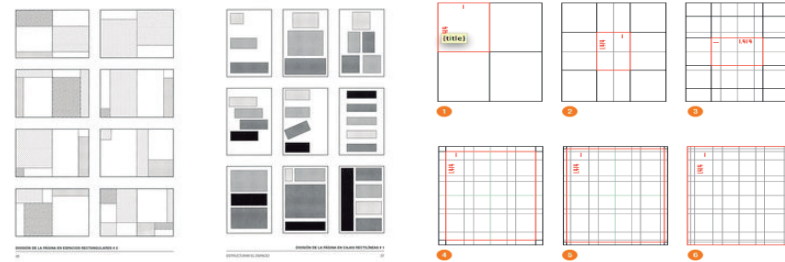
Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar

- Tecnología

Maquetar

- Expresión

Sensación de movimiento



Tipografía

- Función

Transmitir un mensaje claro, con trazos curvos para representar feminidad.

- Tecnología

San serif, trazo curvos

- Expresión

Sensación de movimiento, feminidad, fluidez.

letritas
Branboll
Wolf in the City
Yorkville

Color

- Función

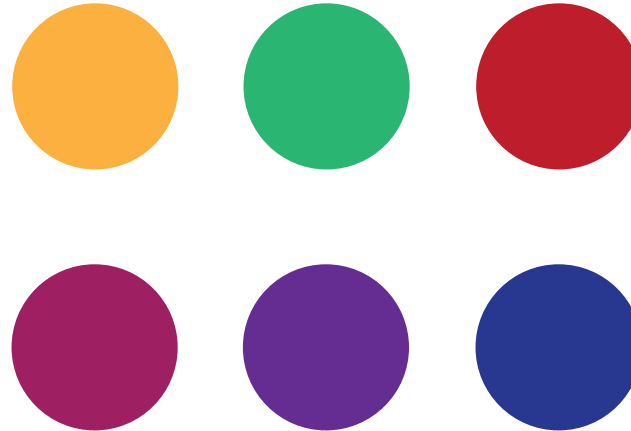
Mantener limpieza visual, representando feminidad y fluidez

- Tecnología

Aplicar fondo de color para resaltar el diseño.

- Expresión

Sensación de feminidad



Formato

- Función

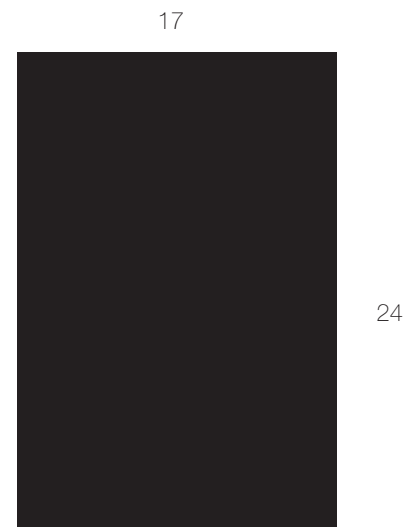
Permitir la movilidad de la pieza para crear más impacto.

- Tecnología

17 x 24 in.

- Expresión

Sensación de fluidez



soporte

- Función

Permitir la mayor durabilidad de la pieza.

- Tecnología

PVC

- Expresión

Sensación de movimiento



Hoja membretada

Ejes y retículas

● Función

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar

● Tecnología

maquetar

● Expresión

Sensación de movimiento

Tipografía

● Función

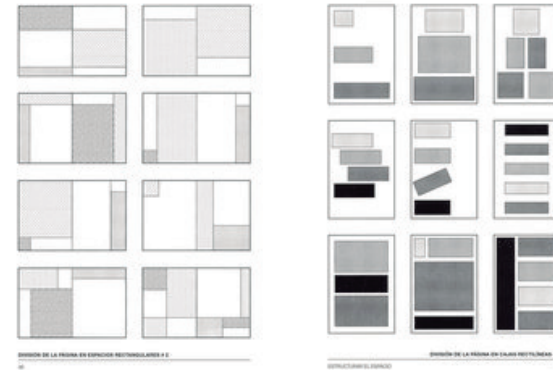
Transmitir un mensaje claro, con trazos rectos de fácil legibilidad para el grupo objetivo.

● Tecnología

San serif, trazo recto

● Expresión

sensación de movimiento, feminidad, fluides.



GROTESCA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

NEOGROTESCA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

HUMANISTA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

GEOMÉTRICA
The quick brown fox
jumps over the lazy dog.

Color

- Función

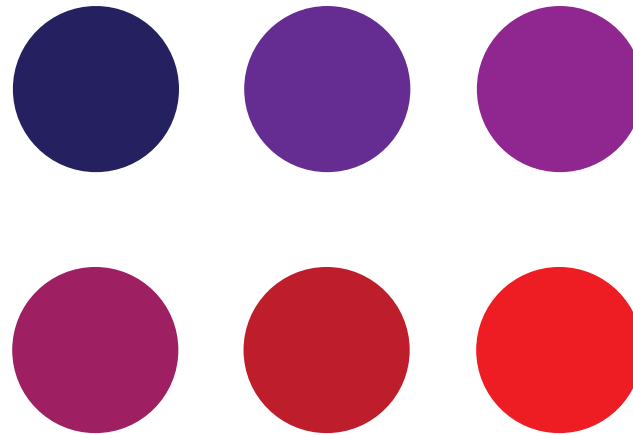
Mantener limpieza visual, representando feminidad y fluidez

- Tecnología

aplicar color en los elementos, manteniendo un fondo blanco para no cargar el diseño.

- Expresión

sensación de feminidad



Formato

- Función

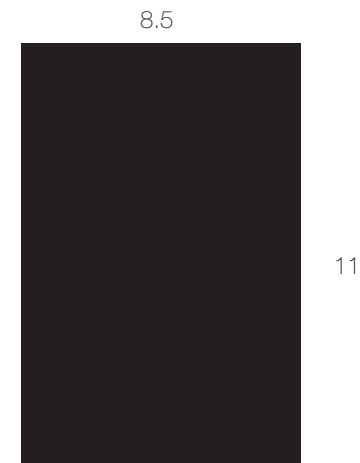
Facilitar la forma de distribución de información

- Tecnología

Carta

- Expresión

sensación de movimiento



soporte

- Función

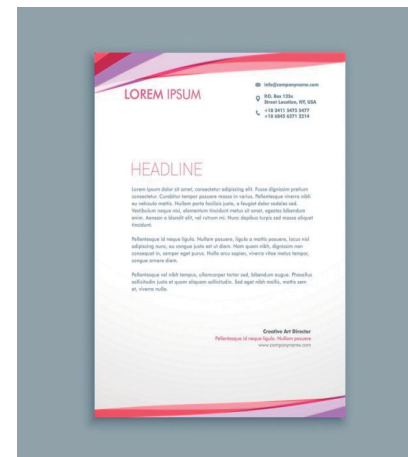
fleccibilidad y fácil acceso.

- Tecnología

bond 120

- Expresión

Sensación de movimiento



Qabacha

Ejes y retículas

● Función

Es una estructura en dos dimensiones hecha de líneas verticales y horizontales utilizada para estructurar el contenido, sirve como una armazón para organizar textos, imágenes o videos de una forma racional y fácil de visualizar

● Tecnología

maquetar

● Expresión

Sensación de movimiento

Tipografía

● Función

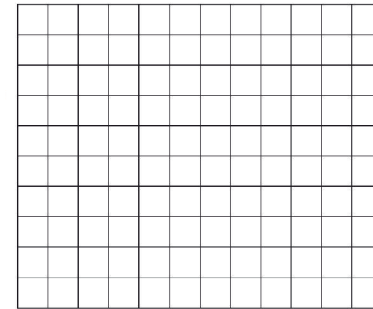
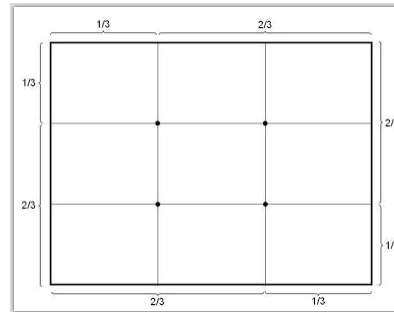
Transmitir un mensaje claro, con trazos curvos de fácil legibilidad para el grupo objetivo.

● Tecnología

San serif, trazo curvos

● Expresión

sensación de movimiento, feminidad, fluides.



letritas
Branboll
Wolf in the City
Yorkville

Color

- Función

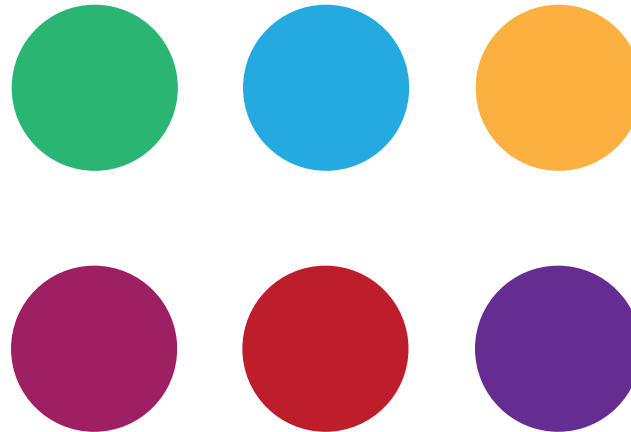
Mantener limpieza visual, representando feminidad y fluidez

- Tecnología

aplicar color en los elementos, manteniendo un fondo blanco para no cargar el diseño.

- Expresión

sensación de feminidad



Formato

- Función

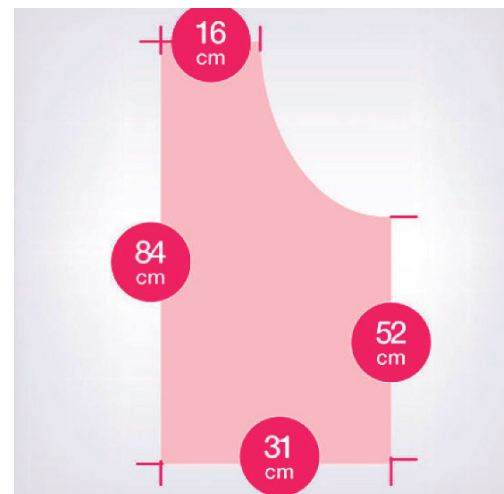
Crear presencia de marca en el municipio

- Tecnología

talla M

- Expresión

sensación de movimiento



sopote

- Función

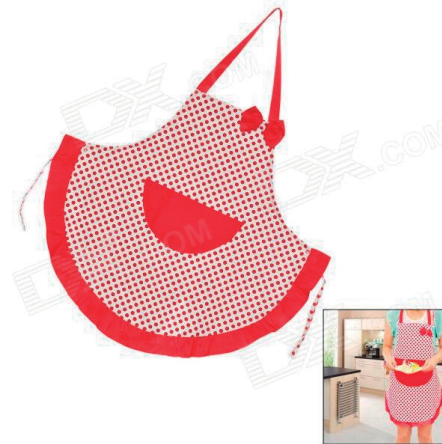
funcional en el hogar

- Tecnología

tela

- Expresión

Sensación de movimiento



A continuación se presentará la forma en la cual se planea implementar las piezas realizadas para la Dirección de la Mujer y el propósito por el cual fue propuesta cada una de ellas.

10

Planeación de Medios

PIEZAS	CARACTER	PROPÓSITO
LOGO	<i>medio impreso imagen corporativa</i>	<i>renovar la imagen de la Dirección de la Mujer.</i>
AFICHE	<i>medio impreso Material informativo</i>	<i>Informar a las personas del Municipio de Jocotenango sobre la Dirección de la Mujer</i>
TRIFOLIAR	<i>medio impreso Material informativo</i>	<i>Informar a las personas del Municipio de Jocotenango sobre la Dirección de la Mujer</i>
TARJETA DE PRESENTACION	<i>medio impreso imagen corporativa</i>	<i>Facilitar el transporte de información de un miembro de la Dirección de la Mujer</i>
PIN	<i>medio impreso Material promocional</i>	<i>Realizar publicidad ambulante en el Municipio de Jocotenango</i>

PIEZAS	CARACTER	PROPÓSITO
HOJA MEMBRETADA	<i>medio impreso imagen corporativa</i>	<i>Invitar a nuevos donadores a participar en la organización</i>
BTL	<i>medio impreso Material promocional</i>	<i>Promocionar los cursos de la organización en el municipio de Jocotenango</i>
GABACHA	<i>medio impreso Material promocional</i>	<i>Promocionar los cursos de la organización en el municipio de Jocotenango</i>

LUGAR	TIEMPO	A TRAVEZ DE
<i>En todo material gráfico que realice la Dirección de la Mujer</i>	<i>5 años</i>	<i>Municipalidad de Jocotenango</i>
<i>Se colocarán en mercados y escuelas publicas del Municipio de Jocotenango</i>	<i>9 meses</i>	<i>Municipalidad de Jocotenango</i>
<i>se repartirán en la feria de Jocotenango.</i>	<i>1 meses</i>	<i>Municipalidad de Jocotenango</i>
<i>En la oficinica de la Dirección de la Mujer</i>	<i>5 años</i>	<i>Municipalidad de Jocotenango</i>
<i>se repartiran en los cierres de cursos.</i>	<i>2 meses</i>	<i>Municipalidad de Jocotenango</i>

LUGAR	TIEMPO	A TRAVEZ DE
<i>En todo material gráfico que realice la Dirección de la Mujer</i>	<i>5 años</i>	<i>Municipalidad de Jocotenango</i>
<i>Se colocaran en mercados y escuelas publicas del Municipio de Jocotenango</i>	<i>1 meses</i>	<i>Municipalidad de Jocotenango</i>
<i>se repartiran en la feria de Jocotenango.</i>	<i>2 meses</i>	<i>Municipalidad de Jocotenango</i>

Fase	¿Qué se quiere lograr?	¿a través de?	¿cómo?
Primera fase: Imagen visual de la Dirección de la Mujer	Diseñar una imagen con la cual la Dirección de la Mujer se pueda dar a conocer en el municipio de Jocotenango	Logotipo Tarjeta de presentación Hoja membretada Ficha informativa	El lanzamiento de la nueva imagen se realizará a principios del año (enero) 2017
Segunda fase: Marketing de guerrilla	Invitar a los jocotecos a que formen parte de la organización, motivándolos a que se desarrollen.	Trifoliales Un montaje el cual consta de una persona que brinda información de la organización y un espejo en el cual las personas pueden ver reflejado los beneficios de integrarse a los cursos.	Agosto, en la feria de Jocotenango
Tercera fase: Material promocional	Crear el sentimiento de pertenencia a los integrantes de la organización.	Gabachas pines	Octubre, en las graduaciones de los cursos

Línea de tiempo

Desde el 15 de Enero se iniciará la implementación de afiches en el mercado municipal de Jocotenango y escuelas públicas, para la promoción de los cursos de capacitación a impartir en la organización.

Enero

A partir del 13 de agosto se estará repartiendo los trifoliales y se pondrá en práctica el marketing de guerrilla en el parque de Jocotenango debido a que el 15 de este mes es la feria del municipio.

Agosto

Se impartiría el material promocional (gabachas y botones) en los cierres de cursos hasta el 15 de este mes, ya que hasta esta fecha se reciben los cursos.

Noviembre

Hasta el 15 de este mes se colocarán los afiches para promocionar los cursos, debido a que a partir de esta fecha ya no se pueden integrar nuevas personas a los cursos impartidos.

Abril

A partir del 15 de octubre se empezaría a manejar los botones y bachas, dándolos como material promocional en los cierres de cursos.

Octubre

● ¿Por qué el 15 de enero?

Debido a que una de las locaciones es escuelas públicas, las cuales inician clases en dicha fecha y el grupo objetivo (mamás) asisten al mismo en 2 distintos horarios.

● ¿Por qué en la feria?

Es un evento en el cual la municipalidad le brinda un espacio a la organización de forma gratuita, en el cual ponen en exposición los trabajos realizados en los cursos, lo cual ayuda a captar la atención del G.O. para poder promocionar a la organización, tomando en cuenta que la mayoría del grupo objetivo se encuentra reunido en dicho evento.

En el proceso de bocetaje se explica en base a una signografía, como se fue desarrollando la propuesta hasta llegar a la final, tomando en cuenta al grupo objetivo e ideas que surgieron en base a un estilo ya existente.

Se divide en logotipo y piezas, en las cuales se explica el porqué de las decisiones de color, textura, tipografía, etc. Para poder analizar y entender mejor las decisiones tomadas para el diseño de la organización de la Dirección de la Mujer.



Signografía



Una idea la cual es funcional y se puede seguir desarrollando.



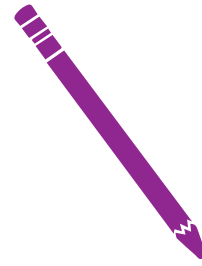
Si algun arte posee influencias de una tendencia.



Una idea que es funcional pero no se siguió desarrollando



Una idea la cual no es funcional.



Ideas que se basaron en el grupo objetivo.

Logotipo Actual

La Dirección de la Mujer actualmente posee un logotipo el cual presenta las siguientes características:



Se inició la búsqueda del logotipo basándonos en el anterior logotipo que utilizaba la dirección de la mujer el cual era tipográfico.

Inn
Dirección Municipal de la Mujer



Utilizar degradados, ya que no lo hace reproducible.



Utilizar una tipografía de trazo continuo.

Logotipo



Realizar un logotipo tipográfico.

Utilizar trazos curvos en el isotipo.



Dm
Dirección de la mujer

Se quiso representar más movimiento y fusión en el logotipo, aplicando más elementos que solo la tipografía.

Se utilizó figura fondo en el logotipo para representar la parte de fusión del concepto, y una tipografía de trazo recto para representar progreso.



Dirección municipal de la Mujer



Reforzar la parte de fusión en el logotipo.



Utilizar figura fondo dificulta la comprensión del G.O.



Aplicar tipografía en sentido contrario.



Dirección Municipal de la Mujer



La diagramación dificulta la comprensión del G.O.

Para poder brindarle más dinamismo al logotipo, se utilizó una diagramación la cual permitiera representar movimiento.

Siguiendo con la aplicación de elementos, se utilizó 3 elementos debido a que la Dirección de la mujer se divide en 3 áreas.



Utilizar transparencias, ya que no lo hace reproducible.



Integrar la tipografía con el isotipo.



Utilizar un solo color en el logotipo.



Utilizar transparencias, ya que no lo hace reproducible.



**Dirección Municipal
de la Mujer**

Se probó una tipografía curva para que se relacionara con el isotipo utilizado.

Se implementó la utilización de un color por área para facilitar el reconocimiento de las mismas por el grupo objetivo.



Formar el isotipo a base de las 3 áreas de la organización.



Paleta de colores en base a la encuesta realizada al G.O.



Reforzar la imagen de la mujer en el logotipo.



Utilizar silueta para representar a la mujer.



Siguiendo con la utilización de un color por área, se implementa la silueta de mujer tomando en cuenta el logotipo utilizado actualmente por la organización.

Se buscó una idea completamente diferente en la que el isotipo representara feminidad y al mismo tiempo fusión.



Utilizar la silueta de una mujer para representar feminidad.



Utilizar transparencias y fragmentar el isotipo.

La interacción de isotipo con la tipografía dificulta la comprensión del logotipo por parte del grupo objetivo



Representación gráfica de la mujer



se abstrajo más el isotipo para que pudiera ser reproducible, para representar fusión y movimiento el isotipo interactúa con la tipografía.

Siguiendo con la idea que el isotipo interactúe con la tipografía, se aplica una tipografía san serif para que sea de fácil legibilidad.



Utilizar colores planos.

Crear jerarquía visual en el nombre.

colocar el texto antes del isotipo.

Dirección
de la
Mujer

Se siguió buscando formas en las que el isotipo interactuara con la tipografía.

La abstracción de la silueta de siguió desarrollando buscando la mejor forma de representarla.



La abstracción es de más fácil reconocimiento para el G.O.



DIRECCIÓN
DE LA MUJER



Solo utiliza un color, el cual no representa las 3 áreas.



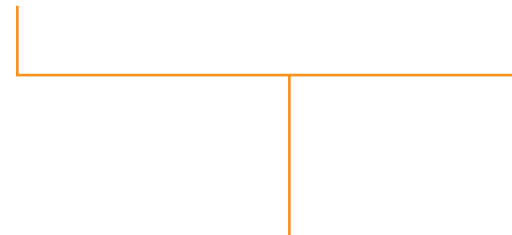
Dividir el isotipo en 3 partes



Al disminuirlo se pierde las partes del isotipo.



DIRECCIÓN
DE LA MUJER



Para poder brindarle más dinamismo al logotipo, se utilizó una diagramación la cual permitiera representar movimiento.

Para que exista más integración en el logotipo se fusiona la tipografía con el isotipo.

DIRECCIÓN
DE LA MUJER



Al disminuirlo ya no se diferencia el isotipo.

La interpretación del logotipo se les dificulta reemplazando una letra.



crear un isotipo con varios elementos.

Utilizar círculos para representar fusión.



DIRECCIÓN
DE LA MUJER

Se utilizó más de un elemento en el logotipo para complementar la imagen de la organización.

Se siguió explorando opciones de isotipo que representaran a la Mujer de forma creativa.

Realizar figura fondo, debido a que era muy difícil la comprensión del isotipo.



DIRECCIÓN
DE LA  MUJER

Utilizar un isotipo simple que expresara las 3 áreas.

 DIRECCIÓN
DE LA MUJER

 DIRECCIÓN
DE LA MUJER



Representar a la mujer con un accesorio que utilicen a diario.



El isotipo interactúa con la tipografía, pasa a poseer dinamismo.

Se implementó figura fondo para recalcar la parte de fusión en el logotipo y se utilizó una flor para

Se aplico las ideas anteriores para la realización del isotipo, de aplicar 3 secciones al isotipo y de representar a la mujer en forma abstracta con una flor.

Utilizar un color el cual asocien con la mujer, rosado.



Utilizar una forma más simbólica para representar a la mujer.

Representar a la mujer dentro de la flor para transmitir un mensaje más claro.



Aplicar solo un color al isotipo ya que no se diferenciarían las áreas.



Se aplico las 3 áreas en la estructura del logo y se creo una abstracción de una persona para representar a la mujer.



Se representa fusión en la aplicación del color, junto con la estructura del logotipo.

Se aplico 3 abstracciones de personas en los petalos debido a que se quiere representar que la dirección de la mujer es una organización donde la familia puede florecer.

Se representa feminidad con la flor y la paleta de colores.

progreso se representa en los petalos de forma ascendente y la tipografía de trazo recto

Minimalista por los colores planos y abstracción de formas.

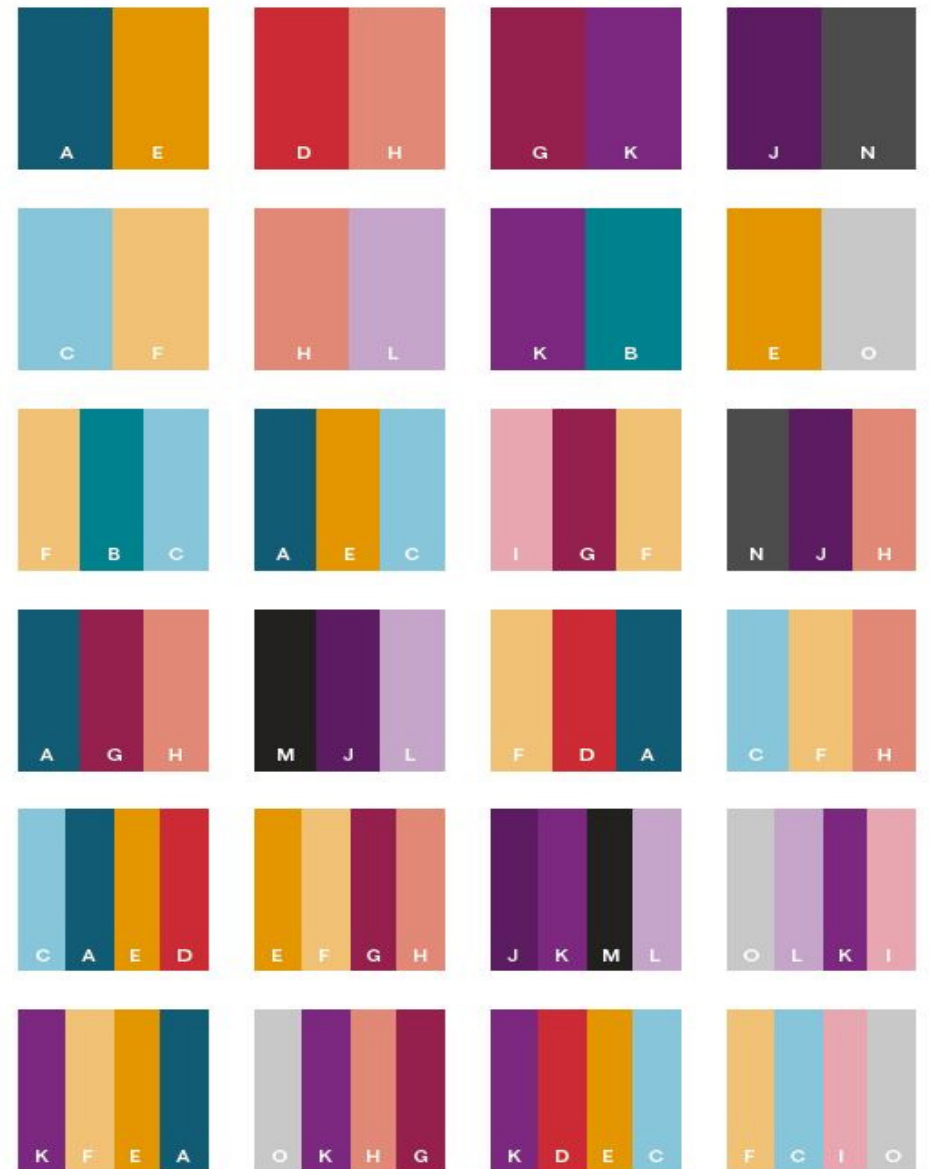


Paleta de colores

Para la elección de color se tomo en cuenta que en la Organización existe un 2% de participantes hombres, por lo que la paleta de colores debía reflejar feminidad pero al mismo tiempo pudiera ser utilizada para ambos sexos.

Otro punto a tomar en cuenta en cuanto en la elección de color es la aplicación de un color por área, el cual reflejara lo que se trabaja en dicha área.

se plantea la utilización de un color y su escala para que el grupo objetivo pueda relacionar con facilidad la marca en base a ese color.



img 24 colores99

Color



Aplicar un color por cada área de la organización.

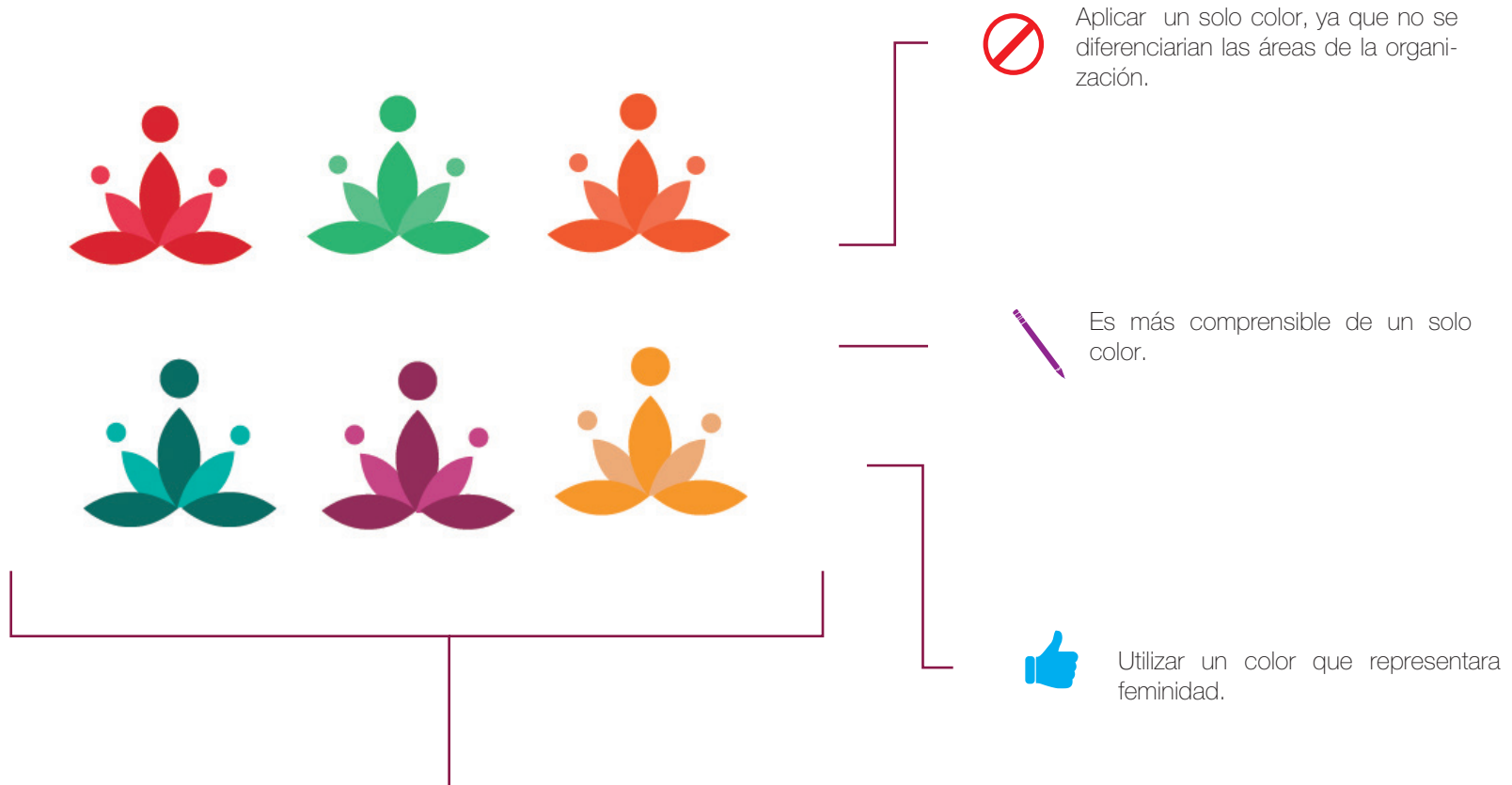


Aplicar colores complementarios, debido a su amplia gama.

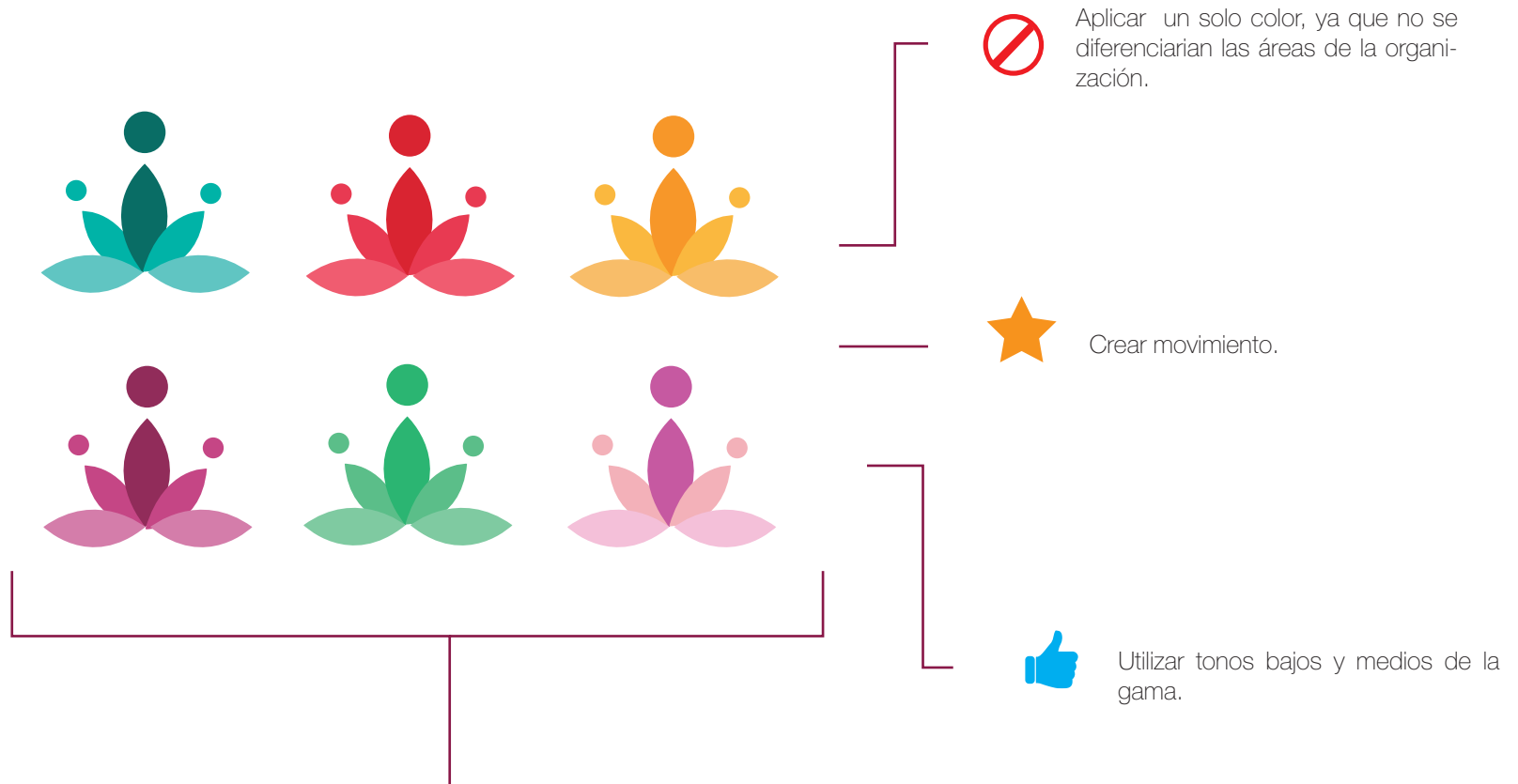


Crear contraste con los colores para crear impacto visual.

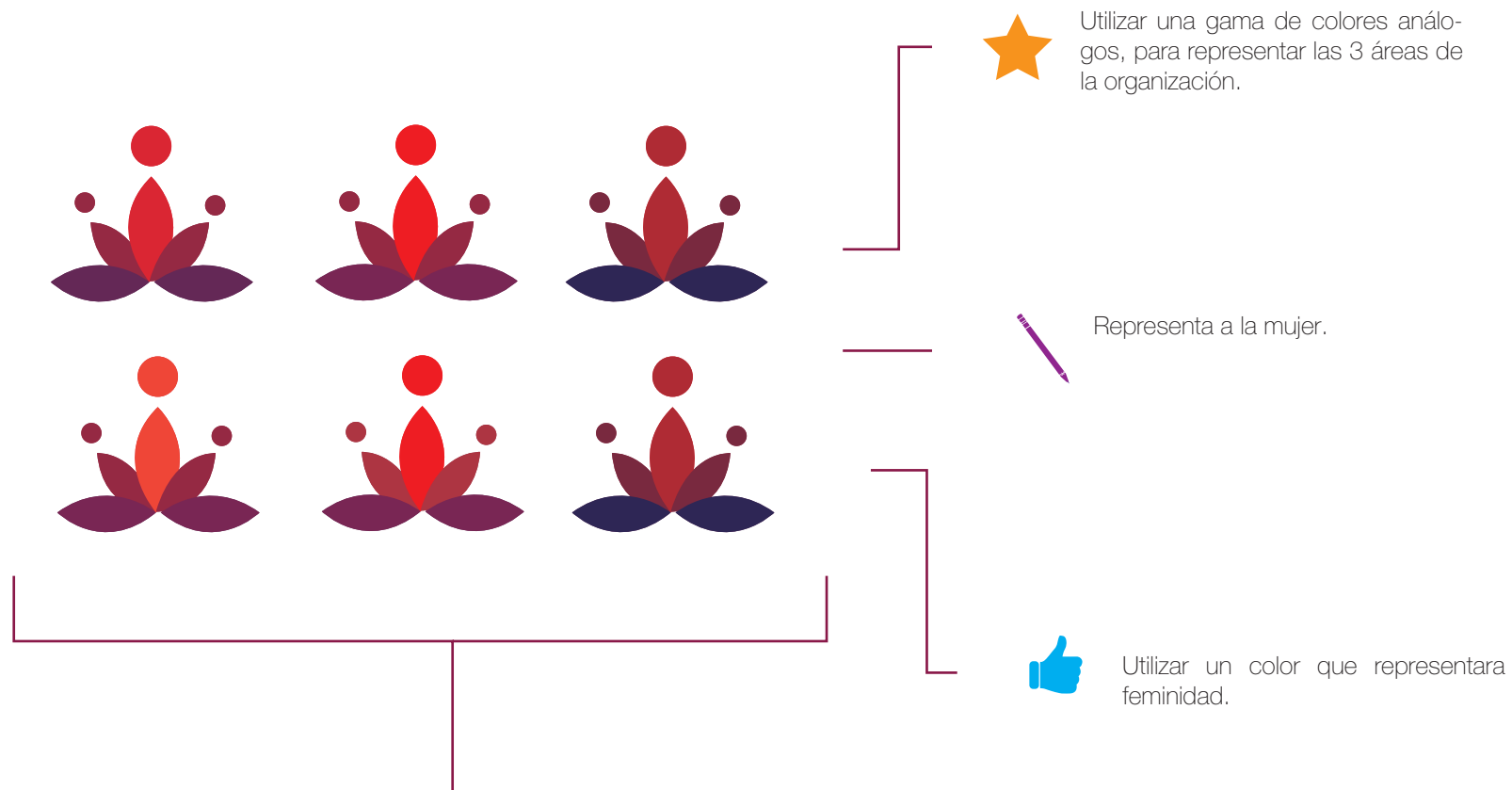
Se inicio las pruebas de color con la idea de aplicar un color a cada área para que las personas del grupo objetivo pudieran diferenciarlas con facilidad.



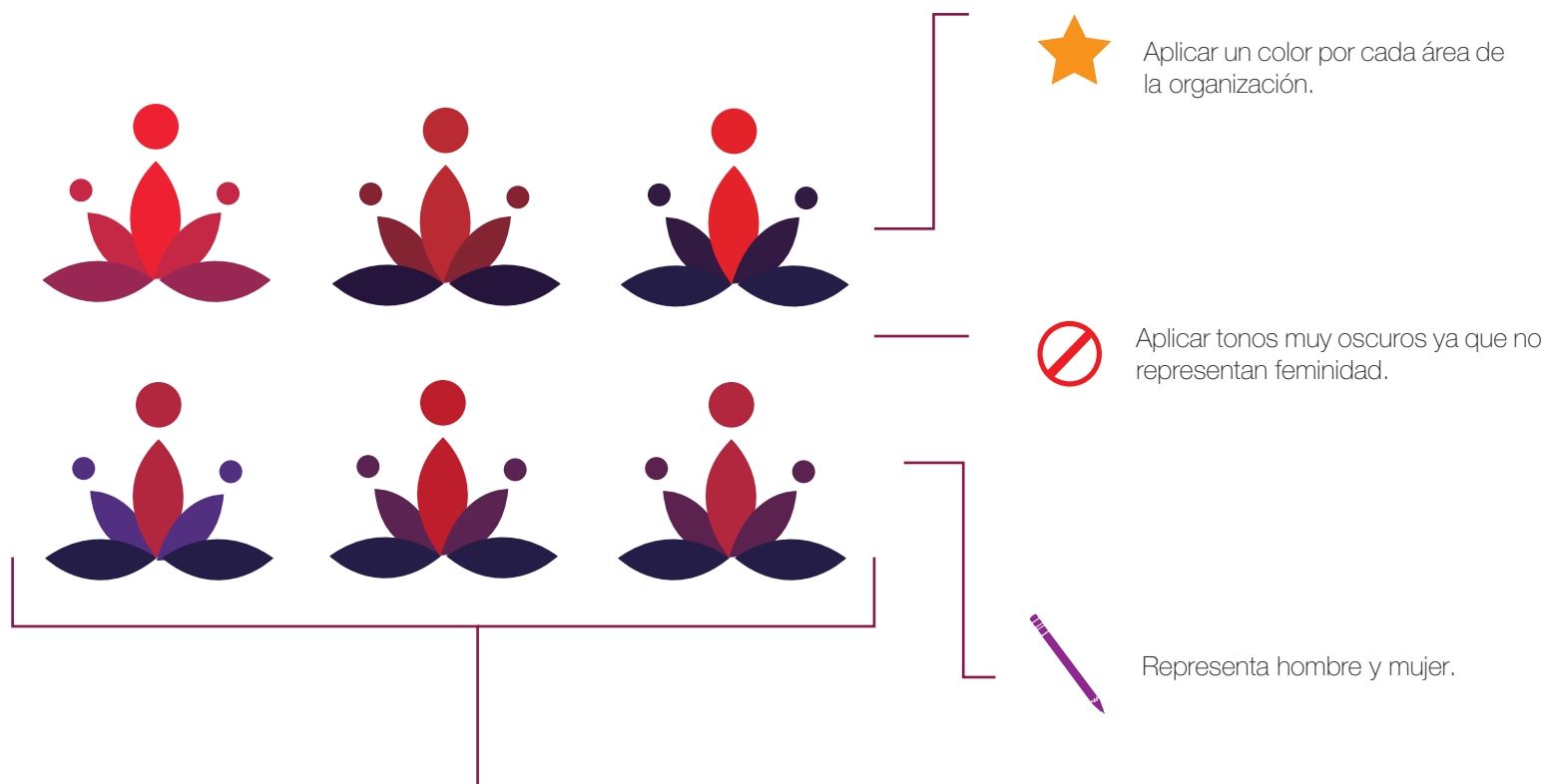
Se siguió con la idea de aplicar un color a cada área, pero extrayéndolos del mismo color, para que el grupo objetivo pueda asociar con más facilidad.



Se creó movimiento aplicando una secuencia en el color, el cual se complementa con la posición de los elementos.



Se amplió la gama de colores con la que se trabajó en el logo, utilizando colores análogos y creando una paleta de colores femenina.



Se siguió desarrollando la paleta de colores, para poder obtener una unisex, la cual representara al grupo objetivo.

★ *Seleccionado*



Se eligió una paleta de colores unisex, debido a que el 2% de los participantes de la dirección de la Mujer son Hombres.

rojo: para representar fuerza.

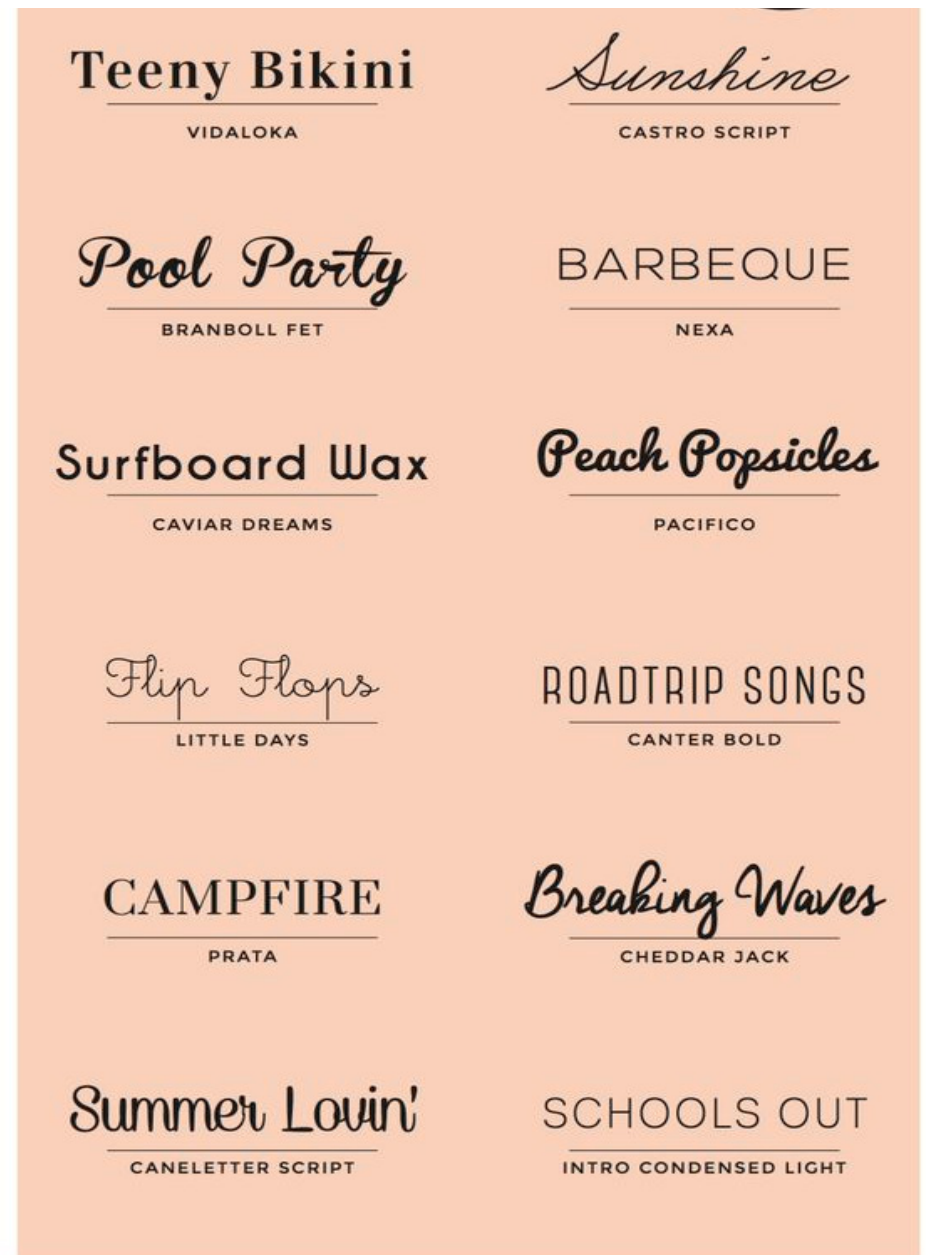
morado: representa feminidad, aroma, creatividad.

Azul: unión, pasión.

Tipografía

Para la selección de tipografía se tomo en cuenta que se debía utilizar una san serif, con trazos curvos para representar a la mujer pero sin que fuera caligráfica, debido a que si se utilizaba una tipografía de ese estilo la comprensión por parte del grupo objetivo hacia el nombre se vería afectada.

Otro aspecto a tomar en cuenta es que debía poseer peso visual pero sin que compitiera con el isotipo para que existiera un equilibrio visual en el logotipo.



img 25 tipografia103

Tipografía

Se busca una tipografía la cual posea trazos curvos para representar movimiento y feminidad.

**Dirección
de la Mujer**

Utilizar tipografía con mucha decoración ya que dificulta la lectura.



Utilizar tipografía con mucho peso visual para que tenga presencia el nombre.

**Dirección
de la Mujer**

Tipografía curva es la que mejor representa a la mujer.

Una tipografía de trazo continuo para representar unidad.



Tipografía caligráfica.

Se seguía en la búsqueda de una tipografía la cual tuviera movimiento y peso visual.

Dirección
de la **Mujer**

Dirección
de la *Mujer*

Dirección
de la *Mujer*

Dirección
de la *Mujer*

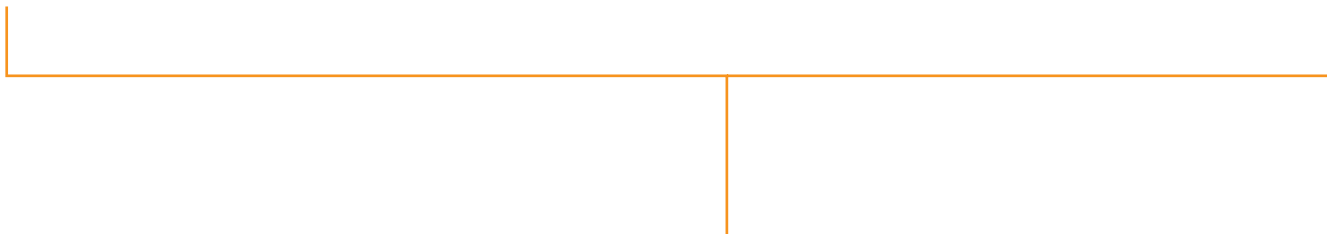
Dirección
de la *Mujer*

Dirección
de la *Mujer*

Dirección
de la **Mujer**

Dirección
de la **Mujer**

Dirección
de la *Mujer*



Se realizaron distintas pruebas caligráficas con el fin de conseguir una tipografía que representara movimiento y fuera legible para facilitar la comprensión por parte del grupo objetivo.

Se cambió la tipografía caligráfica por una con trazos más rectos para facilitar la lectura del nombre.

Dirección
de la **Mujer**



La diagramación no es apta cuando se reduce el logotipo, se pierde texto.

Al momento de disminuirlo, se dificulta la lectura.



Utilizar tipografía que posea trazos curvos.



Utilizar una tipografía sin decoración para facilitar la lectura.



Crear un peso visual que no compita con el isotipo.

**DIRECCIÓN
DE LA
MUJER**

Se probó distintas diagramaciones, sin que perdiera dinamismo la misma.

Se probó con tipografía serif y una diagramación simple para facilitar la lectura al grupo objetivo del nombre.

Dirección de la Mujer



tipografía serif para reflejar movimiento.

No es adecuado resaltar una palabra más que la otra en el nombre.



Es de fácil comprensión para el grupo objetivo.

DIRECCIÓN DE LA MUJER

Facilita la lectura al grupo objetivo.

Aplicar una diagramación simple.

Se creó jerarquía visual en el nombre, con el fin de crear un recorrido visual en el nombre para el grupo objetivo.

Para representar movimiento se realizó una diagramación distinta en la cual también representara unión.

Dirección de la



Mujer



Utilizar una diagramación dinámica.



representar movimiento y unión

no utilizar jerarquía visual.



Es de fácil comprensión para el grupo objetivo.

Dirección de la Mujer

Se utilizó una diagramación simple para la fácil legibilidad.



DIRECCIÓN DE LA MUJER

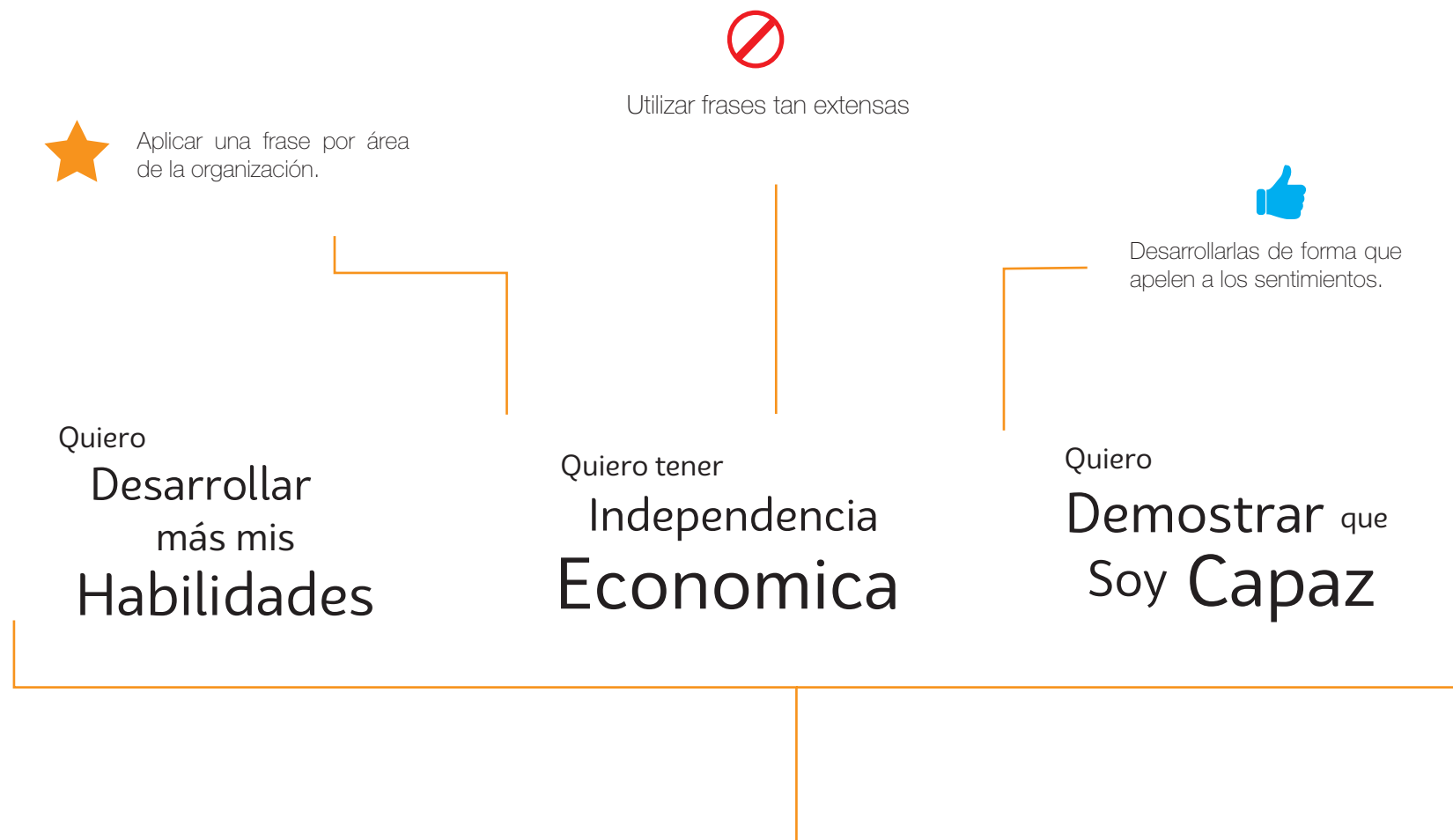
Se colocó con mayúsculas para que tuviera peso visual, sin competir con el isotipo, san serif para que sea de fácil legibilidad.



Poseer un recorrido visual de facil comprensión.



Utilizar tipografía mayúscula para darle peso visual al nombre.



Se realizaron frases para cada área de la Dirección de la Mujer, las cuales fueron desarrolladas en base a las razones por la que las personas asistían a la organización.

Se buscaron distintas formas de redactar la frase, buscando la mejor forma de transmitir el mensaje.


Quiero dar
Colaboración
Economicamente
en casa



No existe jerarquía visual


Utilizar una tipografía cursiva para representar movimiento.


Utilizar un lenguaje más coloquial


Se dificulta la comprensión de la frase por la tipografía.

ASPIRO QUE MI
Familia
ESTE
Saludable

Se buscaba una tipografía la cual tuviera movimiento y peso visual.



Manejar una jerarquía visual, resaltando las palabras más importantes.



Utilizar un lenguaje más coloquial.

PUEDO
demostrar
QUE SOY
Capaz

QUIERO UN
Hogar
JUSTO

ASPIRO QUE MI
Familia
ESTE
Saludable

Se redactaron las frases más enfocadas a cada área de la organización, con una tipografía la cual representa movimiento y fusión.



Seleccionado



Representar a los integrantes
y posibles integrantes



Manejar una frase por cada
área de la organización.



La tipografía facilita la
lectura

Puedo
Demstrar
mi
Capacidad

Quiero
Mantener
a mi familia con
Salud

Un
Hogar
Que sea
Justo

Se desarrollaron las frases a modo que el grupo objetivo solo con leer las palabras principales captara el mensaje que se deseaba transmitir.



El mensaje no se transmite
de forma creativa



Manejar una frase por curso
a promocionar.

Se la
Mejor
Cocinera de la
Familia

Sorprendelos
con Tu mejor
look

Expresate
con tus
manos

Para una de las piezas del BTL se crearon nuevas frases, las cuales motivaran a las personas del municipio a ser parte de la organización, promocionando los 3 cursos con más participación, los cuales son: cocina, maquillaje y manualidades.

Se realizaron las frases de forma más creativa, para llamar la atención del G.O.

Sorprende a tu
Familia con un
Sabor **unico**



Utilizar un lenguaje más coloquial.



La redacción de la frase no es la adecuada para invitar a un curso.



Invitar a las personas a no solo participar si no a que se desarrollen.



No se reconocería con facilidad el curso que se promociona.

Desarrolla
Tu mejor
Talento

Se desarrolló una frase la cual fuera funcional para todos los cursos.

Se realizaron frases relacionándolas con el isotipo de la organización, el cual es una flor.

¿ya hiciste
Florece_{tu}
Talento?



Unificar las frases con la imagen de la organización.



La redacción de la frase invita a participar de los cursos.



Invitar a las personas a no solo participar si no a que se desarrollen.



Apelar al sentimiento, involucrando a la familia.

Florece
junto a tu
Familia

Se abarco más allá de la participación de la persona, involucrando en la frase también a los beneficiarios de su participación.



Transmite un mensaje claro y relacionado al curso.



El lenguaje utilizado es apto para el G.O.



Posee jerarquía visual.

Se QUIEN le ponga
Sazón a TU
Familia

Se QUIEN le de
Vida a TU
Hogar

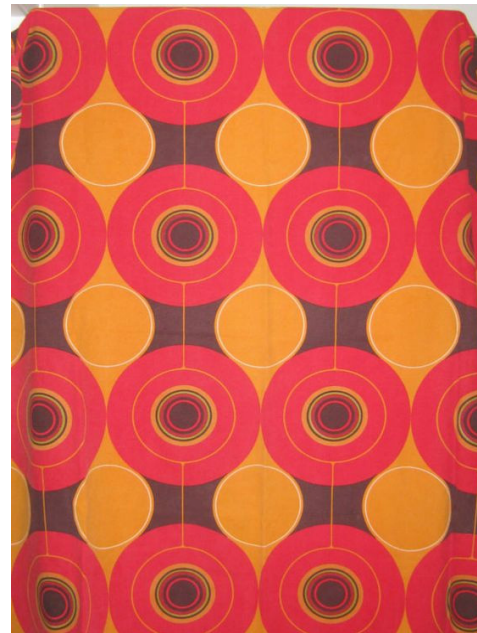
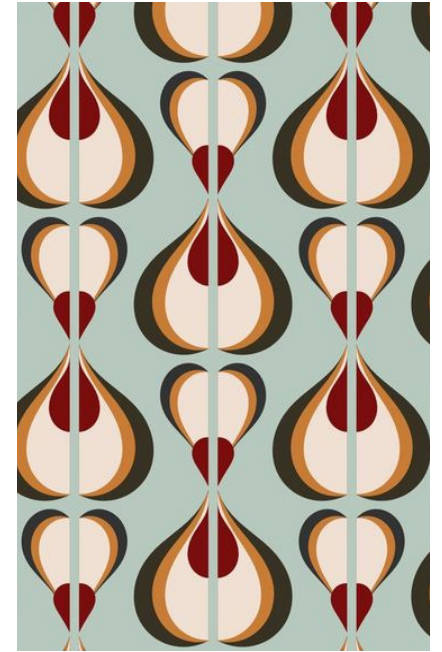
Se QUIEN
Realce su
Belleza

Retomando la idea de una frase por curso a promocionar, se desarrollaron nuevas, apelando al sentimiento de las personas, resaltando lo que lograrían si se integran a los cursos a impartir.

Texturas

Se utilizaron referencias de texturas con elementos los cuales representaran movimiento y unión para la realización de línea gráfica de la Dirección de la Mujer.

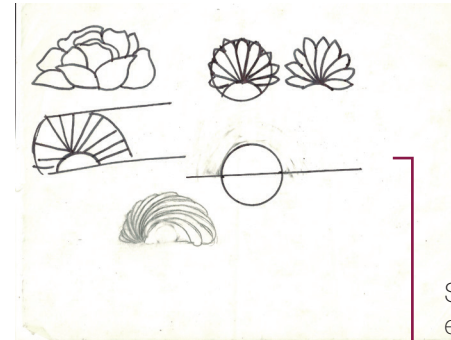
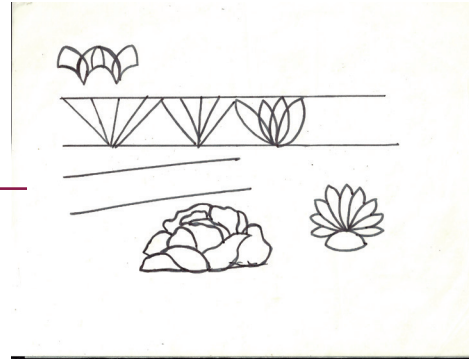
Se tomó en cuenta que la textura pudiera mutar de color debido a que se aplica un color por área de la organización y que tuviera trazos curvos para representar a la mujer.



img 26 texturas107

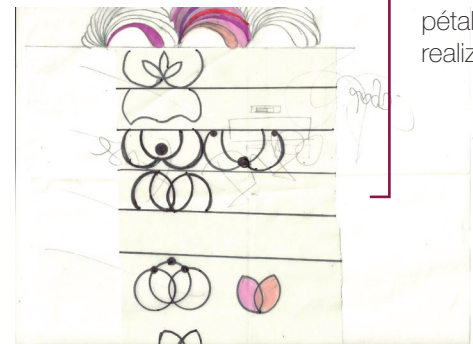
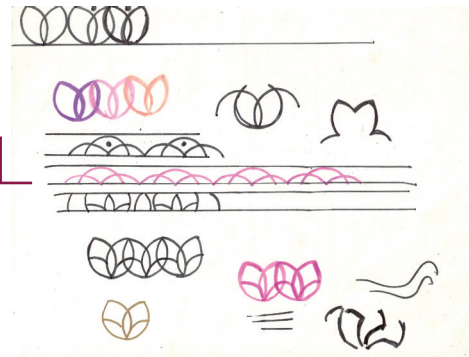
Elemento gráfico de apoyo

Se inició desarrollando un elemento el cual representara movimiento, que se complementara con la tipografía a utilizar en las piezas.



Se basó las texturas en una forma de abanico para reflejar con más facilidad movimiento y se utilizaron pétalos de flor para realizar los elementos.

Por motivo que el isotipo era una flor, se quería sacar el elemento de una, pero sin ser la misma del isotipo para que existiera variedad de elementos en las piezas.



Realizar una textura cargada que compita contra el logotipo



Realizar una textura de 3 áreas para seguir con la misma idea del logotipo.

Opción A



Se utilizó una textura fluida para representar movimiento.



Se representó fusión con la fusión de colores que se maneja en la línea gráfica.

CURSOS		
Cursos/temas	Lunes 10 de Mayo a las 10:00	2:00 a 4:00pm
Historia	Lunes 10 de Mayo a las 11:00	4:00 a 5:00pm
Actividad Física	Lunes 10 de Mayo a las 5:00	6:00 a 7:00pm
Planificación	Lunes 10 de Mayo a las 7:00	8:00 a 9:00pm
Desarrollo	Martes 11 de Mayo a las 10:00	2:00 a 4:00pm
Desarrollo	Martes 11 de Mayo a las 11:00	4:00 a 5:00pm
Desarrollo	Martes 11 de Mayo a las 5:00	6:00 a 7:00pm
Desarrollo	Martes 11 de Mayo a las 7:00	8:00 a 9:00pm
Desarrollo	Martes 11 de Mayo a las 9:00	10:00 a 11:00pm
Desarrollo	Martes 11 de Mayo a las 11:00	12:00 a 1:00pm



La diagramación no es fluida, por lo que no hace interesante la lectura.



La jerarquía visual no está bien manejada, debido a que no se posee una lectura fluida.

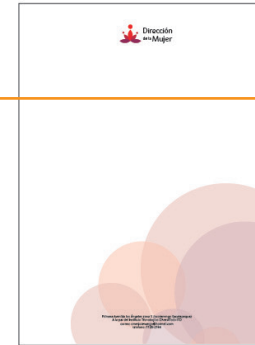


Se desarrolló esta línea gráfica representando el arte que se maneja en los cursos que se imparten la Dirección de la Mujer los cuales ayudan a las personas a desarrollar sus talento o a descubrir cuales poseen.

Opción B



Se implementó opacidad para representar fusión en la textura basada en el overlapping.



La tipografía no refleja feminidad ni movimiento



La diagramación no es dinámica, por lo que no resulta atractiva para el grupo objetivo.

Se realizó esta línea gráfica para representar fusión con la Interacción de los círculos, con los culés se buscaba reforzar la palabra fusión. se jugó la textura con la tipografía ara agregar el dinamismo a las piezas.

Opción C



Utilización de formato de una forma no tradicional para captar la atención del lector.



Manejar jerarquía visual más marcada, para que las frases al momento de leer las palabras principales posean sentido.



Color complementario a los del logotipo para crear contraste.



Diagramación más dinámica para captar la atención del lector.

Se manejan frases con las cuales los integrantes de la dirección de la Mujer se pueden sentir identificados por las razones las cuales asisten a la organización y las personas que aún no son integrantes se puedan sentir llamados a asistir a la organización. se aplicó un color plano para que la textura no compita con las frases.

Opción D



Se aplicó una tipografía la cual representara fusión y movimiento por sus trazos.



Se regreso a la paleta de colores original, para que las personas puedan relacionar las piezas con la organización.



Se realizó una diagramación más organizada para facilitar la lectura de la información.



La utilización del logotipo no es la adecuada, ya que no posee un lugar fijo.



Se realizó una textura la cual representara fluidez y fusión, que aportara dinamismo a la diagramación de las piezas y apoyara el recorrido visual de las mismas.

Opción E



Aplicar un color específico para cada área de la dirección de la Mujer.



Se pone como punto focal la frase la cual representa a los integrantes de la organización.



Se quitó la textura debido a que no se veía unificado con las demás piezas con fondo plano, se decidió colocarle a todas este fondo para que las frases sean el punto focal de las piezas en la parte frontal y transmitir un mensaje sin contaminación visual.

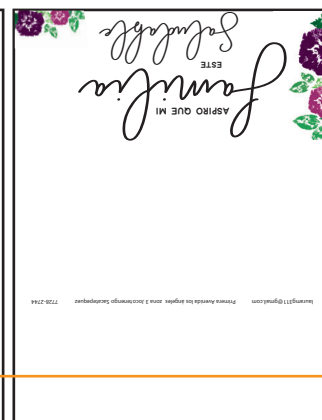
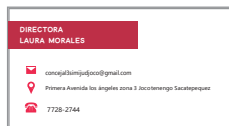


Se aplica una textura floral para representar la feminidad, pero no se complementa con el logotipo



La frase sigue como punto focal de la composición.

Opción 7



Se realiza un diseño más limpio para evitar la contaminación visual.



La diagramación se basa en una retícula básica para facilitar la lectura de la información.

La anterior propuesta era funcional, pero simple por lo que se decidió realizar una textura basada en el art Neavou, el cual se representa a la mujer y la industrialización la cual buscaba el desarrollo al igual que la organización en el municipio.

Opción C



La textura es muy pesada por lo que evita que las personas puedan tener una lectura fluida de la frase.



Al aplicar la textura se pierde la definición por color de cada área de la organización.



Se complementa con fondos planos para no cargar visualmente la línea gráfica.

Se realizó una textura la cual representara movimiento por sus trazos organicos y fusión por la mezcla de colores que se maneja en ella. Se aplica el color morado ya que es el color que representa creatividad lo cual se explota en los cursos que imparte en la Dirección de la Mujer.

Opción H



Se combina la textura con fondos de colores planos para no saturar la línea gráfica.



Las piezas se manejan en el formato estándar, pero con un troquelado distinto para la innovación de la misma.



Se cambió la tipografía por una con más peso visual para que la textura no la opacara y fuera más fácil su legibilidad.



Cada área es representada por un color en específico.

Se realizó una textura la cual agregara movimiento a las piezas, sin saturarlas, la cual jugara con las frases manejadas para representar fusión y se lograba cambiar de colores para que cada área fuera de la organización fuera representada por una.



Se aplica una diagramación más ordenada en las piezas para facilitar la lectura de la información.



Se manejan las frases de manera que el lector solo con ver las palabras principales pueda hallar sentido a la frase.



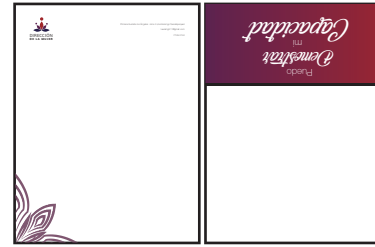
Seleccionado



Para representar fusión se utiliza un degrade en las piezas.



Reforzando la parte de fusión al momento de unir las piezas la textura se complementa.



Siguiendo con la idea que cada área fuera representada por un colore, se realizó una textura la cual fue extraída del logotipo la cual representa movimiento y fusión. Se aplica de una manera la cual no compita con la frase ni el logotipo, creando un equilibrio visual entre estos 3 elementos.

Piezas

A continuación, se presenta el desarrollo de cada pieza, exponiendo las características de cada propuesta realizada, tomando en cuenta los aspectos negativos, positivos y como el grupo objetivo influyo en la toma de decisiones de los cambios realizados a cada pieza.

Las piezas realizadas para la Dirección de la Mujer son:

- **Trifoliar:** Desarrollado para transmitir información de la organización a los posibles integrantes de la misma.
- **Ficha informativa:** Es para las personas que se interesan en una sola área de la organización.
- **Hoja membretada:** Para enviar memorandos de apoyo a posibles colaboradores de la organización.
- **Tarjetas de presentación:** Desarrollada para facilitar el trasporte de la información de las personas encargadas de la organización.
- **Material promocional:** Para crear presencia de marca en el municipio.
- **Afiches:** Para difundir la información de los cursos impartidos por la organización en el municipio.

- **Stand:** Desarrollado para hacer que más personas del municipio se integren a la organización.

Trifoliar

Utilizar información sintetizada, solo para dar la información más importante y mantener la atención del lector



Poseer un recorrido visual marcado y una jerarquía visual marcada.



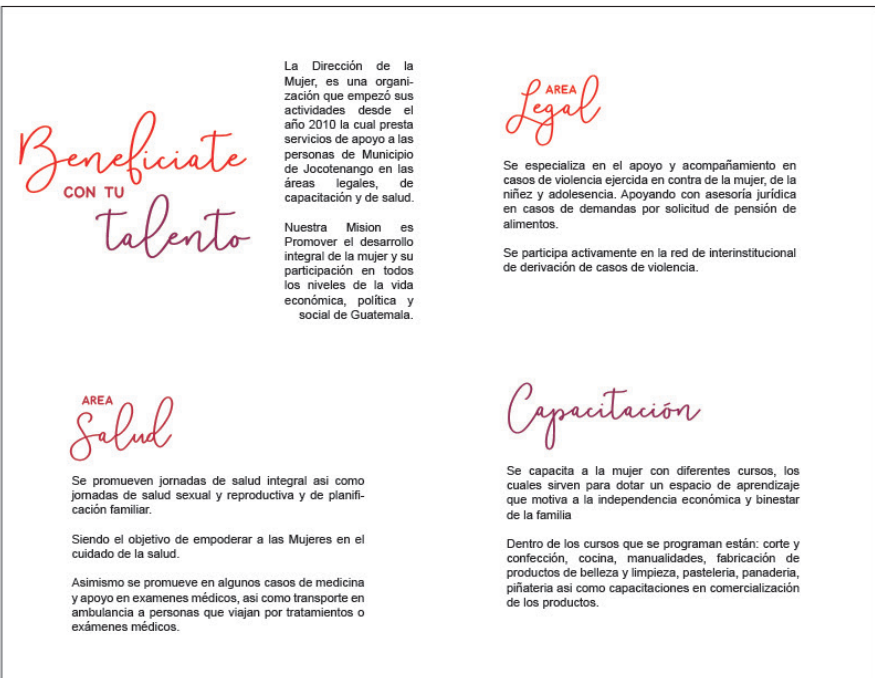
Utilizar un formato diferente al estándar para darle más impacto a la pieza.



Utilizar el formato de forma horizontal para poder tener más número de columnas para la información.



No utilizar una pieza con tantos dobleces ya que se dificulta volverla a armar.



Designarle un espacio a cada área.




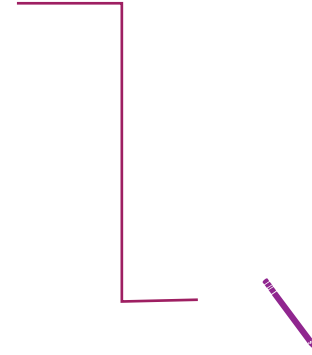
Utilizar un formato vertical.



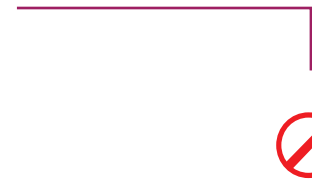
Crear una pieza que pueda ser impresa en impresora casera.

<p><i>Beneficiate</i> con tu <i>talento</i></p>	
<p>Área de <i>Capacitación</i></p>	
<p>Área <i>Salud</i></p>	<p>Área <i>Legal</i></p>
<p>Se promueven jornadas de salud integral así como jornadas de salud sexual y reproductiva y de planificación familiar.</p> <p>Siendo el objetivo de empoderar a las Mujeres en el cuidado de la salud.</p>	
<p>Asimismo se promueve en algunos casos de medicina y apoyo en exámenes médicos, así como transporte en ambulancia a personas que viajan por tratamientos o exámenes médicos.</p> <p>Se especializa en el apoyo y acompañamiento en casos de violencia ejercida en contra de la mujer, de la niñez y adolescencia. Apoyando con asesoría jurídica en casos de demandas por solicitud de pensión de alimentos.</p> <p>Se participa activamente en la red de interinstitucional de derivación de casos de violencia.</p>	

<p><i>Capaz</i> Que soy <i>Democratizar</i> Puedo</p>	
<p> DIRECCIÓN DE LA MUJER Primera Avenida los Angeles zona 3 Jucotenango Sacatepequez 7728-2744</p>	
<p>Nuestra Misión es Promover el desarrollo integral de la mujer y su participación en todos los niveles de la vida económica, política y social de Guatemala.</p> <p>de capacitación y de salud.</p> <p>Municipio de Jucotenango en las áreas legales, cual presta servicios de apoyo a las personas de empezó sus actividades desde el año 2010 la La Dirección de la Mujer, es una organización que</p>	
<p>Se capacita a la mujer con diferentes cursos, los cuales sirven para dotar un espacio de aprendizaje que motive a la independencia económica y bienestar de la familia</p> <p>Dentro de los cursos que se programan están: corte y confección, cocina, manualidades, fabricación de productos de belleza y limpieza, pastelería, panadería, pajarería así como capacitaciones en comercialización de los productos.</p>	



Poseer una pieza de fácil transporte y que contenga la información necesaria.



Saturar las áreas de la pieza con información.



Seleccionado



Aplicar un índice para que las personas supieran del contenido interno de la pieza.



Utilizar el troquelado de la pieza para que sea dinámica.

Aplicar un troquelado fácil de armar y desarmar.



Ficha informativa

Aplicar una textura que compita con el logotipo. 



Tener
INDEPENDENCIA
Económica

Se capacita a la mujer con diferentes cursos, los cuales sirven para dotar un espacio de aprendizaje que motiva a la independencia económica y bienestar de la familia.

Dentro de los cursos que se programan están: corte y confección, cocina, manualidades, fabricación de productos de belleza y limpieza, pastelería, panadería, piñatería así como capacitaciones en comercialización de los productos.



Core y Confección	Lunes 16 de Mayo cada 8 días	2:30 a 4:30pm
Frituras	Lunes 16 de Mayo cada 15 días	9:00 a 11:00am
Bordado Típico	Lunes 4 de Julio cada 8 días	9:00 a 11:00am
Decoupage	Lunes 16 de Mayo cada 15 días	2:30 a 4:30pm
Bordado en listón	Martes 16 de Mayo cada 15 días	9:00 a 11:00am
Pintura en Tela	Miércoles 27 de Abril cada 15 días	2:30 a 4:30pm
Elaboración de Canastas	Lunes 11 de Julio cada 8 días	9:00 a 11:00am
Piñatería	Lunes 7 de Junio cada 8 días	2:30 a 4:30pm



Utilizar una textura que aporte a la diagramación de la pieza.

La textura dificulta la lectura fluida del texto.





Utilizar un color plano para no dificultar la lectura.

Utilizar una diagramación simple para una lectura fluida



ASPIRO
tener
INDEPENDENCIA
Económica

Se capacita a la mujer con diferentes cursos, los cuales sirven para dotar un espacio de aprendizaje que motiva a la independencia económica y bienestar de la familia.

Dentro de los cursos que se programan están: corte y confección, cocina, manualidades, fabricación de productos de belleza y limpieza, pastelería, panadería, pñatería así como capacitaciones en comercialización de los productos.

Corte y Confeccion	Lunes 16 de Mayo cada 8 días	2:30 a 4:30pm
Frituras	Lunes 16 de Mayo cada 15 días	9:00 a 11:00am
Bordado Típico	Lunes 4 de Julio cada 8 días	9:00 a 11:00am
Decoupage	Lunes 16 de Mayo cada 15 días	2:30 a 4:30pm
Bordado en liston	Martes 16 de Mayo cada 15 días	9:00 a 11:00am
Pintura en Tela	Miercoles 27 de Abril cada 15 días	2:30 a 4:30pm
Elaboración de Canastas	Lunes 11 de Julio cada 8 días	9:00 a 11:00am
Pñatería	Lunes 7 de Junio cada 8 días	2:30 a 4:30pm



Aplicar texto junto a la frase que se maneja en la pieza.



Utilizar un diseño menos saturado, más agradable a la vista y que tuviera una lectura más fluida.



Seleccionado



Utilizar una diagramación más ordenada para tener una lectura fluida.

 Horarios		
Corte y Confección	Lunes 16 de Mayo cada 8 días	2:30 - 4:30pm
Frituras	Lunes 16 de Mayo cada 15 días	9:00 -11:00am
Bordado Tipico	Lunes 4 de Julio cada 8 días	9:00 -11:00am
Decoupage	Lunes 16 de Mayo cada 15 días	2:30 - 4:30pm
Bordado en liston	Martes 16 de Mayo cada 15 días	9:00 -11:00am
Pintura en Tela	Miercoles 27 de Abril cada 15 días	2:30 - 4:30pm
Elaboración de Canastas	Lunes 11 de Julio cada 8 días	9:00 -11:00am
Pñateria	Lunes 7 de Junio cada 8 días	2:30 - 4:30pm

Combinar los colores utilizados para crear contraste y llamar la atención.



Hoja membretada



Aplicar un diseño limpio, para no interrumpir con la lectura de la información en la pieza.



Realizar una pieza simple solo con la información básica.



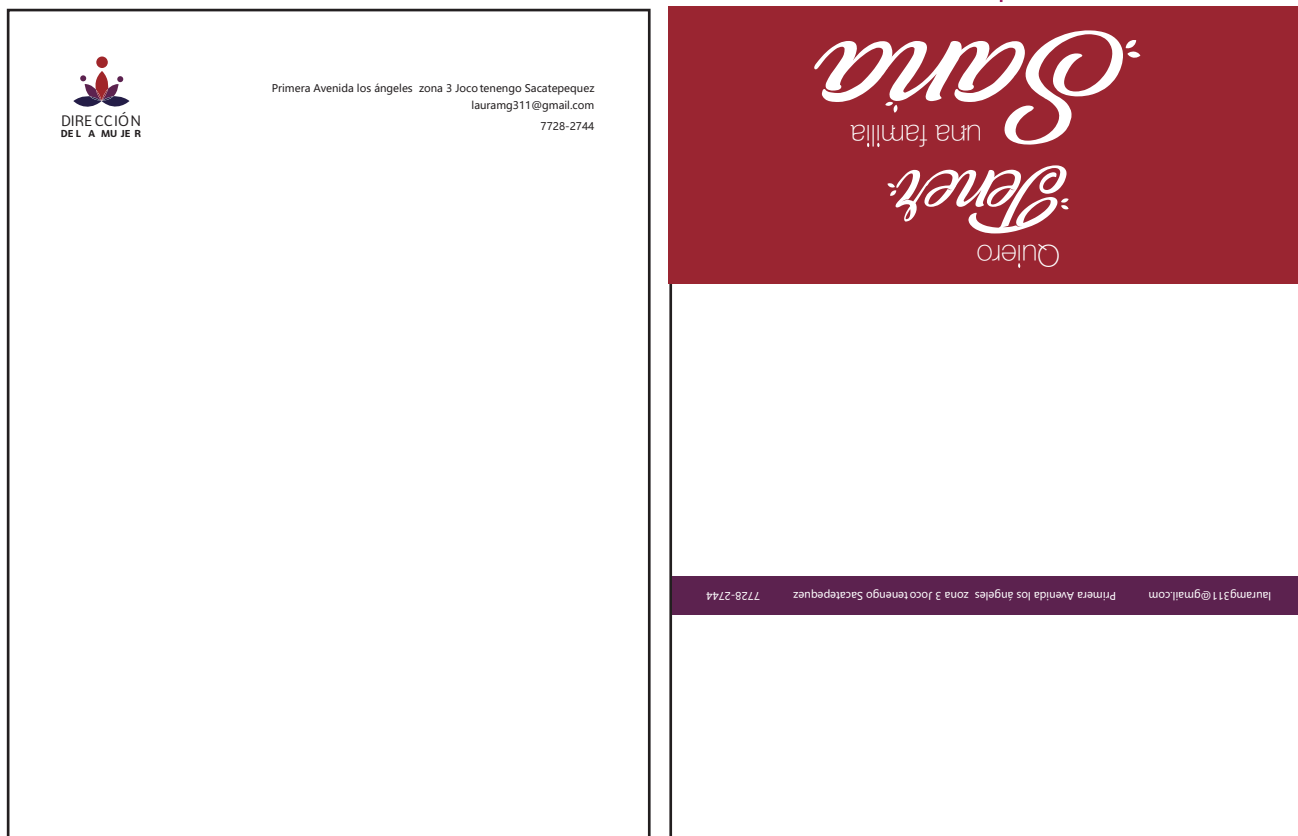
Primera Avenida los ángeles zona 3 Joco tenengo Sacatepequez
lauramg311@gmail.com
7728-2744



Utilizar fondos de colores planos, ya que se imprimirá en impresora casera además de no beneficiar al soporte el uso de mucha tinta.



Crear un troquel el que facilite el envío de la pieza a su destino.



Duplicar información en el cintillo, la cual ya va en el interior de la pieza.

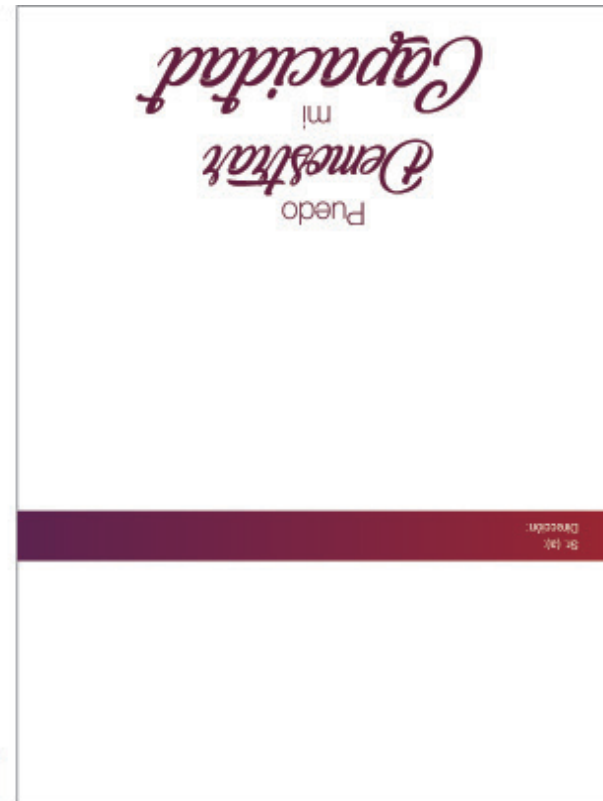
★ Seleccionado



Utilizar un degrade que representa fusión en la pieza.



Utilizar la frase como punto focal para que las colaboradoras sepan las razones a las cuales apoyan.



Utilizar colores unisex para que tanto los hombres como mujeres se sientan identificados con la pieza.



Tarjeta de presentación



No se representa fusión en la utilización del color.



Aplicar color plano y no textura para que la frase resalte y no dificultar la lectura saturando la pieza.



Utilizar una diagramación limpia, que posea jerarquía visual.



Selecccionado

Utiliza un degradado para representar fusión en la pieza.



Material promocional



Material que aporte en las actividades de la organización e identifique a las participantes.



Utilizar la misma pieza las encargadas y las integrantes para unificar a las personas.



No posee de forma visual el logotipo de la organización.



Seleccionado



No posee el logotipo de la organización



Material reproducible de bajo costo.



Gabacha, debido a que la mayoría de los cursos la utilizan y es un accesorio que el G.O. puede utilizar en su hogar.



Afiche



Colocar la información básica para ingresar a la organización.



Utilizar una diagramación simple para facilitar la lectura.

Pintura
En Tela


**DIRECCIÓN
DE LA MUJER**
Área de capacitación

Se imparten los cursos de forma completamente **GRATUITA.**

Requisitos para inscripción:

- 2 copias de de DPI.
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango.

DIPLOMA AVALADO POR MINISTERIO DE EDUCACIÓN.

@ concejalasimijudoco@gmail.com 7728-2744 Primera Avenida Los Angeles zona 3, Jocotenango Sacatepequez



Colocar texto sobre la imagen.



La información no brinda los datos necesarios para que las personas se interesen en el tema.



Representar movimiento en la pieza con los elementos.



La estructura de la pieza no se unifica con las demás



Colocar elementos innecesarios.



Crear jerarquía visual en la pieza.

Puedo
Demstrar
mi
Capacidad



Bisutería



Colocar el nombre el curso para que las personas sepan cuales existen.



Requisitos para inscripción:

- 2 copias de DPI
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango

Se imparten los cursos de forma **GRATUITA**

@ concejal3simjudjoco@gmail.com

7728-2744

Primera Avenida los Angeles zona 3 Jocotenango Sacatepequez



Seleccionado



Logotipo de forma visible.



Jerarquía visual en todos los datos de la pieza.



Puedo
Demstrar
mi
Capacidad



Área de capacitación
Piñatería

Requisitos para
inscripción:

- 2 copias de DPI
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango

DIPLOMA AVALADO POR
MINISTERIO DE EDUCACIÓN

@ concejalismijocotenango@gmail.com 7728-2744 Primera Avenida los Angeles zona 3 Jocotenango Sacatepequez

Asiste de forma
GRATUITA



Fotografía de los resultados obtenidos en los cursos.



Datos de inscripción para que las personas interesadas puedan llegar a la organización con la papelería.

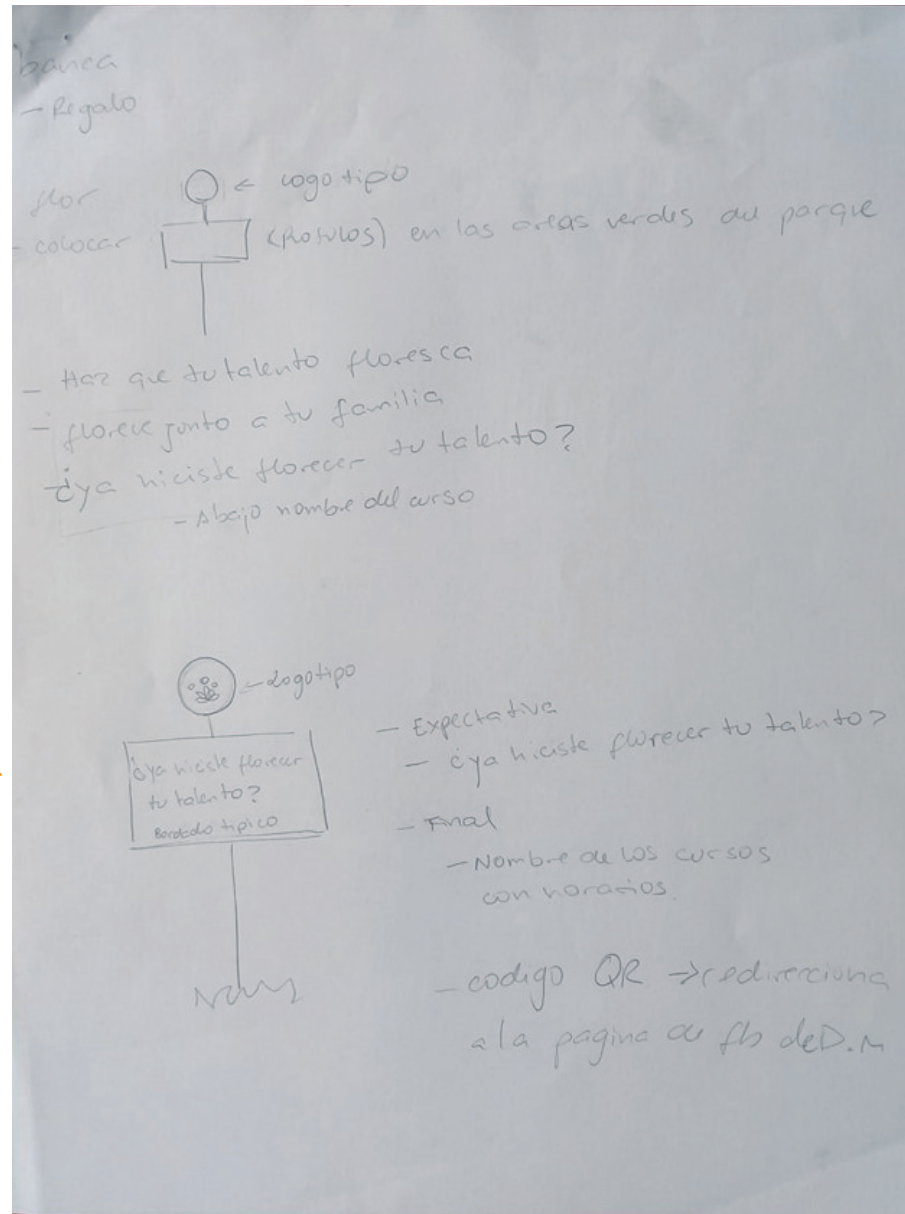
Stand



No crearía el impacto que se deseaba, debido a que no llamaría la atención o marcaría al G.O. como se desea.



No brinda la suficiente información para que las personas del municipio se interesen en participar.



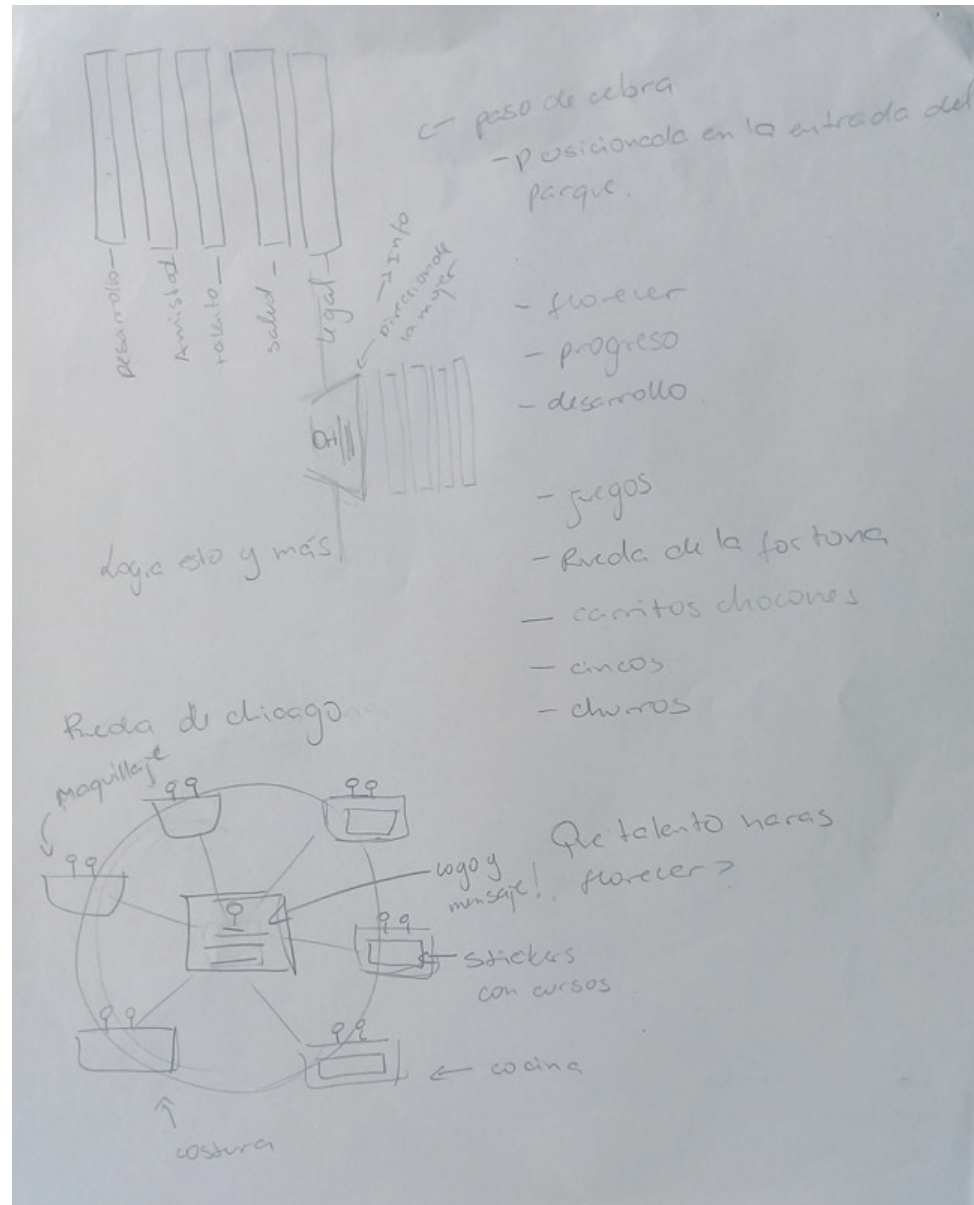
Se realizaron diseños para BTL que consistían en señaléticas ubicadas en la feria de Jocotenango, las cuales por la cantidad de gente en el lugar poseían la ayuda de un globo con helio para sobresalir.



Se intentó colocar el BTL en los elementos que se encuentran en la feria, para que se fusionara con el ambiente.



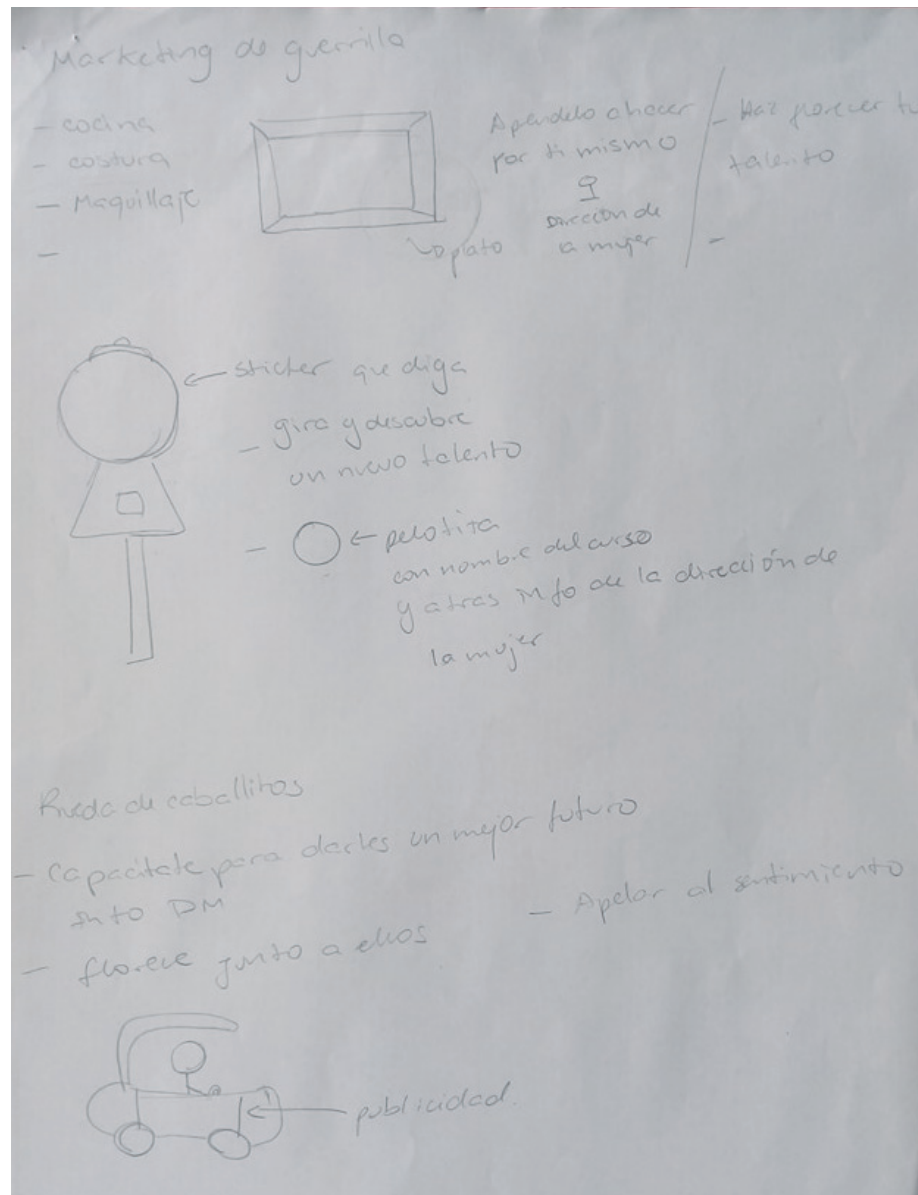
Utilizar ideas de bajo presupuesto, con alto impacto.



Existían permisos de parte de la municipalidad los cuales representaban un gasto extra para la organización.



Se utilizaron elementos que normalmente no se encuentran en las ferias, para captar más la atención de las personas.



Utilizar elementos móviles, para abarcar más espacio en la feria.



No brindan la suficiente información sobre la organización.

Utilizar en el BTL objetos que se emplean en los cursos



La anatomía de las personas es distinta por lo que no siempre cazaría la pieza con las personas.



Utilizar la reflexión como una vista a futuro de las personas.

Se desarrolló la idea para el BTL de un espejo, el cual consiste en que las personas al ver su reflejo en él, puedan ver el resultado que les daría en su vida el inscribirse en los cursos que imparte la organización.

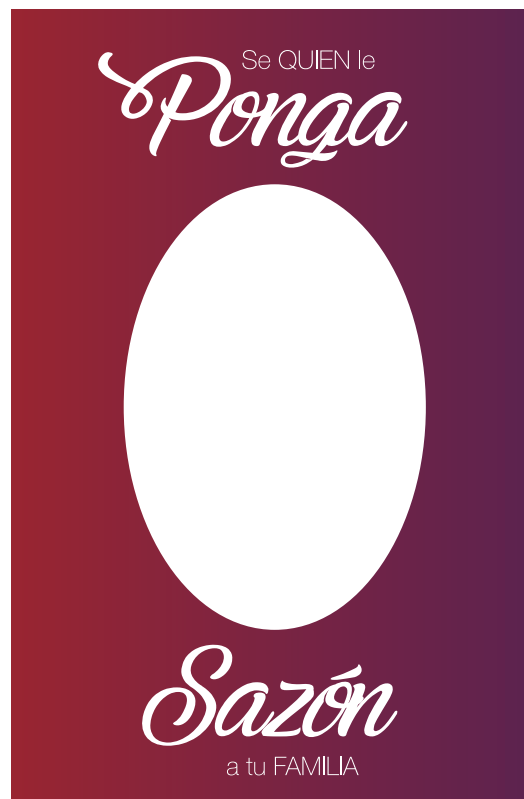


Seleccinado

Aplica la frase general de la organización y una específica por área.



Que sea una pieza movable y que capte la atención del G.O.



Aplicar los colores de la imagen de la organización.

Se desarrollo un espejo por área el cual invita a promover dicha área en el municipio

A continuación se presenta las piezas con sus aspectos técnicos como: soporte, tamaño, los pantones a utilizar, etc. y la aplicación de la línea gráfica en las diferentes piezas.

12

*Propuesta
Preliminar*



DIRECCIÓN
DE LA MUJER

Logotipo

Pantone: ● ● ●

Tipografías: Bw Surco.

Impresión: Tiro.



Tarjeta de presentación

Tamaño: 9 X 5 cm.

Soporte: Texcote.

Pantone: ● ● ●

Tipografías: Melancholight, Helvetica.

Impresión: Tiro y retiro.



Área de salud

Con el apoyo de APRICFAM

- Se promueven jornadas de salud integral, como jornadas de la vista y dentales, de salud sexual y reproductiva además de planificación familiar.
- Se provee los medicamentos a las personas más necesitadas y apoyo en exámenes médicos a todo tipo de personas.
- Posee transporte en ambulancia a personas que viajen por tratamientos o exámenes médicos, sin importar la edad.

Todos los servicios son de forma GRATUITA

concejaladimujer@gmail.com
7726-2744
Primera Avenida las Angostas s/n
3. Jucotenango, Guatemala

Quiero *Mantener* a mi familia con *Salud*

Puedo *Demstrar* mi *Capacidad*



	Día	Lapso	Hora
Corte y Confección	Lunes 16 de Mayo	cada 8 días	2:30 - 4:30pm
Frituras	Lunes 16 de Mayo	cada 15 días	9:00 - 11:00am
Bordado Típico	Lunes 4 de Julio	cada 8 días	9:00 - 11:00am
Decoupage	Lunes 16 de Mayo	cada 15 días	2:30 - 4:30pm
Bordado en Satón	Martes 16 de Mayo	cada 8 días	9:00 - 11:00am
Pinura en Tela	Miércoles 27 de Abril	cada 8 días	2:30 - 4:30pm
Elaboración de Canastas	Lunes 11 de Julio	cada 8 días	9:00 - 11:00am
Pinturería	Lunes 7 de Junio	cada 8 días	2:30 - 4:30pm

Un *Hogar* Que sea *Justo*



Área legal

Con el apoyo de abogado y psicólogo

- Se ofrece servicio de abogado de una forma gratuita para las personas del municipio de Jucotenango.
- Se especializa en apoyo y acompañamiento en casos de violencia ejercida en contra de la mujer, niñez y adolescentes.
- Provee el apoyo de un psicólogo para el tratamiento de las víctimas de maltrato familiar.

Todos los servicios son de forma GRATUITA

concejaladimujer@gmail.com
7726-2744
Primera Avenida las Angostas s/n
3. Jucotenango, Guatemala

Fichas de las áreas

Tamaño: 8.5 X 5.5 in.

Soporte: Textcote.

Pantone: ● ● ●

Tipografías: Melancholight, Helvetica.

Impresión: Tiro y retiro.



Hoja membretada

Tamaño: 8.5 X 11 in.

Soporte: Bond.

Pantone: ● ● ●

Tipografías: Melancholight, Helvetica.

Impresión: Tiro y retiro.



Trifoliar

Tamaño: 8.5 X 13 in.

Soporte: Bond 120.

Pantone:



Tipografías: Melancholight, Helvetica.

Impresión: Tiro y retiro.



Pin promocional

Tamaño: 6 X 6 cm.

Soporte: plastico.

Pantone: ● ●

Tipografías: Melancholight, Helvetica.

Impresión: Tiro.



Gabachas

Tamaño: M.

Soporte: Tela.

Pantone: ● ● ●

Tipografías: Melancholight, Helvetica.

Impresión: Tiro.



Puedo
demostrar
mi
Capacidad



Área de capacitación
Frituras

Requisitos para inscripción:

- 2 copias de DPI
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango

DIPLOMA AVALADO POR
MINISTERIO DE EDUCACIÓN

@ concajal3emijoco@gmail.com

7726-2744

Primera Avenida los Angeles zona 5 Jocotenango, Sacatepéquez

Asiste de forma
GRATUITA



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal



Inicio de curso: 16 de Mayo
de 2020 a 4:30 PM.
En el salón Municipal

Afiche

Tamaño: 11 X 17 pulgadas.

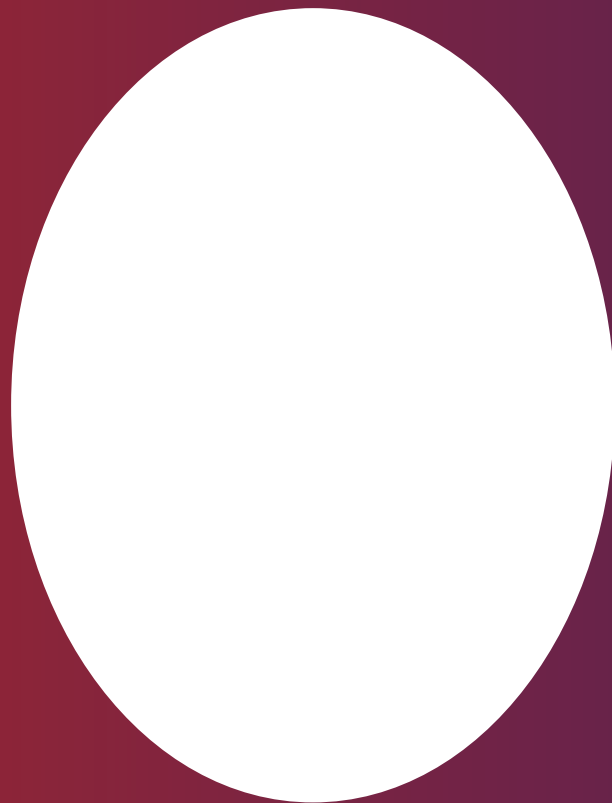
Soporte: Texcote.

Pantone:   

Tipografías: Melancholight, Helvetica.

Impresión: Tiro.

Se QUIEN le
Ponga



Sazón
a tu FAMILIA

Stand

Tamaño: 17 X 23 in.

Soporte: pvc.

Pantone: ● ●

Tipografías: Melancholight, Helvetica.

Impresión: Tiro.

Las piezas a continuación expuestas poseen cambios en base a los resultados de validarlas con 3 grupos diferentes los cuales son: diseñadores gráficos, grupo objetivo y expertos en el tema.

El 80% de los diseñadores gráficos concordaron que el gradiente favorecía al diseño, pero chocaba con la textura en color plano que se utilizaba en algunas piezas, con lo que concuerda el 83% del grupo objetivo, ya que ellos afirman que es más fácil relacionar las piezas si todas poseen el gradiente, el 93% del grupo objetivo expresa que los troqueles de las piezas eran de fácil uso, con lo que está de acuerdo el 90% de los diseñadores manifestando que las piezas realizadas son funcionales, un 10% de los diseñadores expreso que la tipografía utilizada no favorecía la lectura de las frases aplicadas en las piezas, con lo que no concuerda el 80% de expertos, debido a que expresan que las formas que se manejan en el diseño si representan feminidad tanto en la tipografía como en las texturas y logotipo, todos los grupos entrevistados concordaron que los tonos manejados en la paleta de colores no representa feminidad por lo que sugieren utilizar tonos más bajos.

El resto de piezas no presentaron cambios según las validaciones, para ver el proceso de cambio de cada pieza ver anexo 7.

12.1

Validación de propuesta

Antes



En base al resultado de las encuestas se determinó que, un 50% de los expertos y un 70% del grupo objetivo concordaron que los colores utilizado en el logotipo no representan feminidad, debido a los tonos tan oscuros que se manejan.

El 98% de los 3 grupos expreso que el logotipo si representa feminidad en sus formas aunque el 65% de los diseñadores realizaron la observación que para representar de mejor forma movimiento, debía existir una separación en los pétalos, ayudando esto con la idea de que existen 3 áreas en la organización.

Un 90% de los 3 grupos concordaron que la tipografía utilizada es legible y la forma de aplicarla no compite con el isotipo.

Después



Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado, se realizaron los cambios los cuales consistieron en:

Se siguió manejando los mismos colores, pero en diferentes tonos, esto debido a que el 2% del grupo objetivo de la organización son hombres y la paleta se debe manejar de forma unisex, por lo que para representar feminidad de utilizaron colores más suaves.

Se realizó la separación de los pétalos para representar de mejor forma movimiento y fusión colocando los tonos medios en los pétalos pequeños, representando que la union de estas 3 áreas forma a la Dirección de la Mujer.

Antes



En la propuesta preliminar se manejaban estos 2 tipos de degradado en las tarjetas de presentación, pero el 80% de los diseñadores concordaron en que se debía manejar un solo degradado para que el grupo objetivo pudiera asociar que todas las piezas son de la misma organización, con lo que concuerda el 63% de expertos ya que expresa que la pieza con el degradado de azul a morado es innecesaria, debido a que este degradado no se aplica en otra pieza, y el 86% del grupo objetivo asocia el degradado de rojo a morado a la nueva imagen de la organización ya que es el que aplica a la demás piezas.

Después



Se estableció el diseño de degradado morado a rojo en la tarjeta de presentación en base a los datos anteriormente expuestos, con el fin de crear una línea gráfica integrada, para que no se creara confusión en el grupo objetivo al momento de lanzar la nueva imagen de la organización.

Antes



En los resultados de las encuestas, el 87% de los diseñadores concordaron que para que la línea gráfica fuera más unificada se debía poner degrade a la textura, con lo que coincide el 40% del grupo objetivo que expresan que sería más fácil asociar las piezas, si todas tuvieran la misma aplicación de color.

Después



Se aplicó el degrade de morado a rojo que se maneja en las demás piezas para crear una línea gráfica unificada y que se le facilitara la asociación de las piezas al grupo objetivo.

Antes



En la pieza del trifoliar el 84% del grupo objetivo expreso que esta pieza le brindaba la información sobre las áreas que maneja la organización, pero no sobre la organización en sí.

El 67% de los diseñadores concordó en que la distribución de espacios manejados en las piezas no estaba bien, se veía saturada, y el 90% de los 3 grupos expreso que el troquel de la pieza la hacía interactiva y de interés, aunque un 2% del grupo objetivo realizó la observación que era un poco complicado volver a armarlo.

Después



En base a lo anteriormente mencionado, se redistribuyó los elementos e información en la pieza, logrando un diseño más limpio y agradable a la vista.

Se incorporó información de la organización para que las personas que leyeron la pieza pudieran enterarse más sobre la organización a la cual pueden integrarse.

Antes



En los resultados de las encuestas, el 87% de los diseñadores expresaron que se debía aplicar el degrade en la textura para unificar las piezas, el 53% del grupo objetivo expreso que solo debía existir una gabacha para que existiera más unidad entre los integrantes de la organización y el 81% de los expertos concordó que la pieza era apta para el grupo objetivo basados en las actividades que realizan.

Después



Se siguió manejando la misma pieza, con variación de forma y color, esto debido a la funcionalidad en todos los cursos, se aplicaron los 3 colores institucionales y no blanco ya que los materiales que utilizan en los cursos pueden manchar la pieza.

Se realizo un cambio en la forma debido a que la anterior solo se adaptaba al área de cocina, por lo que se buscó una gabacha la cual se adaptara a todos los cursos, brindando comodidad a los integrante y espacio para guardar su material.

Antes



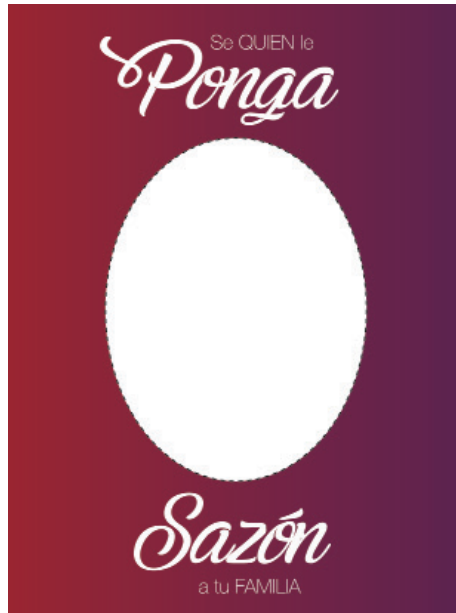
Según el 70% de los diseñadores expreso que la jerarquía visual manejada en la pieza no era la ideal, además de que realizara reutilizable no es funcional, con lo que concuerda el 50% de los expertos debido a que la información que atrae a las personas es que se realiza de forma gratuita y es uno de los últimos textos que se alcanza a leer, lo que hace que la pieza pierda interés para el grupo objetivo.

Después



Se aplicó de mejor forma la jerarquía visual en la pieza, se cambió la forma de colocar la imagen para que en todas las piezas fuera uniforme, se aplicó degradado de fondo para que la línea gráfica fuera más unificada y la pieza ya no se realizó reutilizable debido a que el tiempo de vida no es muy extensa.

Antes



Según el 57% de los diseñadores esta pieza no solo debía representar al área de capacitación si no que a todas las áreas para que el grupo objetivo supiera todos los servicios que ofrece la organización, con lo concuerda el 87% de los expertos ya que se debe exponer todos los beneficios que ofrece la organización para que más personas se integren a ella.

Después



Se aplicó el color específico de cada área en las nuevas piezas para recalcar la individualidad de cada una, se utilizó la frase “progresas junto a tu municipio” debido a que es la finalidad de las 3 áreas, y se utilizan frases de cada área para que el grupo objetivo pueda tener mejor noción sobre el área.

10

*Fundamentación
del diseño*

La Dirección de la Mujer es una organización municipal la cual fue inaugurada en el año 2010 con el fin de ayudar al desarrollo de la comunidad de Jocotenango, inició solo con el área de capacitación en la cual las personas podían aprender nuevos oficios o aprender nuevas técnicas sobre los cuales ya desarrollaban, conforme se fue creciendo la organización se agregaron 2 áreas más: salud que con ayuda de APROFAM realizan jornadas de salud gratuitas y legal que con la ayuda de un abogado y un psicólogo tratan a las personas que han sufrido de violencia doméstica o requieren ayuda para pedir pensión alimenticia. En base a las acciones que realiza la organización se situó el proyecto en el área de desarrollo de comunidades o agrupaciones.

Las necesidades que presenta la organización son que carece de una identidad que facilite su reconocimiento en el municipio, lo cual dificulta que las personas participen y hace falta informar a los habitantes de Jocotenango y promocionar las actividades que la organización planifica en bien de ellos. Por lo que se plantean los objetivos de desarrollar la imagen visual de la Dirección de la Mujer, elaborar material informativo/ divulgativo para que los pobladores puedan participar en las actividades que realiza la organización y proponer material promocional para difundir la marca de la Dirección de la Mujer en el municipio de Jocotenango.

Para poder realizar los objetivos planteados es necesario analizar el grupo objetivo para que el diseño pueda cumplir con su función, el grupo objetivo de la Dirección de la Mujer se divide en 2: los integrantes de la organización que un 98% son mujeres y un 2% son hombres, por lo que para la línea gráfica se debe de considerar que a pesar que el nombre hace énfasis a la mujer se debe tomar en cuenta que existen hombres que integran la organización los cuales también se deben sentir identificados. El segundo grupo objetivo son los posibles integrantes de la Dirección de la Mujer por lo que la línea gráfica además de identificar a los integrantes debe llamar a participar a los posibles integrantes en las áreas de la organización.

Para poder desarrollar lo anteriormente mencionado se utilizó el concepto “fusión de progreso en movimiento” el cual refleja la labor que realiza la Dirección de la Mujer en el municipio, tomando en cuenta que dicha organización nace de la fusión de las 3 áreas que maneja, ayudando al desarrollo del municipio.

Para la implementación de las piezas que se realizaron para la organización se realizó un plan de medios el cual expresa de forma estratégica y monetaria el lanzamiento de cada pieza y la duración de la misma, esto con el fin de crear el impacto esperado con el lanzamiento de la nueva imagen de la Dirección de la Mujer, el cual propone un marketing de guerilla como mayor lanzamiento de la nueva imagen en la feria de Jocotenango, la cual se celebra en el mes de Agosto, se distribuirán tricolores debido a que la mayoría del grupo objetivo se encuentra reunido en el evento y esto facilitaría la difusión de información, se colocara el marketing de guerilla durante los 3 días que dura la feria en el municipio, apoyando esta actividad con personas de la organización las cuales le puedan brindar información necesaria de la organización a posibles integrantes.

Las piezas como tarjetas de presentación, hoja membretada, fichas informativas no poseen una fecha estimada para su distribución, ya que son piezas las cuales se mantendrán todo el año activas, dependiendo de las necesidades de la organización, y el material promocional (pin y gabacha) se distribuye en los meses de Octubre y Noviembre debido a que en estas fechas se realizan las graduaciones de los cursos.

A continuación, se presenta la fundamentación, la cual se divide en:

- Color.
- Tipografía.
- Elemento gráfico de apoyo.
- Imagen visual.
- Isologotipo.
- Tarjeta de presentación.
- Hoja membretada.
- Material informativo.
- Ficha informativa.
- Afiche.
- Trifoliar.
- Material promocional.
- Gabacha.
- Pin.
- Marketing de guerrilla.
- Espejo.
- Promocional.

Paleta de color

La gama de colores utilizada para la imagen de la Dirección de la Mujer se seleccionó en base a las tendencias, grupo objetivo, competencia actual y psicología del color.

Adolfo López (2016) menciona que existen tendencias de color a manejar este año, dentro de ellas se destacan las características de utilización de colores planos y aplicación de contrastes. Tomando en cuenta lo anterior y el análisis de la aplicación de colores en los logotipos de la competencia, que consiste en utilizar una gama de colores análogos, se seleccionaron 3 colores para la imagen de la Dirección de la Mujer.

La funcionalidad de poseer 3 colores en la imagen es que la organización se divide en 3 áreas: capacitación, salud y legal, por lo que para la facilitación del reconocimiento de las áreas por parte del grupo objetivo se aplicó un color a cada área.

La gama de color a utilizar se seleccionó en base a la psicología del color que según Goethe (1774) el color es algo fundamental para la percepción que le damos al objeto, por lo que se buscó que la percepción de cada color concordara con el área a trabajar.

#a91f32

Según Goethe (1749) el color rojo representa: fuerza, pasión y coraje, por lo que dicho color se aplicó al área legal de la organización, debido a que las personas que han sufrido maltrato en el hogar tanto psicológico como físico necesitan fuerza y coraje para poder remediar la situación.

#541939

Goethe, el color morado representa: visión, creatividad y riqueza, por lo que dicho color se aplicó al área de capacitación, debido a que las personas que asisten a los cursos que imparte la Dirección de la Mujer, pueden desarrollar sus habilidades de forma creativa y sacar beneficio económico de las mismas.

#192c63

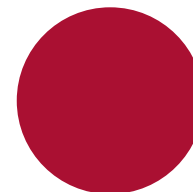
Goethe, el color azul representa: energía, vigor y revuelo, por lo que dicho color se aplicó al área de salud, debido a que la funcionalidad de esta área es de mantener en buen estado a las familias jocotecas para que se desarrollen.

Según Blasco (2012) el gradiente puede lograr la intención de dar visualmente una transición suave y progresiva entre dos o más colores, tomando en cuenta lo anterior y basado en la frase conceptual “fusión de progreso en movimiento” se utilizó un degradé para representar de forma gráfica la palabra “fusión”.

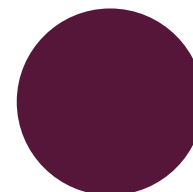
Para que el grupo objetivo puedan asociar la piezas con facilidad se utilizó el gradiente en todas, se aplicaron los colores rojo y morado debido a la percepción que estos emiten, representa los ideales de la Dirección de la Mujer, se maneja

en 2 ángulos: el horizontal y en 90 grados, dependiendo de la forma de la pieza y la mejor forma de aplicar el gradiente en ella.

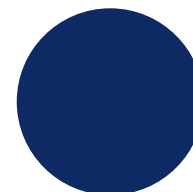
Paleta de color



#a91f32

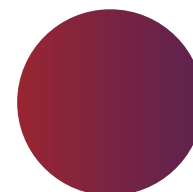


#541939

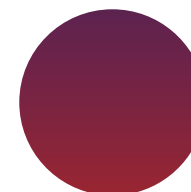


#192c63

Gradiente



Horizontal



90 grados

Tipografía

Para la selección de la tipografía se tomo en cuenta: los antecedentes del diseño, grupo objetivo y competencia actual.

Según Uzkiaga (2012) existen varios aspectos al momento de seleccionar la tipografía como: la audiencia que va dirija o la extensión del texto.

En base al análisis de los antecedentes de diseño se identifíco que la organización utilizaba una tipografía caligráfica para representar feminidad por medio de sus trazos curvos, este aspecto se siguió utilizando en la tipografía aplicada en las piezas, además de tomar en cuenta que debía representar formalidad, ya que un 2% del grupo objetivo son hombres y estos no se sentirían parte de la organización si el diseño solo representa feminidad, otro aspecto a representar es movimiento para graficar el concepto “fusión de progreso en movimiento” el cual se implementa en el trazo curvo y continuo de la tipografía.

Para los cuerpos de texto se eligió una tipografía san serif la cual fuera de fácil legibilidad para el lector y se aprovechan los titulares y subtítulos para utilizar fuentes más estéticas.

Cuerpos de texto

La Dirección de la Mujer es una organización municipal la cual fue inaugurada en el año 2010 con el fin de ayudar al desarrollo de la comunidad de Jocotenango, inició solo con el área de capacitación en la cual las personas podían aprender nuevos oficios o aprender nuevas técnicas sobre un oficio que ya desarrollaban, conforme se fue creciendo la organización se agregaron 2 áreas más

Titulares

Titulo

Frases

Como anteriormente mencionado se utilizó un color por área para facilitar el reconocimiento de las mismas por parte del grupo objetivo, para reforzar más la segmentación de la Dirección de la mujer, se aplican frases las cuales se obtienen de los integrantes de la organización donde expresan las razones por las cuales ellos asisten.

La funcionalidad de las frases es que los integrantes puedan expresar los beneficios que la organización les ha traído y

atraer a nuevos integrantes haciendo que se sientan identificados con las mismas.

Área de capacitación.

Puedo
Demstrar
mi
Capacidad

Área de salud.

Quiero
Mantener
a mi familia con
Salud

Área legal.

Un
Hogar
Que sea
Justo

Elemento gráfico de apoyo



Los aspectos tomados en cuenta para la textura fueron: grupo objetivo, tipografía y color.

Según Claudio Ordoñez (2005) la textura se refiere a las características de superficie de una figura, existe visual y táctil. Se utilizó una textura visual decorativa la cual se extrae del isologotipo de la Dirección de la Mujer, esto con el fin de que el grupo objetivo pueda relacionar la textura con la organización.

Se elaboro de forma lineal para que esta no compitiera con los demás elementos del diseño, se trabaja en base a líneas curvas para que posea relación con la tipografía utilizada y se le aplica degrade para que exista unidad gráfica en todos los elementos.

La textura se utiliza para representar la palabra “fusión” del concepto “fusión de progreso en movimiento” aplicándola de forma fragmentada en las piezas de las distintas áreas de la organización y al momento de unir las obtener la textura completa, esto con el fin de representar de forma connotativa que la organización se forma en base a la unión de sus 3 áreas.

Imagen Visual

Para el desarrollo de las piezas de la imagen visual de la Dirección de la Mujer se tomo en cuenta: antecedentes, grupo objetivo, concepto y presupuesto.

Según Luna María Moreno (2013) el 80% de la información que se percibe a diario entra al cerebro humano a través de los ojos, en base a lo anterior y al análisis de los antecedentes, se determino que el grupo objetivo presentaba problemas para el reconocimiento de la imagen de la organización, ya que no poseía una línea gráfica definida, y en algunas piezas se aplicaba la imagen de la municipalidad.

Para desarrollar la imagen visual se realizo un análisis del grupo objetivo en base al método de observación en el medio natural, el cual dio como resultado que la organización posee un 2% de hombres en sus integrantes, por lo que la nueva imagen no representa feminidad de una forma explícita, si no que por medio de los trazos curvos que se manejan en los elementos y representación connotativa de los mismos, esto con el fin de crear una imagen con la que ambos sexos se puedan identificar.

Se utilizo el concepto “fusión de progreso en movimiento” el se aplica en las piezas de distinta forma como:

Movimiento: en la textura y tipografía por los trazos curvos que manejan.

Fusión: en la textura que se aplica de forma fragmentada en las piezas y al unirse se observa un todo y en troquelados que al armarse se complementa el diseño.

Progreso: en la retícula utilizada en las piezas la cual consiste en líneas rectas y ascendentes.

Se tomo en cuenta el presupuesto de Q3, 000.00 para realizar piezas, por lo que son reproducibles en impresora casera.

Isologotipo

El diseño del isologotipo se basó en: antecedentes, competencia, grupo objetivo, tipografía, color y frase conceptual.

Según Duly Villamizar (2006) para graficar la imagen de una empresa existen varias formas como: logotipo, isotipo e isologotipo. Para la Dirección de la Mujer se seleccionó un isologotipo, debido a que es una nueva imagen visual la que se está manejando, la ventaja que presenta un isologotipo es que posee imagen y texto lo cual ayuda a que el grupo objetivo pueda asociar con más facilidad a la organización.

En base al análisis realizado a la competencia se obtuvo que se utilizan abstracciones para facilitar la reproducción del isotipo y se representan los elementos de forma connotativa, aspectos que se tomaron en cuenta para el desarrollo del isotipo.

En cuanto al análisis del isologotipo que utilizaba la Dirección de la Mujer, se siguió desarrollando la característica de ser de fácil reconocimiento para el grupo objetivo, por lo que se utiliza abstracción en el isotipo, el cual se conforma de una flor que de forma connotativa representa a la mujer ya que esta simboliza delicadeza y belleza, 3 de los pétalos figuran personas las cuales personifican a la familia, debido a que la organización es un lugar donde la familia se puede desarrollar. Se representa las partes del concepto “fusión” en la estructura del isotipo, el cual surge de la unión de 3 círculos que representan las 3 áreas de la organización, y “movimiento” por la posición en que se encuentran los pétalos de la flor.

Se aplican 3 colores, que como anteriormente mencionado cada uno representa un área de la organización basados

en la psicología del color según Goethe (1749) y Joan Costa (1891), esto para simbolizar que la fusión de las 3 áreas forman a la Dirección de la Mujer.

Para la selección tipográfica del logotipo se analizó a la competencia, la cual maneja una tipografía sans serif de trazos rectos para la fácil comprensión y legibilidad, por lo que se aplica una tipografía de trazos rectos con acabos curvos para mantener la imagen femenina y se utilizan solo mayúsculas para que el nombre posea peso visual, sin que compitiera con el isotipo y se creó jerarquía visual en el nombre en base al tamaño de la letra.

Tipografía

**DIRECCIÓN
DE LA MUJER**

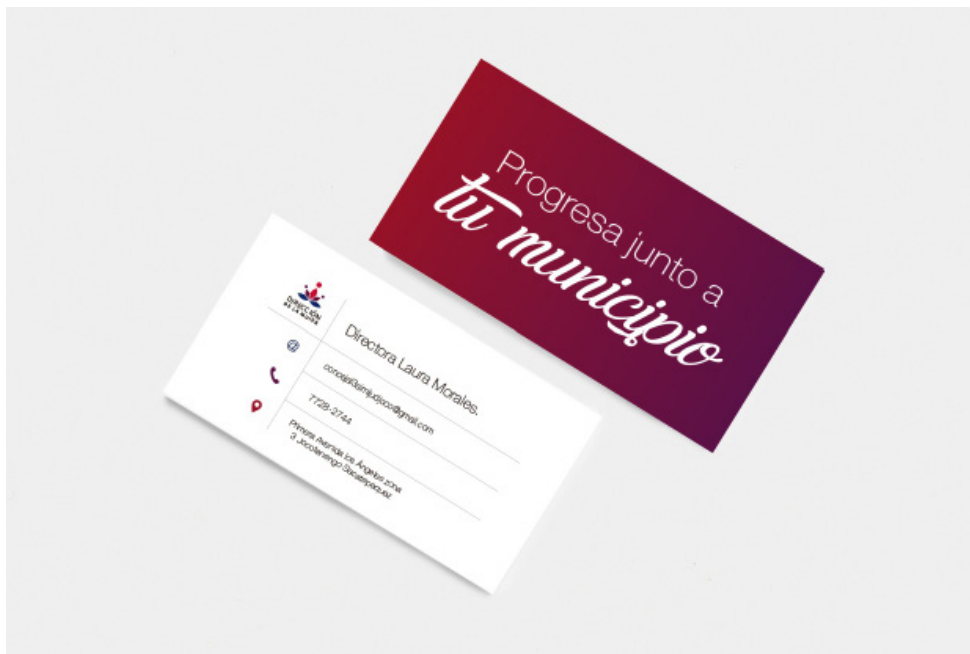
Estructura



Isologotipo



Tarjetas de Presentación



Se tomaron distintos aspectos en cuenta para el desarrollo de la pieza como: antecedentes, concepto, frases y grupo objetivo.

En cuanto al análisis de antecedentes se siguió con la característica de utilizar el formato estándar para facilitar el transporte de la pieza. En base al grupo objetivo se aplica la frase en el tiro de la pieza como punto focal, para que lo primero que vean las personas sean los beneficios y razones por las cuales los integrantes asisten a la organización, y hacer que los posibles integrantes se sientan identificados con las mismas y asistan a la organización.

En el retiro se maneja un diseño con fondo blanco para que no exista contaminación visual que interfiera con la lectura fluida de la información de la pieza.

Hoja Membretada



El diseño de la hoja membretada se basa en: grupo objetivo, concepto y presupuesto.

En base al concepto “fusión de progreso en movimiento” se desarrolló un troquel el cual fuera interactivo y representa “movimiento” en sus pliegues, presenta como primera vista los beneficios y razones por las que los integrantes asisten a la organización, esto con el fin de apelar a lo emocional e incentivar a que los posibles donantes colaboren para que las familias del municipio se puedan seguir desarrollando.

En base al presupuesto se realizó esta pieza pensando en la economía de la organización, debido a que es posible reproducirla en impresora casera, además de poder ser enviada sin sobre ya que el troquel utilizado cumple con los reglamentos de envío.

Material Informativo

Los aspectos a tomar en cuenta para el desarrollo del material informativo son: grupo objetivo, antecedentes, concepto, competencia y presupuesto.

Según Perez Urtarte Gustavo (2008) todas las marcas se dan a conocer de distintas maneras, aunque el material informativo es una pieza básica, ya que este le da la información necesaria al usuario para saber el servicio o producto que la empresa ofrece. Tomando en cuenta lo anterior y en base al análisis de antecedentes se siguió con la característica de que las piezas fueran de fácil reproducción, esto debido a que las piezas se distribuyen en 2:

Para los integrantes: se realiza una pieza por área, esto debido a que los integrantes pueden llegar a necesitar los servicios de otra y para economizar en impresión solo se le da la información específica del área requerida.

Para posibles integrantes: se realiza una pieza que abarca las 3 áreas para que las personas sepan todos los servicios y beneficios que la organización les brinda.

En cuanto al concepto se representa la palabra “fusión” debido a que las piezas que se diseñaron por área al colocarlas juntas se complementa el diseño, y en la pieza la cual abarca las 3 áreas se aplico un troquel el cual fuera interactivo para el grupo objetivo y el diseño se complementara en base a sus pliegues.

Ficha Informativa



Para el desarrollo de las fichas informativas se toma en cuenta:
grupo objetivo, presupuesto, antecedentes.

En cuanto al análisis de los antecedentes, la organización manejaba esta pieza solo para el área de capacitación, pero se implemento para las demás áreas debido al grupo objetivo 1, el cual está conformado por los integrantes de la Dirección de la Mujer, en base a las encuestas realizadas a este grupo se determino que normalmente solo asisten a un área, por lo que si se llegan a interesar en participar en otra, la funcionalidad de esta pieza es de brindarles la información de esa área en específico, ahorrándole a la organización la impresión de las demás y facilitando la información a la persona.

Afiches

El diseño del afiche se basó en: grupo objetivo, plan de medios y presupuesto.

Se diseñó esta pieza para ambos grupos objetivos, para que los integrantes puedan enterarse de los nuevos horarios en que se darán los cursos y los posibles integrantes para que puedan observar los cursos que imparte la organización y saber los requisitos necesarios para poder ser parte de la Dirección de la Mujer.

Se colocaron fotografías de los productos que se pueden llegar a elaborar en los cursos, esto no solo con el fin de que las personas puedan ver lo que se elabora, si no que también pueda ver la calidad de trabajo que se realizan en ellos.

Esta pieza se implementaría en las escuelas y mercado municipal de Jocotenango, ya que en base a las encuestas realizadas al grupo objetivo la mayoría de los integrantes son mamás, se iniciaría a partir del 15 de enero, inicio de clases, para que la mayoría del grupo objetivo frecuente ambos lugares.





Progresas junto a
tu municipio



CURSOS GRATUITOS **Bordado Típico**

Diploma avalado por Ministerio de Educación

Requisitos de inscripción

- 2 Fotocopias de DPI
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango

@ concejal2simijudjoco@gmail.com

7728-2744

1ra Av. los Ángeles zona 3 Jocotenango Sac.



Progresas junto a
tu municipio



CURSOS GRATUITOS **Canastas Plásticas**

Diploma avalado por Ministerio de Educación

Requisitos de inscripción

- 2 Fotocopias de DPI
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango

@ concejal2simijudjoco@gmail.com

7728-2744

1ra Av. los Ángeles zona 3 Jocotenango Sac.



Progresas junto a
tu municipio



CURSOS GRATUITOS

Frituras

Diploma avalado por Ministerio de Educación

Requisitos de inscripción

- 2 Fotocopias de DPI
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango

@concejaldsimijudjoco@gmail.com

7728-2744

1ra Av. los Ángeles zona 3 Jocotenango Sac.



Progresas junto a
tu municipio



CURSOS GRATUITOS

Piñatería

Diploma avalado por Ministerio de Educación

Requisitos de inscripción

- 2 Fotocopias de DPI
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango

@concejaldsimijudjoco@gmail.com

7728-2744

1ra Av. los Ángeles zona 3 Jocotenango Sac.



Progresar junto a
tu municipio



CURSOS GRATUITOS **Repostería**

Diploma avalado por Ministerio de Educación

Requisitos de inscripción

- 2 Fotocopias de DPI
- Copia de boleto de ornato de Jocotenango

@concejajal2simjudjoco@gmail.com

7728-2744

1ra Av. los Ángeles zona 3 Jocotenango Sac.

Trifoliar



Para el desarrollo de esta pieza se tomó en cuenta: grupo objetivo, presupuesto, antecedentes, plan de medios y competencia.

Según Julián Pérez Porto (2014) en publicidad y artes gráficas, un trifoliar es un folleto informativo doblado en tres partes, en base al análisis de los antecedentes la pieza que utilizaba la organización seguía lo anteriormente mencionado, lo que no resultaba atractivo para el grupo objetivo.

En cuanto al análisis de la competencia, la pieza no presentaba cambios, por lo que para hacer la diferencia se aplicó un troquel el cual fuera interactivo para el grupo objetivo y el diseño se complementó en base a sus pliegues para reforzar la parte de “fusión” del concepto.

Esta pieza fue diseñada para el grupo objetivo 2, posibles integrantes, debido a que ellos no poseen conocimiento de ninguna de las 3 áreas, puede ser reproducida en impresora casera.

En base al plan de medios se distribuirá en la feria municipal y feria del trabajo en Jocotenango, debido a que se encontraría la mayoría del grupo objetivo reunido en estos eventos, lo que facilitaría la distribución de la información.

Material Promocional

Se tomaron en cuenta los aspectos de: grupo objetivo y presupuesto para el diseño del material promocional.

Según Alvares (2013) P.O.P. o material promocional es el que impulsa al cliente a comprar, a este tipo de material también se le conoce como “el vendedor silencioso”, para la Dirección de la Mujer se creó este material con el fin de que los integrantes se sintieran parte de la organización y que se promoviera la publicidad de boca en boca.

En base a la observación del medio natural se seleccionaron los promocionales para la organización, se tomaron varios aspectos en cuenta como:

- Cuales cursos poseían más participantes.
- Que materiales utilizaban en esos cursos.
- Si era posible usarlo por ambos géneros.
- Que también fuera útil para el grupo objetivo fuera de los cursos.

El método utilizado dio como resultado que los cursos que poseían más participantes eran: cocina, manualidades y maquillaje. Por lo que se buscaron elementos en común en estos cursos como: bolsas de tela, gabachas y tupperwares, se selecciono el que más se adecuaba a los aspectos anteriormente mencionados.

Gabacha



Según red gráfica (2016) para la mayoría de las empresas los materiales en el punto de venta son el lazo más vital en la venta del producto, en el caso de la organización se diseñó un material el cual no solo se pueda utilizar en el punto de venta si no que también fuera de el, esto debido a que en base a las encuestas pasadas al grupo objetivo, la mayoría de las personas saben o asisten a la Dirección de la Mujer porque un familiar o amigo les comento acerca de la organización, por lo que si la persona que les habla del tema posee algo identificativo del mismo, esto podría ayudar a la venta del producto, en este caso a que la persona asista a la organización.

Se selecciono la gabacha debido a que esta pieza cumple con:

- Puede ser utilizada por ambos géneros.
- La mayoría del grupo objetivo son mujeres, y pueden utilizara en casa.
- Es un elemento que en la mayoría de los cursos se utiliza.

La gabacha se maneja en los 3 que utiliza la organización, debido a que si manejaba sobre fondo blanco esta se mancharia con facilidad, dificultando que las personas utilizaran el uniforme para los cursos con frecuencia.

Aplicación de color Gábacha



Pin Promocional



Según Moreno (2015) esta pieza se utiliza para informar sobre un nuevo producto, en el caso de la Dirección de la Mujer una nueva imagen. Se aplica esta pieza como campaña de expectativa por lo que solo se maneja la frase, su finalidad es que los integrantes la porten y despierte el interés de los posibles integrantes, creando una publicidad de boca en boca que según Gordon (2009) este tipo de publicidad consiste en las relaciones públicas.

Se utilizó este método basado en las encuestas del grupo objetivo, ya que la mayoría asistía o sabía de la organización por medio de un amigo o familiar.

Basados en la observación del medio natural la mayoría de personas utilizan bolsas de tela o mochilas para llevar su material por lo que esta pieza también tendría la función de decorativa.

Stand

Según Elena Quiñones (2010) es el espacio dentro de una feria o salón en el que una empresa expone y presenta sus productos o servicios.

Va dirigido al grupo objetivo 2, posibles integrantes, debido a que su finalidad es la de atraer nuevos integrantes a la organización, se desarrollan las 3 áreas en el stand para que las personas conozcan todos los beneficios que pueden obtener al formar parte de la organización.

Se colocaran frases las cuales motivan a las personas a formar parte del desarrollo del municipio en cada área, estarán colocadas en un espejo ya que se utilizará el reflejo de forma connotativa representando lo que se quiere o se puede llegar a ser, para reforzar el mensaje estará una persona en el puesto vestida con las gabachas utilizadas en la organización, distinguiendo cada área por color, brindará la información sobre la organización y para que las personas se puedan llevar la información se estará entregando promocionales material informativo (trifoliales)

Las frases a utilizar son:

Promueve tu talento

Promueve la salud

promueve la justicia

Se implementará el stand en la feria del empleo de Jocotenango en el salón municipal, debido a que la organización no brinda un empleo en si, pero si la capacitación para poner uno propio, en esta actividad se reúne el grupo objetivo 2 los cuales son posibles integrantes que se conforma de personas que buscan desarrollarse, también se implementará en la feria de Jocotenango debido a que en esta actividad se cuenta con la exposición de trabajos realizados por los integrantes, lo que brindara apoyo para captar la atención de los posibles integrantes y brindarles la información de la organización.

Espejo



Como anteriormente mencionado se utilizó en el stand la reflexión de forma connotativa, reflejando la personas que se quiere o se puede llegar a ser.

Esta pieza contiene la frase principal que invita a las personas del municipio de Jocotenango a formar parte del desarrollo y una frase específica para cada área para poderlas diferenciar, para reforzar el individualismo de cada área se aplicó un color específico a cada una, se maneja una perforación en forma de petalo en el centro el cual se extrajo del logotipo para seguir con la línea gráfica manejada.

Se incrusta un espejo en el marco abarcando la parte de reflexión, para que cuando la persona vea su reflejo se vea como quien cumple la función que se expresa en la frase.

Para reforzar el mensaje habrá una persona vestida del área que se está promocionando, identificada con la imagen de la organización para que el grupo objetivo sepa de qué organización es el evento, la funcionalidad de esta persona es de brindar la información necesaria sobre la organización y el área.

Aplicación tres diseños



13.1

Propuesta Final

A continuación se describirá las especificaciones técnicas de cada pieza, para su reproducción.

Isotipo



**DIRECCIÓN
DE LA MUJER**

- Pantones: #a91f32, #541939, #192c63
- Tipografía: Bw Surco
- Impresión: tiro

Tarjeta de presentación



- Soporte: Texcote
- Tamaño: 2.5 X 3 pulgadas
- Pantones: #a91f32, #541939, #fff, #192c63
- Impresión: tiro y retiro

Hoja membretada



- Soporte: Bond 120
- Tamaño: 8.5 X 11 pulgadas
- Pantones: #a91f32, #541939, #fff, #192c63
- Impresión: tiro y retiro

Gabacha



- Soporte: Tela
- Tamaño: M
- Pantones: #a91f32, #541939, #192c63
- Impresión: tiro
- Acabados: sublimado

Pin publicitario



- Soporte: plástico
- Tamaño: 5 X 5 cm.
- Pantones: #a91f32, #541939, #fff
- Impresión: tiro

Ficha informativa



- Soporte: Texcote / bond 120
- Tamaño: 8.5 X 5.5 pulgadas.
- Pantones: #a91f32, #541939, #192c63
- Impresión: tiro y retiro

Stand



- Soporte: PVC
- Tamaño: 17 X 23 pulgadas.
- Pantones: #a91f32, #541939, #fff
- Impresión: tiro
- Acabados: troquelado.

Trifoliar



- Soporte: bond 120
- Tamaño: 8.5 X 13 pulgadas.
- Pantones: #a91f32, #541939, #192c63
- Impresión: tiro y retiro

Afiches



- Soporte: Texcote
- Tamaño: 11 X 17 pulgadas.
- Pantones: #a91f32, #541939, #192c63
- Impresión: tiro

14

*Producción y
Reproducción*

Especificaciones técnicas

Tarjeta de presentación

Tamaño: 2 X 3.5 pulgadas.
Tipo de papel: Texcote.
Sistema de impresión: digital.
Impresión: full color, tiro y retiro.
Software: Illustrator CS6.
Cantidad: 40 unidades.

Hoja membretada

Tamaño: 8.5 X 11 pulgadas.
Tipo de papel: Bond 120.
Sistema de impresión: casera.
Impresión: full color, tiro y retiro.
Software: Illustrator CS6.
Cantidad: 15 unidades.

Gabacha

Tamaño: talla M.
Tipo de material: tela.
Sistema de impresión: sublimado.
Impresión: full color, tiro.
Software: Illustrator CS6.
Cantidad: 30 unidades.

Pin

Tamaño: 6 X 6 cm.
Tipo de material: acrílico.
Sistema de impresión: digital.
Impresión: full color, tiro.
Software: Illustrator CS6.
Cantidad: 50 unidades.

Ficha informativa

Tamaño: 8.5 X 5.5 pulgadas.
Tipo de papel: Bond 120.
Sistema de impresión: casera.
Impresión: full color, tiro y retiro.
Software: Illustrator CS6.
Cantidad: 15 unidades.

Trifoliar

Tamaño: 8.5 X 13 pulgadas.
Tipo de papel: Bond 120.
Sistema de impresión: casera.
Impresión: full color, tiro y retiro.
Software: Illustrator CS6.
Cantidad: 80 unidades.

Afiches

Tamaño: 11 X 17 pulgadas.
Tipo de papel: texcote.
Sistema de impresión: digital.
Impresión: full color, tiro.
Software: Illustrator CS6.
Cantidad: 12 unidades.

Marco espejo

Tamaño: 6 X 6 cm.

Tipo de material: PVC.

Sistema de impresión: digital.

Impresión: full color, tiro.

Software: Illustrator CS6.

Cantidad: 3 unidades.

Informe técnico Dmm

Jocotenango,
5 de Mayo de 2017

Laura Morales
Dirección de la Mujer
Municipalidad de Jocotenango
Presente.

Srita Morales:

Atentamente me dirijo a usted, deseando que toda labor realizada sea un total éxito.

Adjunto encontrará un CD con las artes finales, las cuales se dividen en base al plan de medios a utilizar (se puede observar el orden a trabajar en el organigrama ubicado en la siguiente página). Para poder visualizar dichas artes se debe tener instalado en el ordenador de la computadora el programa Adobe Illustrator CS6.

Pasos a seguir para su utilización:

Paso 1: Abrir carpeta de artes finales Dirección de la Mujer, contenidas en el CD.

Paso 2: Dirigirse a la carpeta del mes que se desea trabajar, pudiendo ser Enero, Agosto u Octubre. En los cuales se desplegarán las artes finales de las piezas destinadas a trabajar cada mes.

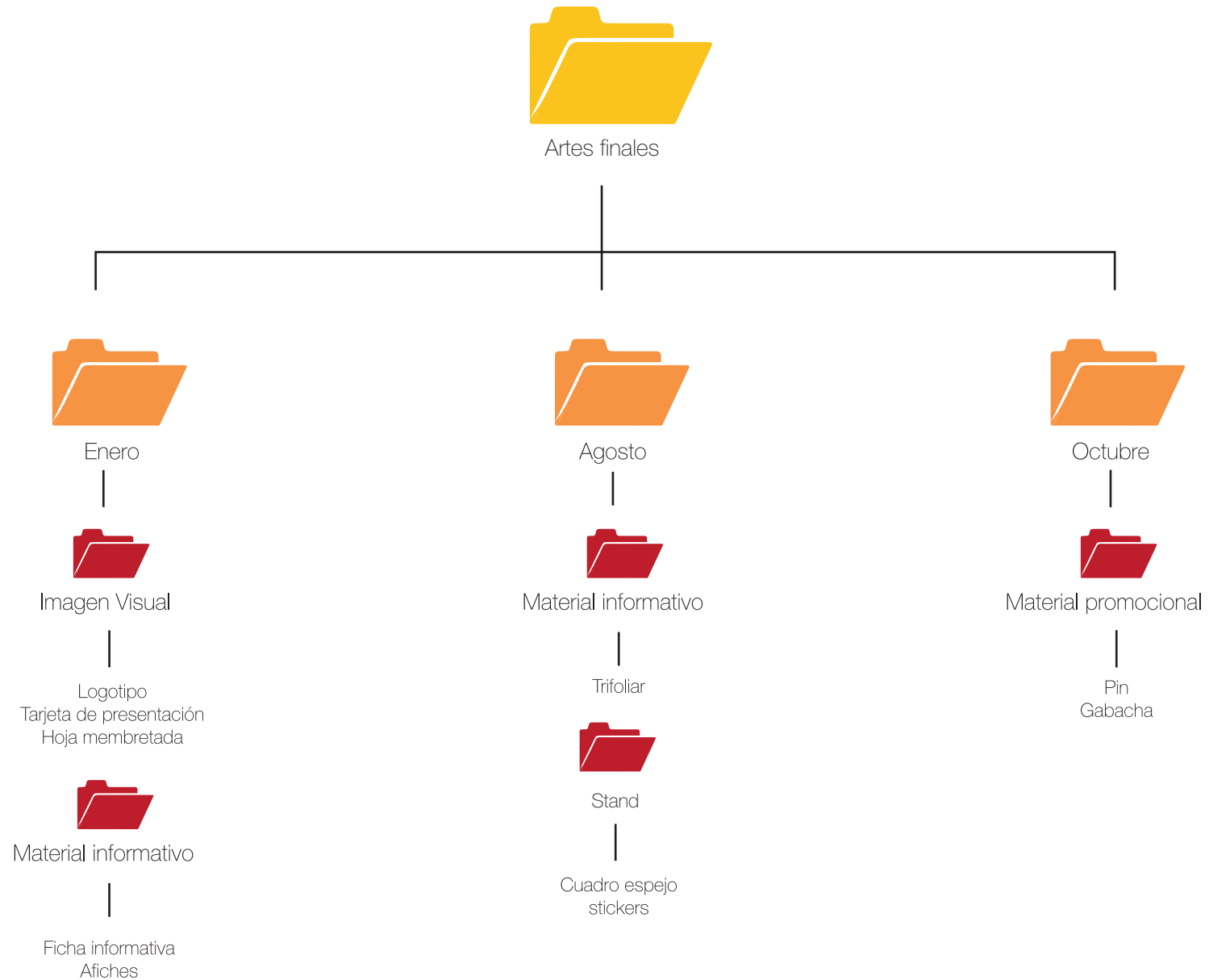
Paso 3: Abrir la carpeta de el arte que se desea trabajar.

Esperando que dicho material llene por completo sus expectativas.

Atentamente,

Stefany Aldana González
Estudiante Licenciatura en Diseño Gráfico
Universidad Rafael Landívar

Organigrama



Informe técnico imprenta

Jocotenango,
5 de Mayo de 2017

Señores
Impresos Eco Print
Presente.

Atentamente me dirijo a ustedes, deseando que toda labor realizada sea un total éxito.

En el CD adjunto, Artes Finales Dirección de la Mujer, encontrarán los editables de las artes finales las cuales deben cumplir con los siguientes aspectos.

Ficha Informativa: ½ Carta, papel texcote. Tiro y retiro.

Trifoliar: Hoja Oficio, Bond 120 gramos. (8.5x13 pulgadas), Tiro y retiro.

Tarjetas de Presentación: Papel Texcote, (2.5x3 pulgadas). Tiro y retiro.

Hoja Membretada: Papel Bond, 120 gramos, hoja carta (8.5x11 pulgadas). Tiro y retiro.

Afiche: Papel Texcote, tamaño tabloide, (11x17 pulgadas) Tiro.

Gabacha: Tela Lamy, Talla M, Tiro.

Pin: Acrílico, (5x5 centímetros). Tiro.

Marco Espejo: Papel Texcote, (17x23 pulgadas). Tiro.

Stickers: Papel Sticker Brillante (2.5x2.5 pulgadas). Tiro.

Si tuvieran alguna duda, favor de comunicarse con mi persona al teléfono 3033-8228 o al correo electrónico tefyaldana14@gmail.com.

Atentamente,

Stefany Aldana González
Estudiante Licenciatura en Diseño Gráfico
Universidad Rafael Landívar

Presupuesto imprenta

Las piezas de la Dirección de la Mujer se dividen en 2: las de imprenta y las de reproducción casera.

Para las de imprenta se recomienda eco print, esto en base a la evaluación de precios realizada, esta imprenta posee precios accesibles para el presupuesto de la organización y maneja un buen acabado en las piezas, además de ser la única empresa de las cotizadas la cual maneja la técnica del sublimado, dicha técnica aplicada en el material promocional (gabacha).

El fin de imprimir todo en un mismo lugar, es manejar los mismo colores en todas las piezas, para que la línea gráfica se vea unificada con los tonos a manejar.

Pieza	Cantidad	Costo
Afiches	8	Q112
Tarjetas	40	Q80
Boton	50	Q450
Gabachas	65	Q1,950
Marco	3	Q180
Total		Q2,772

Reproducción casera

Tomando en cuenta que el presupuesto que maneja la Dirección de la Mujer para publicidad no es alto, se diseñaron piezas las cuales se pueden reproducir de forma casera, es decir se pueden imprimir en la organización.

Para realizar este presupuesto se cotizaron los insumos necesarios, tales como una recarga de cartuchos de tinta para que la impresión saliera con la mayor calidad posible, y una resma de hojas, la cual cuenta con 500 hojas, lo cual es una cantidad apta para la reproducción de todas las piezas.

Pieza	Cantidad	Costo
Trifoliar	80	Resma de hojas Q30.00
Hoja membretada	15	
Fichas	20	Recarga cartuchos Q240.00
Total		Q270.00

Sumatoria ambos presupuestos	Q3,065.00
------------------------------	-----------








Presupuesto Diseñador

En cuanto a realizar el presupuesto de diseño de las piezas que se realizaron para la Dirección de la mujer, se tomo en cuenta aspectos como: tiempo, luz, impresión, etc., colocando un monto de Q50.00 por hora de trabajo, ademas de tener en cuenta los años de estudio y la experiencia como freelance.

Para poder visualizar la formula aplicada al presupuesto ver anexo 8

Pieza	Costo
Logotipo	Q1,200
Tarjeta de presentación	Q430
Afiche	Q 600
Trifoliar	Q 450
Pin	Q 250
Gabacha	Q 320
Ficha informativa	Q 540
Stand	Q 5,460
Hoja membretada	Q430
Sub Total	Q9,680.00
Gastos extra	Q968.00
Total	Q10,648.00

Plan de medios

Piezas	Ene.	Feb.	Marz.A	br.M	ay.J	un.	Jul.	Ago.	Sep.	Oct.	Nov.	Dic.
Afiche												
	lugar: Escuelas públicas de Jocotenango y mercado municipal de Jocotenango											
Trifoliar												
	lugar: Feria del empleo y feria municipal de Jocotenango											
Stand												
	lugar: Feria del empleo y feria municipal de Jocotenango											
Gabacha												
	lugar: Inicio de los cursos de la Dirección de la Mujer											
Pin												
	lugar: graduaciones de los cursos de la Dirección de la Mujer											

Se maneja un plan de medios anual, el cual se divide por mes en la tabla, contiene 4 casillas que representan las 4 semanas del mes y se coloreo el tiempo el cual le pieza estaría activa, especificando el lugar donde se colocaría.

Conclusiones

Se rediseñó la imagen de la Dirección de la Mujer para dar a conocer a la organización en el municipio de Jocotenango, como un lugar que brinda ayuda de forma gratuita a las personas del mismo para su desarrollo, se compone de 3 áreas: capacitación, salud y legal.

La imagen visual anterior no representaba la imagen de desarrollo que se desea transmitir, por lo que para el nuevo logotipo se tomó en cuenta al grupo objetivo, la competencia actual y la psicología del color para representar cada área de la Dirección de la Mujer.

Se diseñó material informativo/ divulgativo con el fin de que las personas del municipio estén enteradas de las actividades que realiza la organización y puedan asistir a las mismas, las piezas desarrolladas son: trifoliar, fichas y afiches. Se desarrolló un trifoliar para personas que no integraban la organización, dicha pieza abarca información de las 3 áreas, una ficha informativa para los integrantes, la cual solo contiene información del área de interés, y afiches para promocionar los cursos que imparte la organización en el municipio. Para el desarrollo de estas piezas se tomó en cuenta el presupuesto a manejar, diseñando el trifoliar y fichas para poder ser reproducidas en impresora casera.

Se propuso material promocional para los integrantes de la organización en base a al método de observación en el medio natural, desarrollando 2 piezas: pines y gabachas, se eligieron estas piezas debido a que el pin creaba publicidad de boca en boca y la gabacha era un objeto el cual la mayoría de los cursos lo utilizaban. Se desarrolló un stand para difundir la marca de la Dirección de la Mujer en el municipio, el cual se llevará a cabo en la feria de Jocotenango y feria del empleo del municipio, debido a que la mayoría del grupo objetivo se encuentra en estas celebraciones, se establecerán 3 puestos anunciando las 3 áreas de

la organización, haciendo énfasis en los beneficios que le trae a la persona participaren ellos, con el fin de tener el mayor impacto posible en el grupo objetivo.

Recomendaciones

Involucrar a los integrantes en la nueva imagen de la organización, para crear un sentido de pertenecía, desarrollando frases las cuales expresen las razones por las que asisten a la organización y estas sirvan para identificar las distintas áreas.

Realizar piezas las cuales interactúen con el grupo objetivo y puedan ser reproducidas tanto en impresión digital como en impresora casera, para minimizar los gastos en la organización.

Referencias

Luisa E. (2014). Identidad corporativa. Chile: Pontificia universidad Catolica.

Definiciones.de (2012). Uzkiaga, tipografía, Editorial Gráfica Juma.

Documento Marketing de guerrilla Española B 3-1(2013) definición y características [PDF]

Psicología del color (1749). Joan Costa. aplicación de color en el marketing, recopilado de: emprendypime. net

Tendencias de color (2016). Tendencias de color a aplicar en el 2016 en publicidad {PDF]

Hurtarte Gustavo. (2013). riunet.upv. material informativo, recopilado de <https://riunet.upv.es>

Alvares (2013). Material promocional. recopilado de: diseño-graficouit.com

significados.com (2008). Claudio Ordoñez, texturas en el diseño, recopilado de: www.significados.com

Luna Maria Moreno (2016). paradero.com Identidad gráfica. recopilado de : www.paradero.com

Documento técnico de color (2012) gradientes en el diseño, -Blaco, [PDF]

Intecap. (2014). organización de Intecap, recopilado de <https://inecap.edu.gt>

Imágenes

Universidad nacional (2005). Identidad corporativa. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

Pinterest (2010). imagen visual. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

Ite. educación (2006). identidad gráfica. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

republica.com (2001). Material informativo. [Figura]. Recuperado de [http:// google.com](http://google.com)

bashny.net (2000). trifoliar. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

rionegro.com(2009). Material promocional. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

Pinterest (2010). tipografía. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

Pinterest (2010). textura. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

Universidad nacional (2008). color. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

pinterest (2013). gradiente. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

bashny.net (2010). tendencias de color. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

europapress (2011). Marketing de guerrilla. [Figura]. Recuperado de <http://google.com>

15

Anexos

Índice

Brief

-Brief - anexo #1

Grupo objetivo

- Guía de observacione en el medio natural- anexo #2
- Encuesta integrantes- anexo #3
- Encuesta integrantes potenciales- anexo #4
- Gráfica de resultados integrantes- anexo #5
- Gráfica de resultados integrantes potenciales- anexo #6

Bocetaje validación

-Bocetaje- anexo # 7

Presupuesto

-Presupuesto diseñador- anexo #8

Cotizaciones

-Cotizaciones- anexo #9

Brief

Empresa



La Dirección de la Mujer es una organización la cual presta servicios de apoyo a las personas en las áreas legal, capacitación y salud. La misión que desempeñan es promover el desarrollo integral de las personas y su participación en todos los niveles de la vida económica, política y social de Guatemala.

La organización empezó sus actividades desde el año 2010 dándose a conocer en eventos de la municipalidad y anunciándose en la villa pública del municipio. La principal necesidad que presenta la organización es de darse mejor a conocer en el municipio de Jocotenango así llegar a más personas y puedan tener un mejor desarrollo.



Beneficios

- El servicio es completamente gratuito.
- Los cursos están avalados por el Ministerio de Educación.
- Se aceptan hombres, mujeres, niños.
- Aporta al desarrollo del municipio.



Grupo objetivo

Se poseen 2 grupos objetivos:

- Los integrantes de la organización.
- Los posibles integrantes de la organización.



Enfoque de la Marca

La Dirección de la Mujer desea transmitir una imagen juvenil, la cual represente feminidad, pero tomando en cuenta que es un lugar donde toda la familia se puede llegar a desarrollar.

Desea representar que es una organización formal la cual cuenta con apoyo de la municipalidad del Jocotenango.

1. Antecedentes

Publicidad con afiches reciclados ubicados en los postes de la villa publica y mercado en el municipio de Jocotenango para promocionar los cursos, trifolares con la información básica de la organización, fichas con los horarios de los cursos.

2. Descripción del proyecto a comunicar

El municipio se puede desarrollar si las personas que lo integran lo hacen, y se consigue con el apoyo de todos.

3. Objetivo del negocio

Ser una organización municipal la cual busca el desarrollo y apoyo a las personas del municipio de Jocotenango.

4. Objetivo del proyecto

Crear una imagen con la cual la Dirección de la Mujer se pueda dar a conocer en el municipio.

5. Objetivos de comunicación

Promover el desarrollo en el municipio de Jocotenango, a base de capacitación y apoyo a las personas.

6. Piezas a desarrollar

Logotipo

Afiches

Tarjetas de presentación

Trifolares

Pines

Gabachas

Marketing de guerrilla

Hoja membretada

Anexo # 2 Guía de observación

Instrumento GRUPO OBJETIVO

La siguiente encuesta es realizada en base al método de observación en el entorno natural con el fin de conocer al grupo objetivo al que se dirigirá el rediseño de la imagen visual de la Dirección de la mujer.

1 ¿Qué rango de edad poseen las personas que asisten a la organización?

20-30 30-40 40-50 50+

2 ¿Cuántas personas del sexo masculino asisten a las actividades que realiza la organización?

Ninguno 1-3 4-6 6+

3 ¿En qué horario asisten más personas a la organización?

9:00 am-12:00 pm 2:30 pm-5:00pm

4 ¿Qué horario es el más transitado en la locación que se encuentra la organización?

Mañana Tarde

5 ¿Cuántas personas prestan atención a la publicidad colocada fuera del local de la organización?

Ninguna 1-5 5-10 10+

6 ¿Cuántas personas asisten a las jornadas de salud?

Ninguna 1-10 10-20 20-30 30+

7 ¿Cuántas personas asisten al área legal?

Ninguna 1-10 10-20 20-30 30+

8 ¿Qué cursos poseen mayor cantidad de participantes?

Bordado cocina piñatería pintura cosméticos

9 ¿Qué tipo de materiales utilizan en los cursos?

Bolsas de tela gabachas tupperware

Anexo # 3 encuesta integrantes

La siguiente encuesta es realizada por estudiantes de la universidad Rafael Landívar con fines académicos, para el reconocimiento del grupo objetivo que se tiene en la dirección de la mujer para la realización del cambio de imagen en la misma. A continuación, encontrará una serie de preguntas con respuesta múltiple, subraye la respuesta que desee.

Sexo _____ edad _____

1. ¿Qué nivel de educación tiene?

Pre primaria primaria básico diversificado

2. ¿Cuántos hijos tiene?

1-3 3-5 5+

3. ¿tiene negocio propio?

Si no

4. ¿Qué transporte usa?

Público moto carro bicicleta

5. ¿Qué actividad hace en su tiempo libre?

Ver televisión leer coser estar en la computadora otros _____

6. ¿Dónde vive?

7. ¿Le agrada la imagen de la dirección?

Si no

¿Por qué? _____

8. ¿conoce todos los beneficios que le la dirección le aporta?

Si no

¿Cuáles? _____

9. ¿En qué curso participa actualmente?

Arte y confección

Artes

bordado típico

decoupage
bar tender
bordado en listón
pintura en tela
bisutería
garnish
canastas plásticas
piñatería

10. ¿Por qué ingreso al curso?

11. ¿Qué curso le gustaría llevar?

Repujado

Decoración en fondant

Carpintería

Floristería

Boquitas

12. Siente que la capacitación de los cursos es:

Excelente buena regular mala

13. ¿Le ha favorecido aprender otro oficio?

Si no

¿Cómo? _____

14. ¿Ha recomendado la dirección a un familiar?

Si no

¿a quién? _____

15. ¿Ha vendido los productos que realizan en los cursos?

Si no

¿Dónde? _____

16. ¿ha necesitado el área legal de la dirección?

Si no

¿Cuándo? _____

17. ¿ha asistido a alguna jornada de salud de la dirección?

Si no

¿Cuál? _____

18. ¿conoce del asilo para personas de la tercera edad de la dirección?

Si no

19. ¿Ha asistido a alguna clase de de zumba por parte de la dirección?

Si no

20. ¿Ha visto la publicidad de la dirección en la calle?

Si no

¿Dónde? _____

1. ¿Quí paleta de colores representa mejor la feminidad?



2. ¿Qué tipografía le gusta más

Hola

Hola

Hola

Anexo # 4 encuesta integrantes potenciales

La siguiente encuesta es realizada por estudiantes de la universidad Rafael Landivar con fines académicos, para el reconocimiento del grupo objetivo que se tiene en la dirección de la mujer para la realización del cambio de imagen en la misma. A continuación, encontrara una serie de preguntas con respuesta múltiple, subraye la respuesta que desee

Nombre: [] edad []

[] ¿Qué nivel de educación tiene?

Pre primaria primaria básico diversificado

[] ¿Cuántos hijos tiene?

[] [] []

[] ¿tiene negocio propio?

[] si no

[] ¿Qué transporte usa?

[] público [] moto carro [] bicicleta

[] ¿Qué actividad hace en su tiempo libre?

[] ver televisión leer coser estar en la computadora otros []

[] ¿Dónde vive?

[] ¿Cuál es la dirección de la mujer?

[] si no

[] Si su respuesta a la anterior pregunta es si ¿Por qué se dio se enter?

[]

[] ¿Conoce a alguien que asista a las actividades de la dirección?

[] si no

[] ¿En qué situación? []

[] ¿Ha utilizado el servicio legal que brinda la Dirección de la Mujer?

[] si no

[] En qué situación? []

11. ¿Ha asistido a alguna jornada de salud que organiza la Dirección de la Mujer?

Si no

¿A cuál? _____

12. ¿Qué cursos conoce que imparten en la dirección de la mujer?

Corte y confección

frituras

bordado típico

decoupage

bar tender

bordado en listón

pintura en tela

bisutería

garnish

canastas plásticas

piñatería

13. ¿cree que le será favorable aprender otro oficio?

Si no

¿Por qué? _____

14. ¿Algún familiar le ha recomendado ir a la dirección de la mujer?

Si no

¿Quién? _____

15. ¿Ha visto las exposiciones de los trabajos de la dirección de la mujer en la feria de Jicotenango?

Si no

16. ¿le gustaría que se le informara sobre la dirección de la mujer?

Si no

¿Cómo? _____

17. ¿le gustaría formar parte de la dirección de la mujer?

Si no

¿Por qué? _____

18. ¿conoce del asilo para personas de la tercera edad de la dirección?

Si no

19. ¿Ha asistido alguna clase de baile por parte de la dirección?

Si no

20. ¿Ha visto la publicidad de la dirección de la mujer en la calle?

Si no

¿Dónde? _____

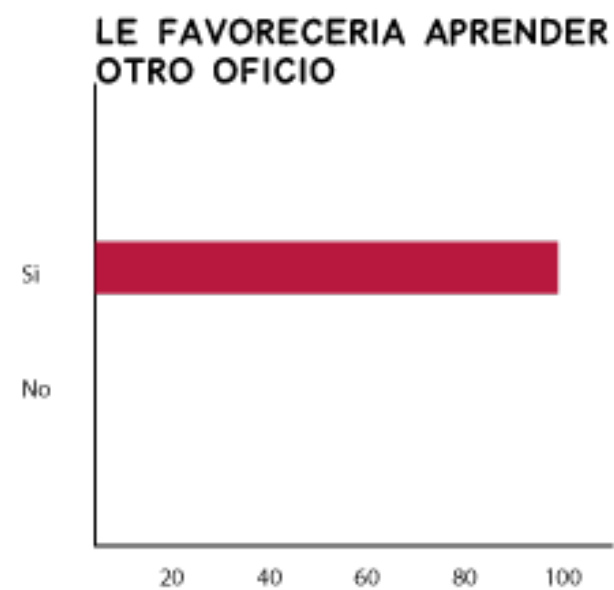
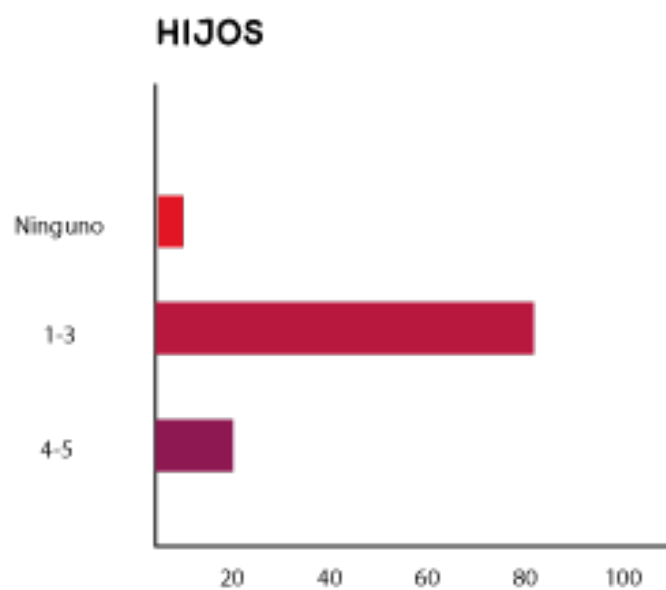
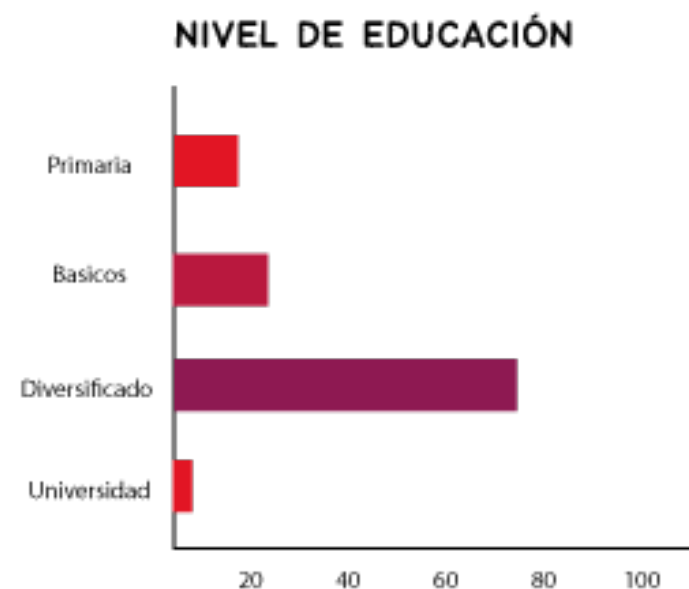
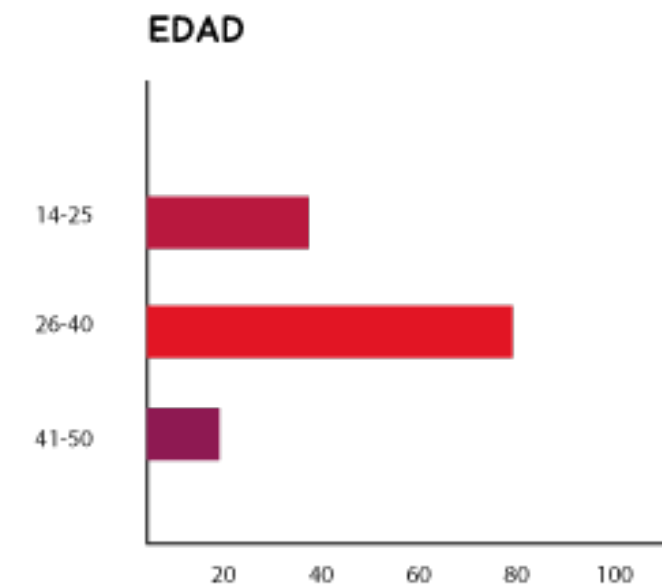
21. ¿Qué paleta de colores representa mejor la feminidad?



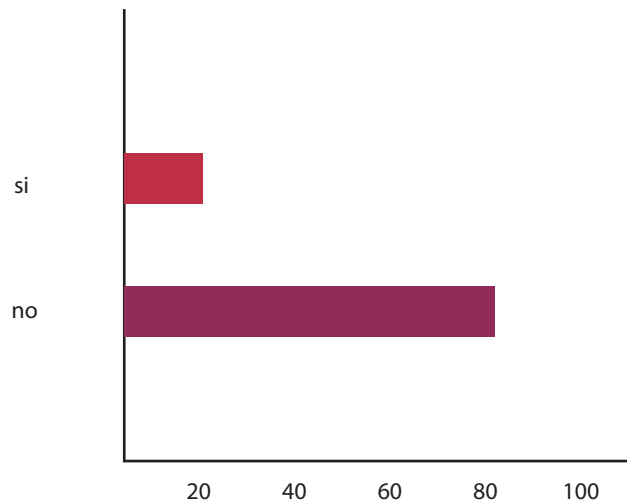
22. ¿Qué tipografía le gusta más?

Hola *Hola* *Hola*

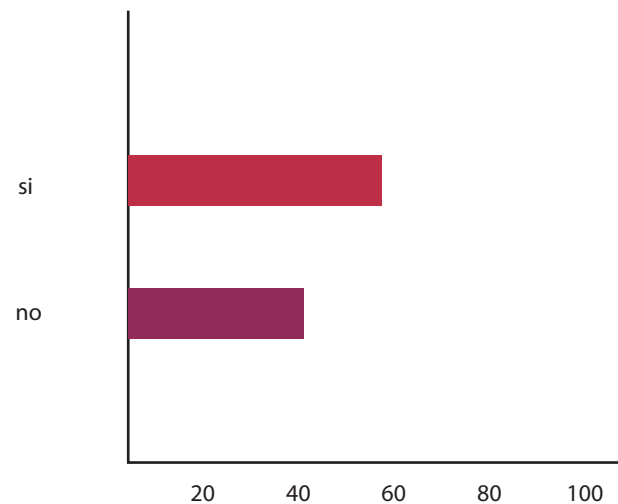
Anexo # 5 gráfica integrantes



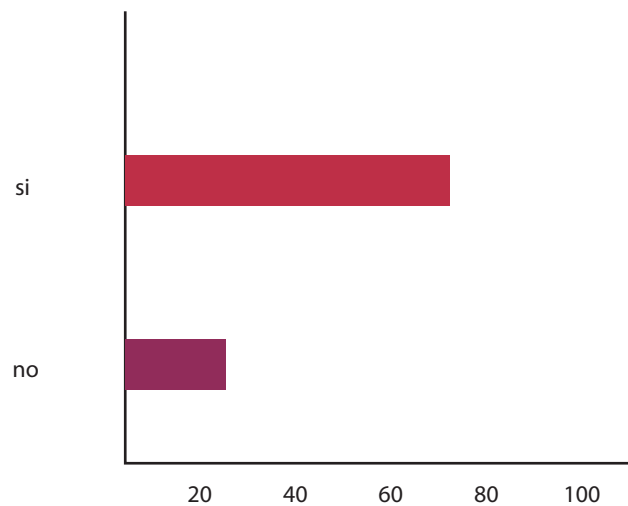
HA NECESITADO EL ÁREA LEGAL



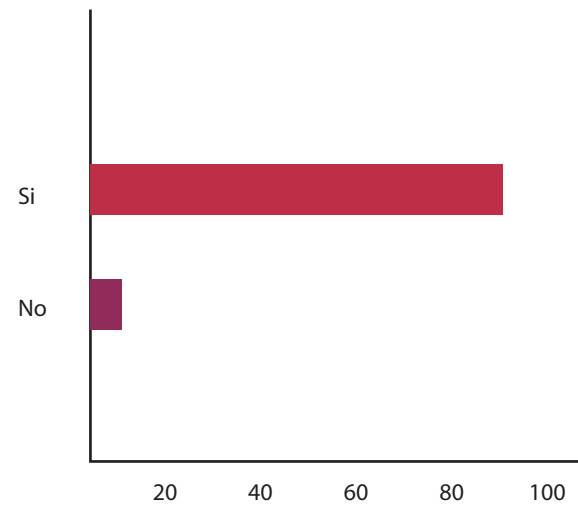
HA OBSERVADO LA PUBLICIDAD DE LA ORGANIZACIÓN

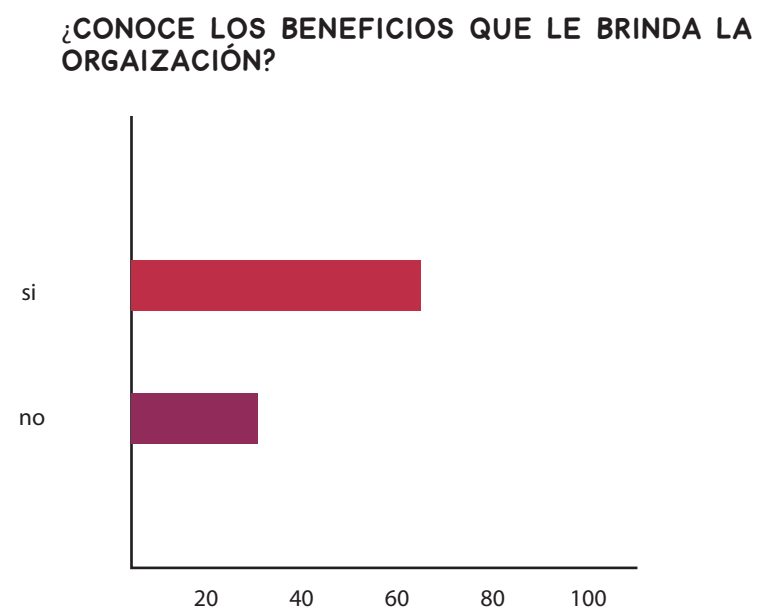
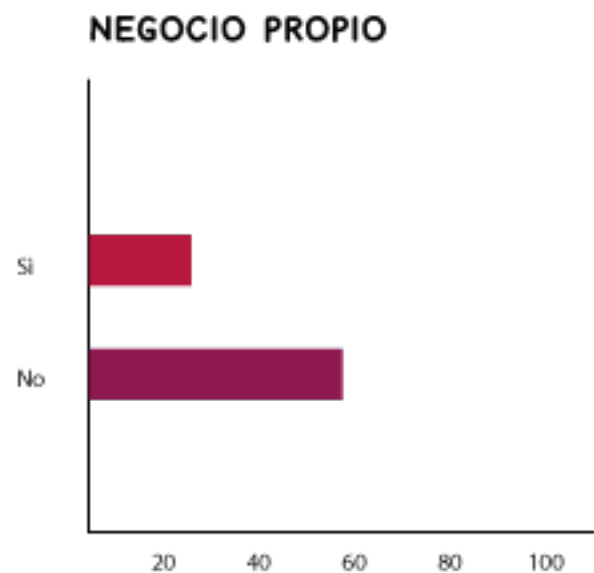


HA RECOMENDADO A LA ORGANIZACIÓN



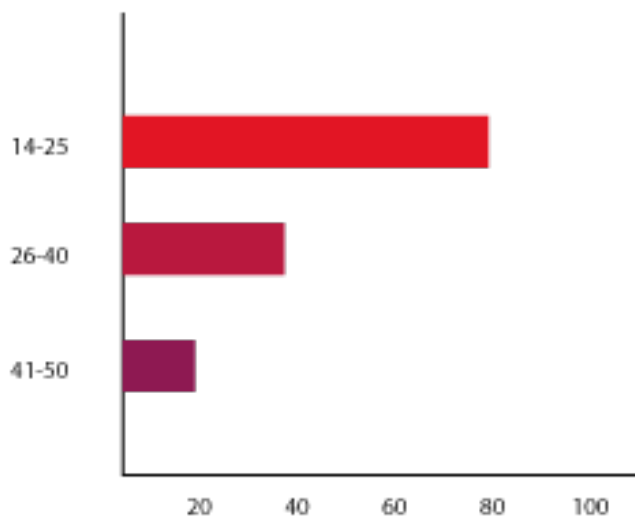
HA ASISTIDO A LAS JORNADAS DE SALUD



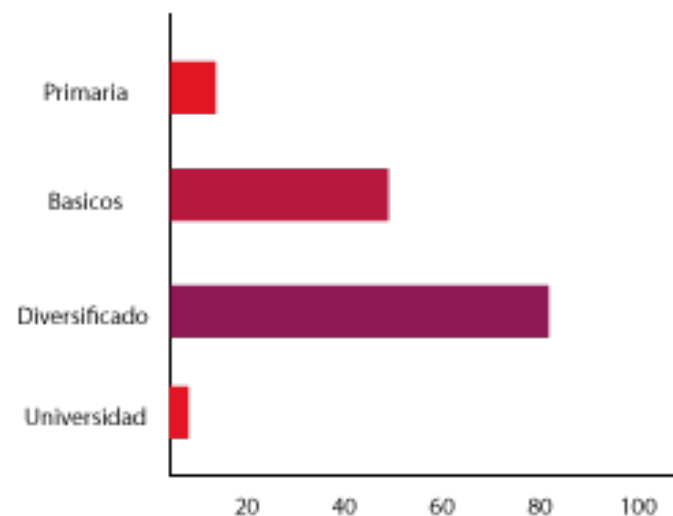


Anexo # 6 gráficas integrantes potenciales

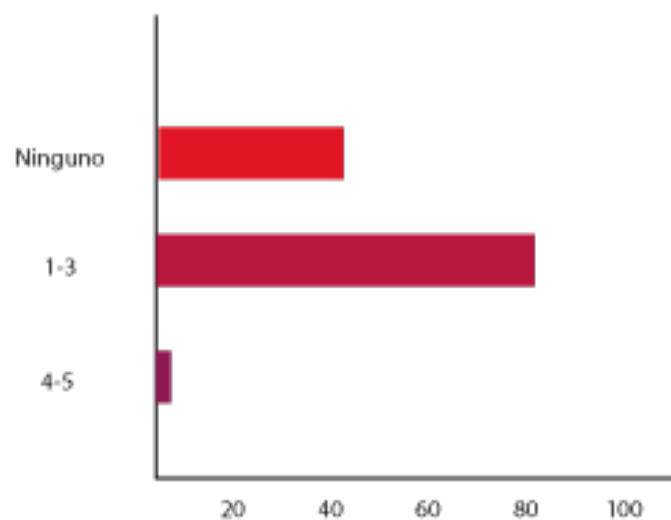
EDAD



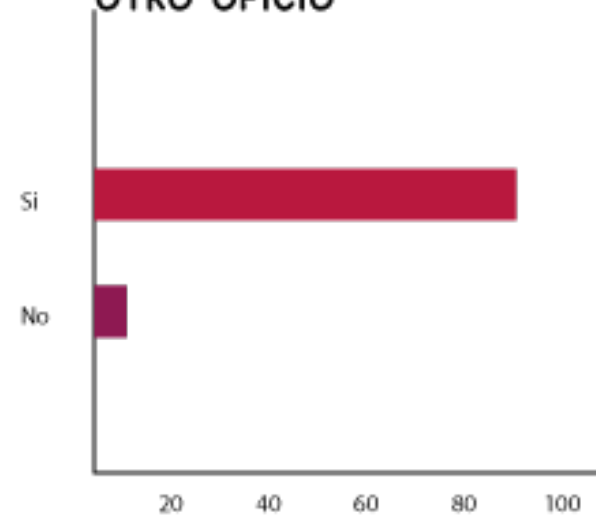
NIVEL DE EDUCACIÓN



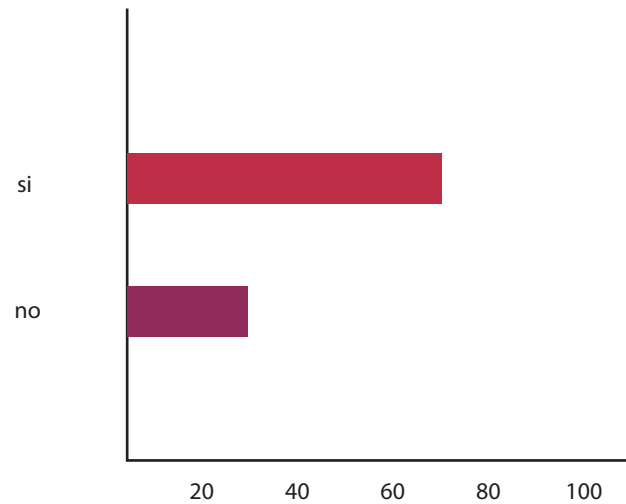
HIJOS



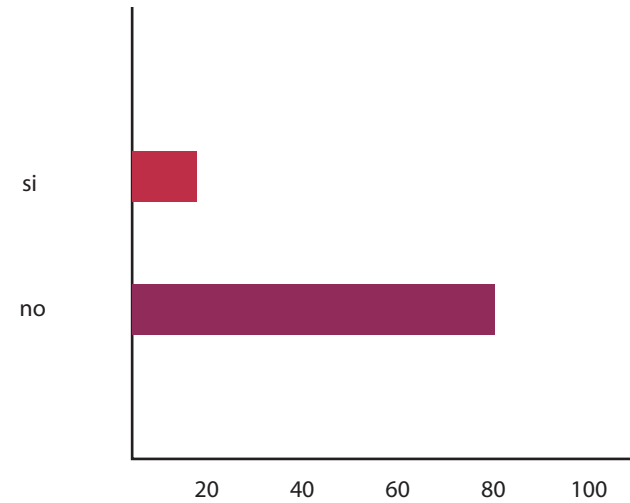
LE FAVORECERIA APRENDER OTRO OFICIO



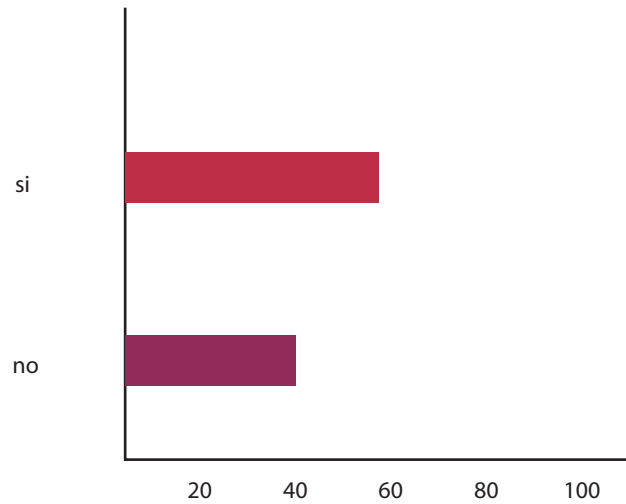
SABE SOBRE LA DIRECCIÓN DE LA MUJER



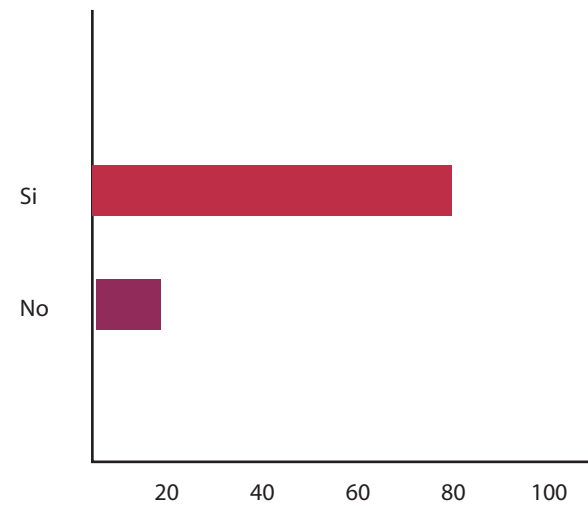
¿CONOCE LOS BENEFICIOS QUE LE BRINDA LA ORGANIZACIÓN?

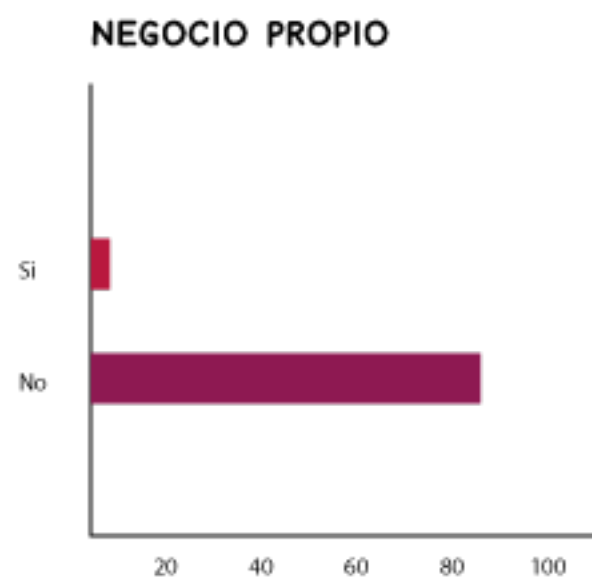


LE HAN RECOMENDADO A LA ORGANIZACIÓN



¿QUISIERA SER PARTE DE LA ORGANIZACIÓN?





Anexo # 7 bocetaje

Color

Los tonos manejados no los asocian con feminidad.

Se aplicó color por área según la psicología del color.



Subir pocos tonos para conservar la paleta de colores.



Utilizar color azul para representar el 2% de participantes hombres en la organización.

Se realizaron cambios en el logotipo en base a las validaciones, se inició con el color el cual presentaba el problema de no representaba feminidad debido a los tonos tan oscuros que maneja.



Los tonos utilizados no representan una organización formal.



El G.O. asocia el color rosado con feminidad.



Subir pocos tonos para conservar la paleta de colores.



Utilizar colores análogos en el logotipo.

Se siguió buscando los tonos los cuales representarían feminidad.



Seleccionado



Se representa feminidad con tonos suaves, sin descuidar la imagen formal de la organización.



La paleta de colores es contrastante, lo que llama la atención del G.O.

Se llegó a las tonalidades adecuadas para aplicar en el logotipo, las cuales representarán feminidad y formalidad.

Logotipo

En base a las sugerencias que se realizaron en la validación de piezas, se concluyó que en el logotipo actual no se representa la división de las 3 áreas.

Utilizar una forma abstracta, la cual es de fácil comprensión.



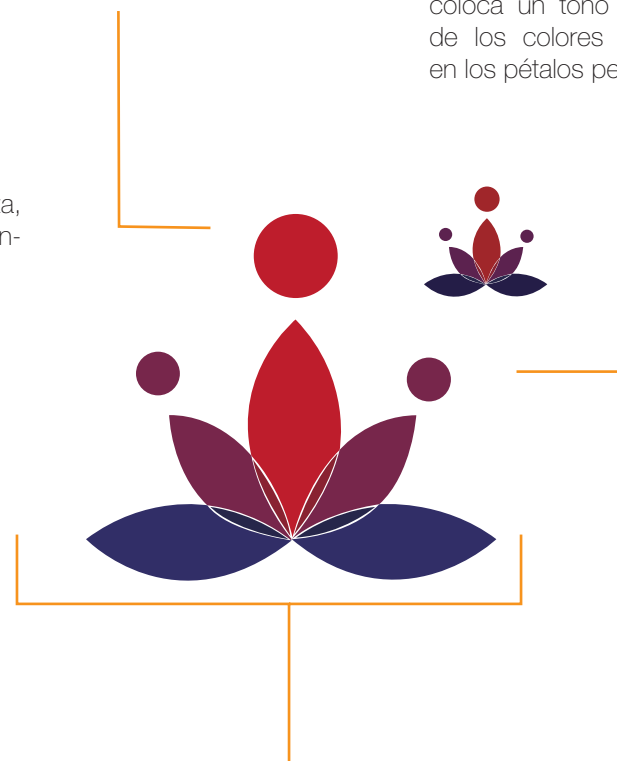
Se dificulta el reconocimiento de la parte de fusión en el logotipo.



Al disminuir el logotipo se pierde detalle.

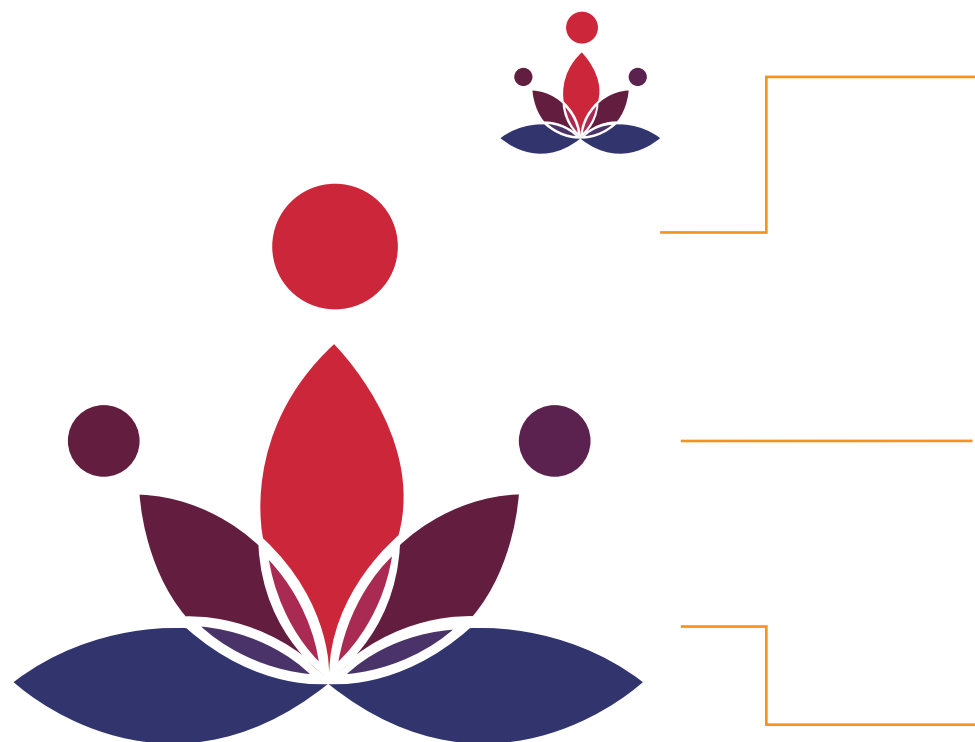


Para representar fusión se coloca un tono intermedio de los colores principales en los pétalos pequeños.



Se realizó una separación entre los pétalos para definir un espacio por área en el logotipo.

★ *Seleccionado*



Engrosar las divisiones de los pétalos para al disminuirlo no se pierda detalle.



Diferenciar en el logotipo que existen 3 áreas en la organización.



Colocar un tono intermedio en los pétalos pequeños para representar fusión.

Tarjeta de presentación



Utilizar morado representando feminidad y azul representando el 2% de hombres en la organización.

Se siguió desarrollando las opciones a utilizar en el gradiente.

La fusión de colores no se asocia con feminidad.



Los colores se asocian con feminidad.



Crear contraste con los colores aplicados en el gradiente.

Para representar fusión en la pieza se utilizó un gradiente.

Seleccionado



	Directora Laura Morales.
@	concejala3simijudjoco@gmail.com
	7728-2744
	Primera Avenida los Ángeles zona 3 Jocotenengo Sacatepequez



Maneja un cambio sutil en los tonos.



Se aplicaron los colores de las 2 áreas con más participación en la organización.



Los colores evocan feminidad.

Textura

Se aplica un solo color en la textura lo cual no integra las 3 áreas de la organización en ella.



Es un elemento el cual no compite con el logotipo.



No se integra con las demás piezas que utilizan gradiente.



Engrosar la textura la realiza pesada y compite con el logotipo y demás elementos.



Se aplicó el gradiente en la pieza para unificar la línea gráfica.



Seleccionado



Con el gradiente la pieza se unifica a la línea gráfica.



La textura representa movimiento y feminidad en sus trazos.



La textura se obtiene del logotipo.



Trifoliar

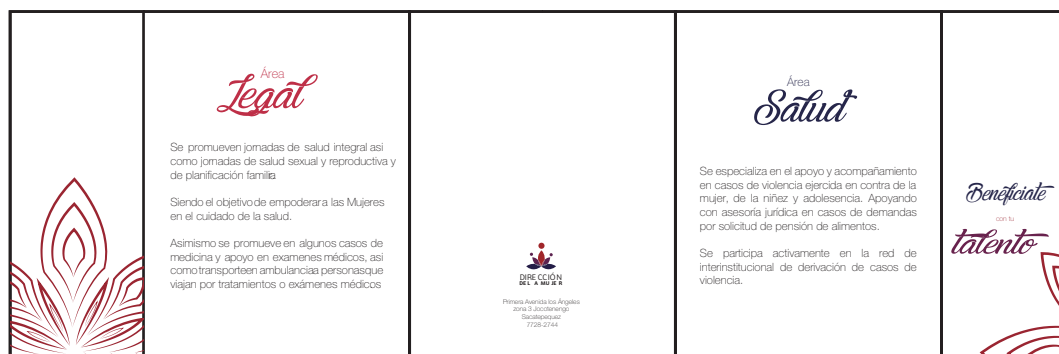
Utilizar la textura con los colores de las áreas.



No presenta información general de la organización.



Realizar un índice de los temas a abarcar.



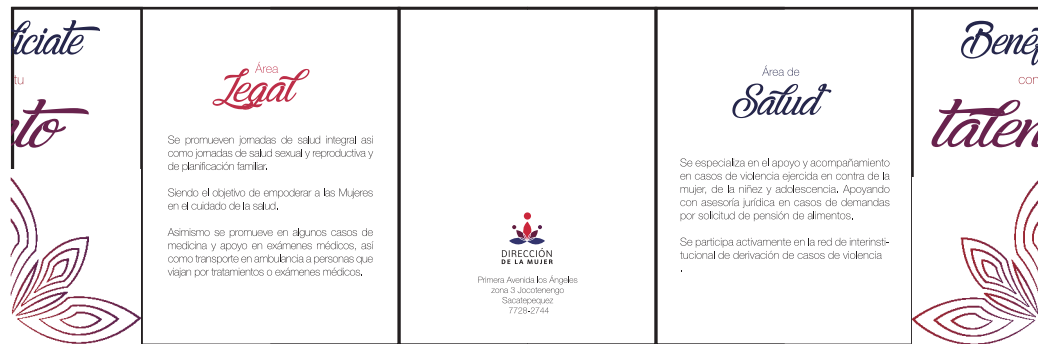
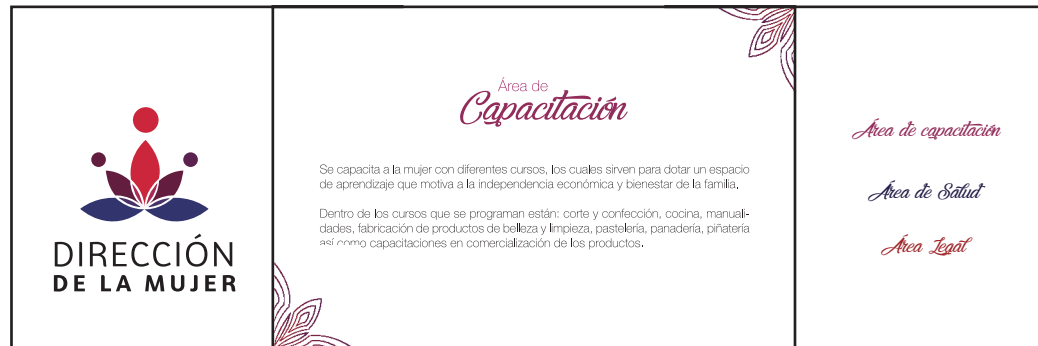
Para el trifoliar se abarcaron todas las áreas de la organización, brindando la información necesaria para los futuros integrantes e información de contacto.



Unificar la pieza con la línea gráfica apliando el gradiente a la textura.



Se aplica de mejor forma la jerarquía visual




Cada área posee un lugar destinado en la pieza.

Se rediseño la decoración de la pieza, debido a que contenía contaminación visual, la cual dificultaba la lectura fluida de la misma.



Seleccinadõ

 <p>DIRECCIÓN DE LA MUJER</p>	<p><i>Área de Capacitación</i></p> <p>Se capacita a la mujer con diferentes cursos, los cuales sirven para dotar un espacio de aprendizaje que motiva a la independencia económica y bienestar de la familia.</p> <p>Dentro de los cursos que se programan están: corte y confección, cocina, manualidades, fabricación de productos de belleza y limpieza, pastelería, panadería, pñatería así como capacitaciones en comercialización de los productos.</p>	<p>Fundada por la municipalidad de Jocotenango con el fin de ayudar al desarrollo del municipio, Inicio sus funciones en el año 2010.</p> <p>Actualmente posee 3 áreas las cuales son: capacitación, salud y legal, en las que se brinda el servicio completamente gratuito, se desarrollan con apoyo de otras organizaciones nacionales como APROFAM.</p>
---	---	--



Es una pieza de reproducción casera.

<p><i>liciate tu to</i></p>	<p><i>Área Legal</i></p> <p>Se promueven jornadas de salud integral así como jornadas de salud sexual y reproductiva y de planificación familiar.</p> <p>Siendo el objetivo de empoderar a las Mujeres en el cuidado de la salud.</p> <p>Asimismo se promueve en algunos casos de medicina y apoyo en exámenes médicos, así como transporte en ambulancia a personas que viajan por tratamientos o exámenes médicos.</p>	 <p>DIRECCIÓN DE LA MUJER</p> <p>Primera Avenida los Angeles zona 3 Jocotenango Sacatepequez 77362744</p>	<p><i>Área de Salud</i></p> <p>Se especializa en el apoyo y acompañamiento en casos de violencia ejercida en contra de la mujer, de la niñez y adolescencia. Apoyando con asesoría jurídica en casos de demandas por solicitud de pensión de alimentos.</p> <p>Se participa activamente en la red de interinstitucional de derivación de casos de violencia.</p>	<p><i>Benéf con talen</i></p>
-------------------------------------	--	---	--	---------------------------------------

Se coloco la historia y la información básica de la organización para que el G.O. conozca más sobre ella.

Se complemento la pieza con la información básica de la organización.

Se colocó la frase del área de capacitación, debido a que este promocional es para las personas que asiten a los cursos de la organización.

Se evita la contaminación visual en la pieza.



Se aplica en los elementos los mismos colores que en el gradiente para unificar la pieza con el resto de la línea gráfica.

Se implementó el color azul para representar a el 2% de hombres que asiten a la organización.



Se siguió con las pruebas de color, debido a que la anterior propuesta no se unificaba del todo con la línea gráfica.



Seleccionado



Para unificar la pieza con la línea gráfica, se aplicó el gradiente en la textura.



Para abarcar las 3 áreas de la organización de color morado y rojo en el gradiente y azul en la tipografía.



Se desarrolló esta pieza para que los integrantes se sientan parte de la organización, con un objeto que les es útil en los cursos.

Formúla presupuesto diseñador

- Para calcular el precio sobre las piezas se utilizó la siguiente formula:
- Se establece un precio por hora, lo más recomendado es Q50.00
- Para saber cuanto se debe gana por dia se hace 50×8 , debido a que 8 horas al día se labora.
- Para sacar el precio de la pieza, se realiza un aproximado de las horas gastadas en ella y se multiplica por Q50.00
- Dando como resultado el precio a cobrar por la pieza.
- Para cobrar los gastos extras como gasolina, impresión, etc. se realiza un 10% sobre el total.
- Sumando el precio de las piezas más los extra da el total a cobrar.



Cotización No. 77432
Guatemala, 10 abril 2017

Señores
Estefany
Atención
Presente

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

Hojas full color tiro
tarjetas : Impreso en BOND 120, tamaño abieno 11.0 x 11.5 plps., 4 colores tiro, 4 colores retiro,
impresión tiro / retiro, corte.

30	Q	20X1.00
15	Q	160.00
65	Q	360.00
20	Q	260.00

Forma de Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.

Vigencia de la cotización: 10 días.

Al autorizar esta cotización, usted acepta una entrega de 5% mas o menos en la cantidad a ser entregada.

El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos es grato suscribirnos.

Atentamente,

Angel Lossi
Ejecutivo de Ventas



ventas CYAN

para mí ▾

BUENAS TARDES

ADJUNTO LOS COSTOS SOLICITADOS. SALUDOS CORDIALES...

20 gabachas con sublimado Q. 700.00
50 botones Q. 900.00
65 tarjetas de presentación (tiro y retiro) /texcote Q. 125.00
30 hojas membretadas (tiro y retiro) tamaño carta / bond 120 Q. 120.00
20 Afiches /texcote Q. 300.00
30 Hojas stickers (brillantes) carta Q. 180.00
15 hojas oficio (tiro y retiro) / bond 120 Q. 180.00
10 hojas carta (tiro y retiro) / bond 120 Q. 80.00--

--Gustavo Orozco--

ventasOFICINAScentrales

Impresos CYAN, S.A.-

Ofis. 78.31.14.32 • 78.31.08.00

Móvil. 5312-5898

www.impresoscyan.com

Todos los artes deben de ser confirmados y autorizados por este medio para proceder con la Impresión.

NOTA: FAVOR REVISAR BIEN LOS DATOS DE SUS ARTES YA QUE UNA VEZ SE HAYA RECIBIDO LA AUTORIZACION DE IMPRESION NO SE ACEPTARAN RECLAMOS. GRACIAS...

11 abr. ☆



ventas CYAN

Añadir a círculos



[Mostrar detalles](#)

ecoprints

imprime verde

Guatemala de la Asunción, 04 de Abril 2017

Respetable

Sra. Aldama
Presente

Permítame contarle que nuestra empresa esta fielmente comprometida con el cuidado mantenimiento y mejora del medio ambiente guatemalteco, por lo que le ofrecemos una alternativa en materia de impresiones biodegradables y/o amigables con el medio ambiente disminuyendo el impacto de polución en nuestro entorno.

Adicionalmente cada impresión que realiza con nosotros garantiza el empleo de papel certificado proveniente de bosques sostenibles evitando la tala innecesaria e ilegal de árboles para la producción de papel.

En nuestros varios productos manejamos materia prima amigable con el medio ambiente ya que es nuestra filosofía de vida y claro está en los negocios.

Es un gusto poderle presentar la siguiente cotización:

1,000 ~~billetes~~

CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
20 Gabachas	Q45	Q900 (tamaño carta el arte y no incluye gabacha)
50 botones	Q8	Q450
65 tarjetas de presentación tiro y retiro	Q130 Combo	Q130
30 hojas membretadas bond 120gr tiro y retiro	Q10 Tiro y retiro	Q300
20 afiches en lápida	Q20	Q400
30 hojas sticker brillante	Q17	Q510
15 hojas oficio bond 120gr tiro y retiro	Q12 Tiro y retiro	Q180
10 hojas carta lápida tiro y retiro	Q16 Tiro y retiro	Q160

Atentamente

Lto. Edgar Arroyave

Central
(502) **2442-4238**
ecoprints.central@gmail.com
11 av. 29-39 zona 12 Bulevar USAC
Frente a Iglesia Mormona

Sucursal El Carmen
(502) **2442-4239**
ecoprints.bio@gmail.com
29 calle 3-00 zona 12
Entrada Colonia El Carmen

 Ecoprints
Impresiones
Biodegradables