

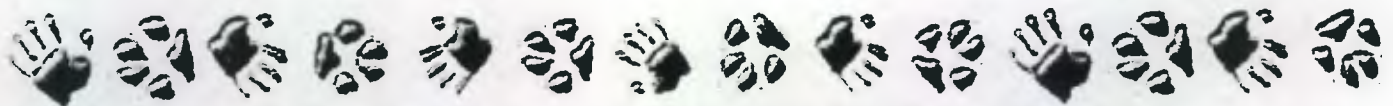


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO

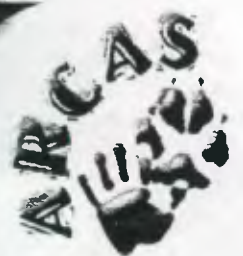


PROPUESTA GRÁFICA DE LA
IMAGEN CORPORATIVA DE LA
ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL
ARCAS
Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre

INSTITUTO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central



PROYECTO DE GRADUACIÓN
PRESENTADO POR: *Wendy Elizabeth Gutiérrez Pérez.*
Andrea Gabriela Pellecer Howard.
PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE:
TÉCNICO PROFESIONAL EN DISEÑO GRÁFICO



**Junta Directiva
Facultad de Arquitectura**

Decano	Arq. Rodolfo Portillo Arriola.
Vocal I	Arq. Edgar López Pazos.
Vocal II	Jorge Arturo González Peñate.
Vocal III	Arq. Hermes Marroquín.
Vocal IV	Dámaso Rosales.
Vocal V	Nery Barahona.
Secretario	Arq. Julio Roberto Zuchini G.

Tribunal Examinador

D.G. Betzaida González M.
Arq. Brenda Penados B.
Arq. Salvador René Gálvez Mora.



ÍNDICE

Presentación	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1. El Problema	3
1.1 Formulación del problema	3
1.2 Definición del problema	3
1.3 Justificación del problema	4
1.4 Objetivos	4
1.5 Método de Diseño	5
1.5.1 Divergencia	5
1.5.2 Transformación	5
1.5.3 Convergencia	5
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL Y CONTEXTUAL	6
2. Marco Teórico Conceptual	7
2.1. Comunicación Visual y su importancia	7
2.2 Imagen Corporativa	7
2.2.1 Imagen	8
2.2.2 Corporación	8
2.2.3 Elementos de la Imagen Corporativa	8
2.2.3.1 Símbolos Icónicos	8
2.2.3.2 Símbolos Cromáticos	10
2.2.3.3 Símbolos Lingüísticos	10
2.3 Ecología	14
2.3.1 Medio Ambiente	15
2.3.2 Biodiversidad	15
2.3.3 La Fauna	16
2.3.4 La Flora	16
2.3.5 La Conservación	16
2.3.5.1 Conservación de la Fauna	17
2.3.5.2 Conservación de la Flora	17
2.4 Organización No Gubernamental	17
2.5 Marco Contextual	18
2.5.1 Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre ARCAS	18



D.L
02
T (1319)

CAPÍTULO 3: PROPUESTA GRÁFICA 22

3.1 Fundamentación de las Piezas Gráficas	23
3.2 Proceso de Bocetaje	24
3.3 Manual de Normas Gráficas	32
3.4 Presupuesto Estimativo	64

CAPÍTULO 4: COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LAS PIEZAS 65

4.1 Estrategia para la recolección de datos	66
4.2 Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta	66

Conclusiones	71
Recomendaciones	72
Bibliografía	73
Glosario	74
Anexos	76



Presentación

Durante el último semestre de la carrera, al estudiante de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala se le presenta la importante oportunidad de poner en práctica, de una forma más cercana a la realidad, las habilidades adquiridas como comunicador.



A nuestra promoción se le planteó el reto de crear o mejorar la imagen corporativa de una organización, a elegir entre una Municipalidad del país o una Organización No Gubernamental (ONG).

Elegimos para nuestro proyecto, trabajar para una ONG con orientaciones ecológicas, puesto que coinciden totalmente nuestros ideales acerca del amor a la naturaleza y la importancia que le otorgamos a el desarrollar una conciencia responsable con el planeta que habitamos los seres humanos en compañía de todas las manifestaciones de vida posibles.

De manera que el lector se encontrará, a lo largo del presente proyecto, con la propuesta que hemos elaborado para la Organización No Gubernamental: ARCAS, Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre. A fin de contribuir a que, por medio de recursos gráficovisuales, lleguen de una forma efectiva a todos sus grupos objetivos.

Sabemos que esto les permitirá cumplir mejor con su importante y noble labor de protectores de la naturaleza.



Capítulo

1

Planteamiento del Problema



Planteamiento del Problema



1 EL PROBLEMA

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA



Una imagen corporativa es un conjunto de piezas de diseño, cuya función es darle identidad propia a una organización, a fin de destacarla y diferenciarla de las demás. Es de suma importancia que toda organización posea tal elemento para asegurarse el ser identificada inmediatamente, a través de símbolos gráficos que la representen, elaborados con base en sus grupos objetivo, metas, y cobertura pragmática.

Ubicada actualmente en la 21 calle 9-44 Zona 11 Mariscal de la Ciudad de Guatemala, y contando con dos subsedes, una en Santa Elena, Petén, y la otra en el Parque Nacional Hawaii, Chiquimulilla, Santa Rosa, ARCAS es una organización no gubernamental, que se dedica concientizar a la población sobre la problemática ambiental y silvestre, y que realiza acciones para su solución.



Según lo anterior, nos encontramos frente a un drama y sus consecuencias: pues ARCAS no posee una imagen corporativa sólidamente definida. Centrados únicamente en el logo de la organización, para tomarlo como ejemplo, podemos enunciar que éste se encuentra falto de la fuerza y de la claridad que deben caracterizar a un logotipo. El logo de ARCAS necesita ser rediseñado, para hacerlo comprensible entre un público con un no pequeño porcentaje de analfabetas. Elaborado bajo este importante punto de vista, la función comunicadora del aspecto gráfico se impondrá sobre la palabra escrita y logrará que la imagen de ARCAS llegue exitosamente a un amplio público, incluidos en él aquellos que ignoran el alfabeto, pero que son capaces de reconocer y relacionar las formas visuales que podrán mover su interés y motivación para participar en la preservación de la vida silvestre.

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA



Mejorar la imagen corporativa de la organización no gubernamental Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre ARCAS.



1.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre, ARCAS, es una organización no gubernamental, sin fines de lucro fundada en 1989. Trabaja por la conservación de la fauna silvestre, educación ambiental, desarrollo sostenible y manejo de áreas protegidas. Involucra aproximadamente a 3,000 personas, razón por la que su imagen corporativa es de suma importancia. Una buena imagen corporativa contribuirá a que ARCAS fortalezca la cobertura a sus grupos objetivos.

Retomando el ejemplo del logotipo, en el que actualmente se evidencia falta de fuerza comunicadora, las ventajas y razones de rediseñarlo son de peso, y se aplican igualmente a todos los elementos que engloba una imagen corporativa. Con un logo sólidamente conformado, elaborado con base en todos los aspectos y necesidades que éste deberá cubrir, se desemboca fructuosamente en una organización que se puede valer con confianza de éste para darse a conocer ampliamente. Una entidad bien representada se proyecta mejor y realmente puede cumplir con su objetivos.

Por lo tanto, el proyecto de la realización de una sólida imagen corporativa para ARCAS es un problema que tiene solución. A través de la aplicación de las técnicas del Diseño Gráfico para su creación, daremos identidad a esta organización.



1.4 OBJETIVOS



General

Aplicar los conocimientos de comunicación visual adquiridos durante la carrera de Diseño Gráfico para llevar a cabo la renovación de la imagen corporativa de ARCAS.

Específicos

- Dar a conocer la misión ecológica de ARCAS que es promulgar la urgencia de conservar, proteger e investigar la vida silvestre.
- Concientizar a la población sobre la importancia de rescatar, rehabilitar y reintroducir especies de la fauna silvestre.
- Elaborar material gráfico-visual para proyectar efectivamente el mensaje conservacionista de la organización



1.5 MÉTODO DE DISEÑO



Para la realización de este proyecto se ha recurrido al MÉTODO DE TRES ETAPAS, que llena las necesidades de la elaboración de esta propuesta. El Método de Tres Etapas se explica y divide de la siguiente forma, según el Arq. Julio Tórtola: (2,000:25)

1.5.1 Etapa primera: Divergencia



Etapa en la que se recopilan, ordenan y analizan todas las fuentes provenientes de información, base con la cual se podrá pasar a plantear el problema. De esta manera se llevó a cabo el capítulo 2 de este proyecto: Marco Teórico y Contextual.

Para la recabación de los datos se hizo uso de las técnicas de la entrevista, la observación y la encuesta. Como instrumentos, se utilizaron cuestionarios, listas de cotejo para verificar la observación, guías para las entrevistas y fuentes de información bibliográfica.

1.5.2 Etapa segunda: Transformación



Este es un proceso que se da en la mente del diseñador. Con base en toda la información y datos acumulados, se llega a una síntesis del problema, de tal forma que se puede pasar a la presentación de una solución gráfica para el mismo. Esta solución se desarrolla a través de etapas de prebocetaje, bocetaje y artes finales. Es así como se ha dado forma al capítulo 3: Propuesta Gráfica.

1.5.3 Etapa tercera: Convergencia



El trabajo realizado durante las etapas anteriores da a luz la solución gráfica que, presentada como arte final, se propone a la organización. Es el capítulo 4 de este proyecto: Comprobación de la eficacia de la propuesta, donde se constituye la tercera y última del Método de Tres Etapas.



Capítulo

2

Marco Teórico Conceptual y Contextual



2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL (Etapa de Divergencia)

Los conceptos a continuación han sido la base sobre la cual se ha realizado la teoría del proyecto.

2.1 COMUNICACIÓN VISUAL Y SU IMPORTANCIA

Todos los seres humanos por naturaleza tienen la necesidad de comunicarse. La comunicación visual es importante y necesaria, pues estimula la imaginación del espectador a través de la transmisión de mensajes gráficos efectivos, que pretenden provocar un cambio de actitud, y contribuyen con su desenvolvimiento y desarrollo social.

La comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de interaccionar juegan aquí un papel importante. (Encarta:1999).

La comunicación visual se establece y llega por medio de imágenes visuales impresas, que utilizan el sentido de la vista para viajar y contactar al receptor. La comunicación visual hace comprensible un concepto abstracto con imágenes, esquemas, gráficos, etc.; esto asiste a la mejor comprensión acerca del tema a tratar. (Murphy:1990:102)

2.2 IMAGEN CORPORATIVA



La imagen corporativa es un conjunto de elementos gráficovisuales que proporcionan a una empresa su propia identidad. La representan y diferencian de las demás dentro del medio. (Tyler:1982:89)

A la imagen corporativa se le define también como un sistema de comunicadores visuales, coordinados gráficamente para su fácil reconocimiento. (Tyler:1982:89) La empresa los utiliza para comunicarse con su público a través del uso constante de los mismos. Así es identificada en los lugares donde se proyecta, marcando cada una de sus obras o funciones y reflejando a la vez su personalidad.

Los siguientes conceptos complementan la idea y lo que abarca una imagen corporativa.



2.2.1 IMAGEN

Es la *representación, apariencia y símbolo de objetos sensibles o no, que permanecen en nuestra mente independientemente de la presencia o referencia de las cosas, seres, ideas o sentimientos, situaciones, etc. que representan.* (GEAC:1994:39)

2.2.2 CORPORACIÓN

Asociación o comunidad de personas regida por alguna ley o estatuto. (GEAC:1994:39)

2.2.3 ELEMENTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Los elementos primordiales de una imagen corporativa son:

- Los símbolos icónicos:

La Imagen



- Los símbolos lingüísticos:

El Texto

ASOCIACIÓN RESCATE Y CONSERVACIÓN
DE LA VIDA SILVESTRE

- Los símbolos cromáticos:

El Color



2.2.3.1 Símbolos Icónicos

Símbolo

Un símbolo es un *objeto o ser que se toma como representación de otro, en virtud de una convención o por razón de alguna analogía entre ambas* (Tyler:1983:52) Es una figura con la que se representa un concepto, pues existe alguna semejanza entre ambos, que el entendimiento es capaz de identificar, percibir y comprender.



Marca

Es un código publicitario que identifica y diferencia de otras a una institución, producto o servicio. La marca funciona como indicador de valor, confiabilidad, calidad, etc. Además, sirve como respaldo legal al nombre de la institución.

Logotipo

El logotipo *acusa la identidad de la empresa o institución que representa. Es el signo identificador básico de una empresa o entidad que lo adopta para usarlo en sus productos, publicaciones, cartas, etc. como distintivo caracterizador.* (Cultural Recreativa:1992:50) Un logotipo constituye el nombre institucional de una firma o producto y está representado por un signo o símbolo, capaz de diferenciar, personalizar y potenciar una marca que se propone encontrar una posición dentro de un segmento y venderse.

Logotipo y Heráldica

Se puede decir que el logotipo es hijo de la heráldica. La heráldica es el *arte de explicar y describir los escudos de armas de linajes, ciudades, o personas. // Cada figura, señales o piezas que se ponen en un escudo.* (Infopedia:1999) Se distinguen cuatro clases o especies de figuras: a) Heráldicas: al partir el escudo en fajas, b) Naturales: todos los cuerpos pertenecientes a la creación, c) Artificiales: torres, armas, fuentes, columnas, etc. y d) Quiméricas: monstruos y figuras ideales.

Un logotipo es un símbolo en el que los colores y la ubicación de los elementos que lo conforman son elegidos y colocados cuidadosamente, con objeto de que toda pieza conformante, en realidad ejecute un papel crucial en la totalidad del conjunto, al igual que cuando se construye y elabora un escudo. Nada que no tenga algo significativo que comunicar, para fortalecer la imagen a representar, aparecerá en un logotipo. El logotipo debe identificar clara y plenamente a una entidad, tal y como un escudo a una familia, una ciudad, un país, etc.



Marco Teórico Conceptual



2.2.3.2 Símbolos Cromáticos

Color

Es el elemento gráfico más rápidamente identificable. Es un factor clave en la mayoría de las composiciones gráficas, pues cumple las siguientes funciones:

- Llamar la atención a través del contraste.
- Retener la atención.
- Producir efectos sociológicos en el grupo objetivo que recibe el mensaje.
- Desarrollar asociaciones psicológicas con experiencias previas; símbolos lingüísticos.



2.2.3.3 Símbolos Lingüísticos

Tipografía

Estudia las diferentes propuestas sobre tipos de letras existentes y sus características. Según Eva Paz, (1994:15), *cuando las letras son usadas como instrumentos, son capaces de expresar cualquier tema o emoción, sea seriedad, dramatismo, o comicidad.*

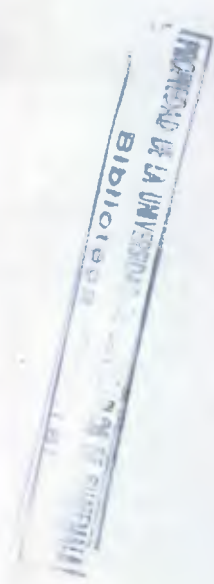


Slogan

Según la Licenciada Marcia Dardón de Rendón (1998:12), el slogan *es un mensaje breve que sirve de grito de guerra en campañas de propaganda o publicidad.* El éxito de un slogan se atribuye a los siguientes factores:

- Brevedad: tres o seis palabras deberán ser suficientes.
- Facilidad de asimilación: el concepto deberá ser claro y comprensible.
- Sugestividad: aceptación del mensaje.
- Eufonía: La combinación de las palabras deberá sonar agradablemente.
- Carácter afirmativo.

*“el toque
que faltaba...”*



Material Impreso

El material impreso es la *estructuración de imágenes, símbolos, letras y colores, conservando una línea de diseño que les brinde unidad y armonía para su efectividad. Este material conserva la imagen de la empresa, ayuda a su promoción, desarrollo, crecimiento y consolidación en el mercado.* (Herrera:1990:45)

El material gráfico más utilizado por una empresa para definir su imagen corporativa es:

Manual de Normas Gráficas

El Manual de Normas Gráficas, *es un libro o archivo digital elaborado especialmente para una empresa o institución, el cual recoge toda la información de su imagen corporativa, para los usos que el personal, el cliente o la empresa requieran.* (Cifuentes:1999:61) En el Manual de Normas Gráficas está descrito el material que identifica a la empresa, como el logotipo, la tipografía, la papelería, etc. Su función técnica consiste en hacer comprensible el sistema establecido y definir los elementos de diseño de una institución, empresa o producto.

Hoja y sobre membretado

Papel para escribir que contiene nombre, dirección, número de teléfono y fax, dirección de correo electrónico y logotipo de la empresa. El sobre presenta los mismos datos.



Tarjeta de presentación

Tiene usualmente medidas de 2" x 3 1/2" plg. Presenta la dirección, número de teléfono y fax, dirección de correo electrónico y logotipo de la empresa. Además incluye el nombre de la persona y su cargo dentro de la empresa.

Factura

Documento comercial, legal, por medio del cual se realiza una cuenta detallada de mercaderías o servicios vendidos. Es membretado y tiene espacio para las especificaciones. Contiene los datos de identificación de la empresa.



Recibo

Escrito firmado en el que se declara haber recibido algo. Es membretado y tiene espacio para las especificaciones.

Etiqueta

Identificación que va unida a un producto y que contiene información primordial sobre éste, su elaboración, composición, etc.

Empaque

Contenedor que se encuentra en contacto directo con el producto; lo guarda, protege y conserva, por lo que debe ser del material más adecuado. Incluye información sobre el uso del producto.

Bolsa

Puede ser de papel, celulósica y plástica. Los tipos de bolsa son planas, cuadradas y de cierre automático. Presenta la identificación de la empresa.

Sello

Instrumento de caucho o hule para imprimir símbolos y textos breves que son muy repetidos, pero que no se han impreso permanentemente.

Publicidad

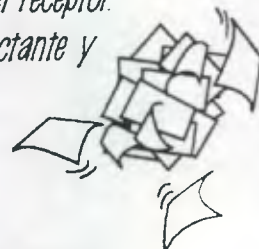
Conjunto de medios que se emplean para dar a conocer un servicio o producto incitando a su uso o consumo. (Davis:1989:96)

Todos los instrumentos conformantes de la publicidad deberán guardar una línea de diseño acorde a la imagen de la empresa. Incluye las siguientes alternativas:



Volante

Un volante es un medio impreso, con un tamaño estándar de media página carta. Divulga información rápida y directamente. *Incluye la mayor cantidad posible de información para intentar crear una reacción inmediata en el receptor. Es complemento de una promoción y posee carácter informativo, impactante y llamativo.* (Davis:1989:96)



Foliar

Es un instrumento utilizado por empresas, negocios o instituciones públicas o privadas, para la difusión de todo tipo de información. Puede presentarse de dos o tres caras y ser desplegable o no, dependiendo principalmente de la cantidad de información que se desee dar a conocer. (Davis:1989:96) Es un medio muy versátil que se adapta a todas las variadas necesidades de sus usuarios. Sus usos son ilimitados.



Afiche

Medio impreso utilizado para anunciar información de una forma llamativa, debido a su tamaño y posibilidades. Puede tener fines comerciales, educativos, artísticos o meramente informativos. (Davis:1989:96) Consiste en un pliego de papel, de gran formato, impreso con anuncios o avisos, producido de forma masiva para su exhibición en público. Por lo general, se compone de una imagen a color y un breve texto o una marca identificativa.

Valla

Medio anunciante de gran tamaño, para ser colocado en el paso público. De gran alcance y cobertura. Su exhibición, realizada por contrato, es temporalmente limitada. (Davis:1989:96) Rótulo de calle, que debe corresponder al mensaje del afiche y al de la televisión.



Arquitectura

Las instalaciones de la empresa, tanto en su exterior como en su interior, pueden ser decoradas de manera que guarden unidad con la imagen de la misma.

Uniformes



Los utiliza el personal de la institución. Llevan los colores corporativos y la identificación de la empresa.

Automóvil



Vehículo que pertenece a la empresa y que sirve como medio transmisor y promotor de la misma. Generalmente es de los colores corporativos, y, si no completamente, tiene el logotipo y otros datos de ubicación adheridos con distintos materiales en sus puertas y áreas libres.



2.3 ECOLOGÍA

La Ecología *estudia las relaciones entre los seres vivos y el medio en que viven. Depende de la física y de la química para el estudio de los ambientes; de la biología, para el de los seres vivos; y de las matemáticas, para el tratamiento de las relaciones comunes.* (Time Life:1977:41)

Durante décadas la naturaleza ha sido víctima de un desperdicio inconsciente y de una destrucción aterradora. Raro es el país de América donde no ha sido aniquilada alguna especie valiosa, tanto animal como vegetal. Especies enteras de algunos animales han sido exterminadas o reducidas a un número tan pequeño que es dudoso que puedan sobrevivir, los bosques son talados excesivamente y sin control.

Estas y otras prácticas han traído los males de la erosión de los suelos, las inundaciones, la destrucción de las tierras agrícolas y la pérdida de los ambientes naturales. *La modificación de la ecología por la actividad humana ha hecho desaparecer la vegetación natural en áreas muy extensas de la superficie terrestre, pues el aumento de los cultivos ha hecho desaparecer extensos bosques, especialmente en las latitudes medias* (Time Life:1977:41)



En cuanto a la fauna se refiere, desde época inmemorial el hombre ha estado en contacto con los animales. Ha domesticado unas especies y aniquilado otras: la caza y la pesca fueron dos de las primeras actividades humanas. Más tarde logró domesticar algunas especies para dar nacimiento al pastoreo, cuya evolución ha desembocado en la ganadería moderna.

Las modificaciones que la especie humana, a lo largo de su existencia ha provocado en la ecología del planeta entero, son más dañinas de lo que muchos de nosotros imaginamos.

2.3.1 Medio Ambiente

El medio ambiente *se conforma de elementos abióticos: es decir energía solar, suelo, agua y aire; y bióticos: que son todos los organismos vivos que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera.* (Febvre:1969:116) En este sentido, podemos considerar a la biosfera como el sustento y hogar de toda vida presente en ella misma.

Las perspectivas de futuro, en lo que al medio ambiente se refiere, son dudosas. Según P. Hall (1975:192) el impacto de la especie humana sobre éste ha sido comparado con las grandes catástrofes del pasado geológico de la Tierra. Ni los cambios económicos y políticos, ni el interés ni la preocupación actual por el medio ambiente, son suficientes aún para reducir la degradación medioambiental y salvar el hábitat de la humanidad.

Por tanto las sociedades deben reconocer que el medio ambiente es finito, y que al atacarlo ponen en peligro la supervivencia de su propia especie.

2.3.2 Biodiversidad

La palabra biodiversidad expresa la variedad o diversidad de las especies del mundo biológico, de la vida sobre la Tierra. Llamada también riqueza de especies, la biodiversidad es la moneda básica de la biología y de buena parte de las investigaciones realizadas por ecologistas y conservacionistas, pues constituye la medida general más inmediata. (Febvre:1969:116) La riqueza de especies varía geográficamente: las áreas más cálidas tienden a mantener más especies que las más frías, y las más húmedas son más ricas que las secas; las zonas con menores variaciones estacionales suelen ser más fértiles que aquellas con estaciones muy marcadas; así como las zonas con topografía y clima variados, mantienen más especies que las zonas uniformes.



2.3.3 La fauna



La fauna es el conjunto de especies animales que habitan en una región geográfica, que son propias de un período geológico o que se pueden encontrar en un ecosistema determinado. (Peiró:1981:163) Se sabe que todo animal que se encuentra en cada una de las regiones de todo el planeta, posee las características necesarias para vivir y desarrollarse en donde se halla. Ello se debe a la distribución espacial de los animales, la cual depende tanto de factores abióticos: temperatura, disponibilidad de agua; como de factores bióticos: relaciones posibles de competencia o de depredación entre las especies. (Time Life:1977:89)

2.3.4 La flora



La flora es el conjunto de especies vegetales que se pueden encontrar en una región geográfica, que son propias de un período geológico o que habitan en un ecosistema determinado. (Encarta:1999) La flora, según el clima y otros factores ambientales, determina la vegetación de una región.

En su estado natural, la flora permanece en condiciones autorreguladas durante largos periodos. Alteraciones como los incendios forestales o la tala de árboles, pueden entorpecer el desarrollo ecológico de una comunidad vegetal.

2.3.5 La conservación

Conservar es hacer un uso sostenible de los recursos naturales como el suelo, el agua, las plantas, los animales y los minerales. (Febvre:1969:116) Hay dos grandes tipos de recursos naturales: los renovables y los no renovables. Los primeros incluyen la fauna y la flora de cualquier tipo. El suelo puede considerarse un recurso renovable, aunque cuando está muy dañado es difícil de recuperar, por la lentitud de su proceso de formación. Los recursos no renovables son aquellos que no pueden reponerse o que sólo pueden reponerse a lo largo de períodos extremadamente largos. Tales recursos incluyen los combustibles fósiles, como el carbón, el petróleo y el gas natural, así como metales y recursos de otros tipos. Los recursos naturales de un área cualquiera, son considerados su capital básico, y el mal uso de los mismos constituye una pérdida económica.

La conservación incluye también el mantenimiento de las reservas naturales, los lugares históricos y la fauna y flora autóctonas. (Time Life:1977:63)



2.3.5.1 Conservación de la fauna

Uno de los principios básicos de la conservación de la fauna es la *disponibilidad de alimento natural y abrigo para las poblaciones de cada una de las especies de un hábitat dado*

La fauna salvaje es un importante recurso biológico, económico y recreativo que puede preservarse por medio de una gestión cuidadosa. (Febvre:1969:116) Durante la última década, la protección de los animales en todos los niveles, por fin ha cobrado la importancia que merece. Lentamente, como todo proceso, comienza a aparecer una conciencia activa que intenta solucionar dramáticamente la situación que vive la fauna bajo el dominio del hombre.



2.3.5.2 Conservación de la flora

La conservación de la flora descansa sobre tres principios fundamentales.

El primero es la *protección del árbol en crecimiento, contra el fuego, los insectos y las enfermedades*. El segundo principio está relacionado con los métodos de cosecha, que van desde *la tala de todos los árboles (tala integral) hasta la tala de árboles maduros previamente seleccionados (tala selectiva)*. El tercer principio de la conservación es el *uso integral de todos los árboles abatidos*. (Febvre:1969:116)



2.4 ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL

Una Organización No Gubernamental es una institución privada, no lucrativa, creada para ayudar a cierto grupo objetivo. Sus propósitos pueden ser de carácter social, educativo, conservacionista, artístico, etc. Puede tratarse de una agrupación reducida o incluir un vasto número de participantes. Generalmente, posee personería jurídica y sus fondos económicos los obtiene de donativos provenientes de organizaciones nacionales y/o extranjeras. En la actualidad, han proliferado en el país como respuesta a necesidades no cubiertas por el gobierno.



2.2 MARCO CONTEXTUAL

2.2.1 Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre

Las siglas ARCAS identifican a la ONG Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre, la cual constituye el universo de estudio, del presente trabajo.

A continuación, algunos datos acerca de la identidad de ARCAS:

- Figura Jurídica: asociación.
- Fecha de Fundación: 10 de enero de 1989.
- Sede Metropolitana: 21 calle 9-44 A Zona 11 Mariscal, Ciudad de Guatemala.
- Subsede 1: Santa Elena, departamento del Petén.
- Subsede 2: Parque Nacional Hawaii, Chiquimulilla, departamento de Santa Rosa.

Objetivos de la Institución:

1. Conservar, preservar, proteger e investigar la vida silvestre.
2. Rescatar, rehabilitar y reintroducir especies de la fauna silvestre.

Grupo objetivo: comunidades dentro de la reserva de la biosfera maya, comunidades de la costa sur y área metropolitana.

Cobertura departamental: Guatemala, Petén, Santa Rosa y Escuintla.

La sede de ARCAS en la ciudad capital de Guatemala se encuentra ubicada actualmente en la 21 calle 9-44 A de la Zona 11 Mariscal, Ciudad de Guatemala. Es una casa domiciliar que aloja al equipo de trabajo y donde se recibe público visitante. La sede también constituye el punto de reunión para planificación de proyectos y actividades de la organización.

En el año de 1995 se creó el Departamento de Educación Ambiental de ARCAS, con el objetivo de educar y concientizar a jóvenes guatemaltecos, sobre la importancia de nuestra fauna silvestre. A la vez busca la difusión de diferentes aspectos ambientales que permitan comprender el delicado equilibrio ecológico en el que se desarrolla la vida en nuestro país.

Dentro de las actividades que se llevan a cabo se encuentran las que a continuación podemos mencionar:

1. Presentaciones en escuelas y colegios del área metropolitana, en el Petén y la Costa Sur sobre temas ambientales, utilizando metodologías participativas e interactivas así como animales vivos, títeres, juegos educativos y artefactos.



2. Ecoviajes para niños de pocos recursos económicos de la capital al Parque Hawaii, ubicado en Chiquimulilla Santa Rosa, para experimentar directamente las bellezas del ecosistema manglar y las tortugas marinas

3. Participación en Ferias Ecológicas y otras actividades educativas, así como limpiezas de playa.

Dentro de los proyectos que se realizan para conservar, rehabilitar y reintroducir especies de la fauna silvestre se encuentran:

4. Centro de rescate de animales silvestres en Petén:

Es el proyecto pionero en Latinoamérica en el cual se reintroducen a su hábitat los animales decomisados por las autoridades locales. Estos animales son atendidos en un hospital en donde también se llevan a cabo investigaciones en el campo de la medicina veterinaria. El centro incluye áreas de cuarentena y rehabilitación. Cuenta con la ayuda de voluntarios internacionales y guatemaltecos.

5. Conservación de tortugas marinas en Hawaii:

En el Parque Hawaii, ubicado en el municipio de Chiquimulilla departamento de Santa Rosa, se realizan proyectos para la conservación de la tortuga marina (parlama y baule), así como actividades de preservación y educación ambiental.

Se tuvo la oportunidad de llegar, a través del canal de Chiquimulilla, a la reserva natural de Monterrico, un ecosistema cercano al mar con gran diversidad de flora y fauna. En sus costas se protege a la tortuga marina. Los huevos de estos animales se ubican en piletas denominadas por ellos, entierros. En ellas se entierran los huevecillos de las tortugas madres que los pescadores de la región tienen la obligación de entregar al tortugario por un decreto del Consejo Nacional de Áreas Protegidas, que les exige a éstos otorgar un 10% de total de huevos que recolecten. Luego del tiempo de gestación dentro de los huevos, las tortugas que han nacido, son trasladadas en cubetas, al mar, para que puedan continuar con su proceso de desarrollo silvestre en condiciones naturales.



Según estudios y estadísticas, de cada 1000 tortugas, sobrevivirá una. De tal manera que la importancia ecológica de un método de preservación tan sencillo como éste, permite aumentar las esperanzas de vida de esta especie.

La experiencia personal de haber participado directamente en esta labor, durante una única vez, ha sido suficiente para ampliar la visión ecológica y su importancia.

Se entiende que el trabajo de ARCAS es mayormente práctico y se aplica directamente en el exterior de la capital, dado que los objetivos de sus esfuerzos se enfocan a los animales que se encuentran en sus áreas de readaptación y reserva. El equipo de trabajo viaja a distintos puntos del país a realizar jornadas de limpieza de playas, por ejemplo.

En gran parte, el personal de ARCAS lo constituye gente joven. Se trata de profesionales en distintas áreas y ramas académicas, que invierten parte de su tiempo libre en trabajar para y con la Organización ARCAS de manera adhonorem. Otra parte del equipo de trabajo sí es remunerada por los servicios que presta, como el personal de mantenimiento y secretaría.

ARCAS ha recibido con anterioridad apoyo de personas no vinculadas directamente, que han elaborado material y donado todo tipo de bienes para que de alguna manera, pueda contribuir a la difusión de su trabajo y mensaje.

A continuación se presenta la ubicación del Centro de rescate de animales silvestres en Petén y el parque de conservación de tortugas marinas en Chiquimulilla, Santa Rosa:



PROGRAMACIÓN

La información que a continuación se presenta fue dada por la Organización ARCAS, y muestra los programas que se llevan a cabo, con sus áreas de trabajo y actividades a realizar.

PROGRAMA	ÁREA DE TRABAJO	ACTIVIDADES
Ambientales	Conservación biodiversidad Desarrollo sustentable rural Educación ambiental Legislación y políticas ambientales Plantación y manejo de bosques Saneamiento ambiental	Asistencia técnica Difusión Gestión de políticas ambientales Protección
Artesanía	Tuza	Asistencia técnica
Educación	No formal	Capacitación técnica
Infraestructura social	Agua	Investigación
Investigativos	Agropecuaria Vida Silvestre	Asesoría Consultoría Formación Investigación aplicada Investigación experimental Investigación participativa Publicaciones



Capítulo 3



Propuesta Gráfica



INSTITUTO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Biblioteca Central

FUNDAMENTACION DE LAS PIEZAS GRAFICAS

El logotipo creado, representa la armoniosa y estrecha relación que existe entre las especies y sus protectores, mediante la representación de una huella animal, unida a la huella de una mano humana. Tales simbolos son abrazados por las siglas y el nombre completo de la organización.



La tipografía seleccionada para las siglas ARCAS, es una miscelánea extra-bold (*Lino Letter Cut Ragged*) en altas, llamativa y accesible para su lectura a distancia. La tipografía para la frase Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre es palo seco (Liddie) en altas, que armoniza con la miscelánea de ARCAS.

Todo el logotipo no utiliza más que un color: verde, con la finalidad de mantener una línea natural y sencilla, además de ser el color con más connotaciones ecológicas que se reconoce actualmente.

Por tratarse de una organización sin fines lucrativos y, por tanto, con fondos reducidos, se propone realizarlo a una sola tinta, lo cual reduce significativamente los costos de producción.

El slogan da a conocer de una forma cálida, optimista y muy afirmativa, la labor de la ONG, lo cual contribuye a la realización de sus objetivos.



3.1 PROCESO DE BOCETAJE

A continuación se presenta el proceso de bocetaje que dió como resultado las piezas gráficas propuestas a ARCAS para mejorar su imagen.

El primer paso fue diseñar el logotipo, pues el existente no cumplía con los requerimientos y necesidades que debe cubrir, por lo que se vió en la necesidad de crear uno nuevo, para partir de este hacia los demás elementos de la imagen corporativa.

Logotipos



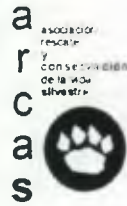
Logotipo original

Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre



Propuesta 1

Propuesta 2



Propuesta 3

Propuesta 4



El concepto de una huella animal que representara lo más generalmente posible a todas las especies animales, junto a la huella de una mano humana, las que representan la estrecha relación que existe entre las especies y sus protectores, nació desde un principio.

Sin embargo fue en la disposición de todos los elementos conformantes del logo donde se encontraron ciertas dificultades en el camino.

Las opciones anteriores fueron descartadas por distintas razones en cada caso, desequilibrio, falta de espacio para información, etc.

Finalmente se construyó una opción armoniosa y más moderna, que permaneciera sencilla y clara.



Propuesta Final



Propuesta Grafica



Playeras

Puesto que se ha tenido en cuenta el tipo de trabajo que realiza el equipo de ARCAS, los lugares donde se desenvuelve y la generalidad de sus conformantes, se ha sugerido únicamente un diseño para playeras y pantalonetas, vestuario más comúnmente utilizado para realizar sus labores. Teniendo presente que son indispensables los promocionales para el uso de materiales en cualquier evento.

Propuesta 1



Frente



Detrás



Propuesta Final



Pantaloneta

Propuesta 1



Propuesta Final



Gorra

Propuesta 1



Propuesta Final



Clavero

Propuesta 1



Propuesta Final



Señalización

Propuesta 1



Tiro

Propuesta Final



Tiro



Retiro



Retiro



Afiche

Propuesta 1



Propuesta 2

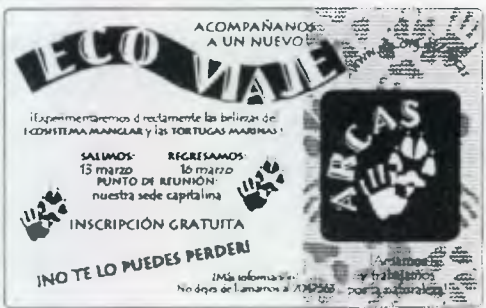


Propuesta Final



Volante

Propuesta 1



Propuesta Final



Sobre Membretado

Propuesta 1



Propuesta Final



Tarjeta de Presentación

Propuesta 1



Propuesta Final



Hoja Membretada

Propuesta 1



Propuesta Final



PROYECTO DE LA UNIVERSIDAD
 BIBLIOTECA CENTRAL
 AV. LA GUINERNA



Sobre Membretado

Propuesta 1

MEMO!

FECHA: _____ HORA: _____
 DE: _____
 PARA: _____
 ASUNTO: _____

Propuesta Final

MEMO

FECHA: _____ HORA: _____
 DE: _____
 PARA: _____
 ASUNTO: _____



Trifoliar

Propuesta 1

ARCAS

¡Amamos y trabajamos por la naturaleza!

¡ 30 años! de 1988 a 2018

¿QUÉ ES ARCAS?

La Asociación de rescate y conservación de la vida silvestre ARCAS es una organización no gubernamental sin fines de lucro dedicada al rescate de la fauna silvestre guatemalteca, y a su posterior reintroducción para evitar la extinción.

El departamento de educación tiene como finalidad crear una conciencia en la población estudiantil acerca de la problemática de los especies amenazadas y el medio ambiente en general.

NIVEL PRIMARIO	NIVEL SECUNDARIO
<ul style="list-style-type: none"> Bosque tropical y quienes habitan en él La tortuga marina y su hábitat El manglar Costa Sur Valpa ecológica Avifauna nativa Reptiles La monstruosa basura que afecta la planeta 	<ul style="list-style-type: none"> Los mamíferos Aves y mariposas Reptiles de Guatemala y accidentes aéreos

Propuesta Final

¡Amamos y trabajamos por la naturaleza!

¿ Más información? No dejes de llamar al 704-2562

ARCAS

ARCAS MOVIL

EDUCACIÓN PARA CONSERVAR

¿QUÉ ES ARCAS?

La Asociación de rescate y conservación de la vida silvestre ARCAS es una organización no gubernamental sin fines de lucro dedicada al rescate de la fauna silvestre guatemalteca, y a su posterior reintroducción para evitar la extinción.

El departamento de educación tiene como finalidad crear una conciencia en la población estudiantil acerca de la problemática de los especies amenazadas y el medio ambiente en general.

NIVEL PRIMARIO	NIVEL SECUNDARIO
<ul style="list-style-type: none"> Bosque tropical y quienes habitan en él La tortuga marina y su hábitat El manglar Costa Sur Valpa ecológica Avifauna nativa Reptiles La monstruosa basura que afecta la planeta 	<ul style="list-style-type: none"> Los mamíferos Aves y mariposas Reptiles de Guatemala y accidentes aéreos

TODOS LOS PAQUETES INCLUYEN:
 Presentación de diapositivas, pánflos de concientización, animales vivos y contacto con artefactos como pieles, plumas y cráneos.

Las sesiones duran 1 hora aprox para adarme rite y se acompañan de material para trabajar en clase (postes o libro de colorear para nivel primario y hojas de trabajo para nivel secundario).

Tiro



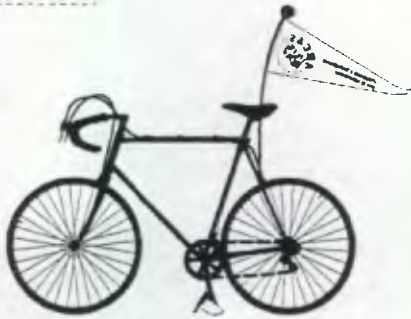
Propuesta Gráfica

Retiro



Bicicleta

Propuesta 1



Propuesta Final



Lancha

Propuesta 1



Propuesta Final



Pick-Up

Propuesta 1



Propuesta Final



Una vez definidos en la papelería el logotipo con su color y el slogan, la inclusión de éstos en el resto de elementos de la imagen corporativa resultó bastante sencilla. Siempre y cuando se guarde estricta unidad, los cambios se reducirán únicamente a la adaptación individual de los elementos según lo requiera cada pieza.





ASOCIACIÓN ARGENTINA DE CONSERVACIÓN DE LA VIDA SILVESTRE

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCS



LOGOTIPO



Tamaño proporcional: 100% alto x ancho, ajustable a cualquier medida.
Color: Pantone No. 340 CVC
Deben respetarse las proporciones.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS

SÍMBOLO



*Símbolo del logotipo.
No debe alterarse.*

**IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS**



NOMBRE

ARCAS
ASOCIACIÓN RESCATE Y CONSERVACIÓN DE LA VIDA SILVESTRE

ARCAS
Fuente: Lino LetterCut Ragged. Altas.

Asociación Rescate y Conservación de la Vida Silvestre
Fuente: Liddie. Altas

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



TIPOGRAFIA OFICIAL

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 (. , ; * ! i / ? +)

Tempus Sans ITC

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (. , ; * ! i / ? +)

Liddie

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (. , ; * ! i / ? +)**

LinoLetterCut

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890 (. , ; * ! i / ? +)**

LinoLetterCutRagged

Tempus Sans ITC
Fuente True Type.
Puede usarse en bold.
Para el slogan y textos.

Liddie
Fuente True Type.
Puede usarse en bold.
Para textos, subtítulos y frases de apoyo.

Lino LetterCut
Fuente True Type.
No debe usarse en bold.
Para titulares y frases de apoyo.

Lino LetterCutRagged
Fuente True Type.
No debe usarse en bold.
Para titulares.

Programas: Freehand, Corel

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



SLOGAN

¡Amamos
y trabajamos
por la naturaleza!

Tipografía: Tempus Sans ITC en altas y bajas.
Color: Verde establecido o blanco invertido.
Se coloca invariablemente en posición horizontal, pero puede justificarse según convenga.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



USOS DEL LOGOTIPO



Adaptaciones según se necesite:

- * Original
- * Invertido: Para su uso en fondo negro o verde.
- * Blanco y negro: Se sustituye el Pantone verde por el negro para diseños en B/N.
- * A línea.
- * A línea invertido.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



GUÍA PANTONE

20%

30%

50%

100%

Pantone 340 CVC

Composición CMYK

C: 100 M: 0 Y: 69 K: 15

Puede utilizarse en las pantallas adecuadas en papelería
y edificios.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



HOJA MEMBRETADA

8 1/2"



11"

U/S Mailing
Section 717
P.O. Box 50-7270
Miami, FL 33150-7270 U.S.A.
E-mail: C0002AA@inet.net

Ciudad de Guatemala
11 calle 6-46, Zona 2 01002
Guatemala, Centro América
Teléfono: (502)-27 269209

Santa Elena Petén
Guatemala, Centro América
Teléfono: (502)-91 900-077

Tamaño de la hoja: 8 1/2" x 11" plg.

Impresión: 133 lpi.

Color: pantone establecido para logo, membrete, y slogan,
para la pantalla al 20%.

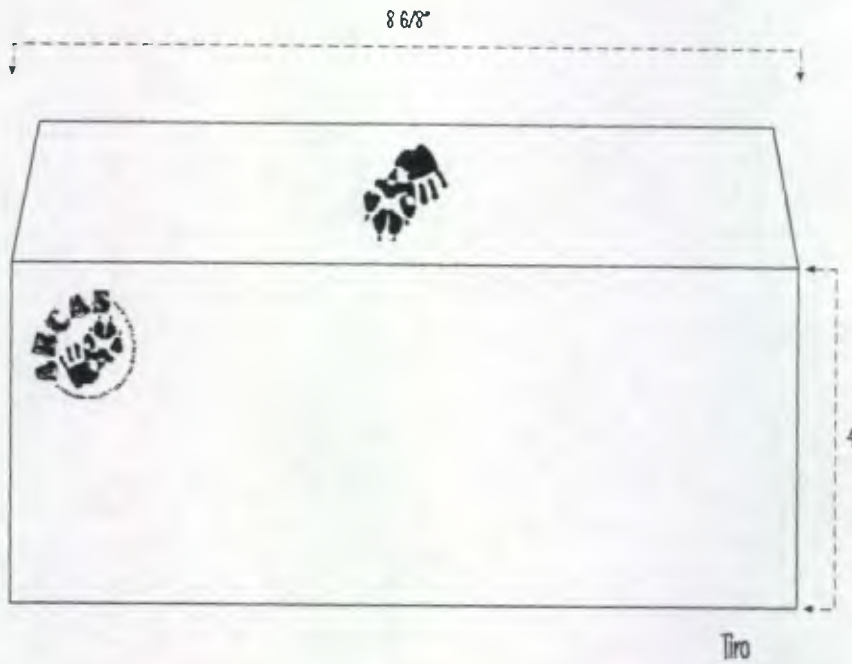
Tipografía: Tempus Sans ITC en 12

Altas y bajas.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



SOBRE MEMBRETADO



Tamaño del sobre: $8\ 6/8'' \times 4''$ plg.
Impresión: 133 lpi, papel kraft calibre 20, de grano fino.
Color: pantone establecido para logo, membrete, y slogan.
Tipografía: Tempus Sans ITC en 12 puntos, altas y bajas.

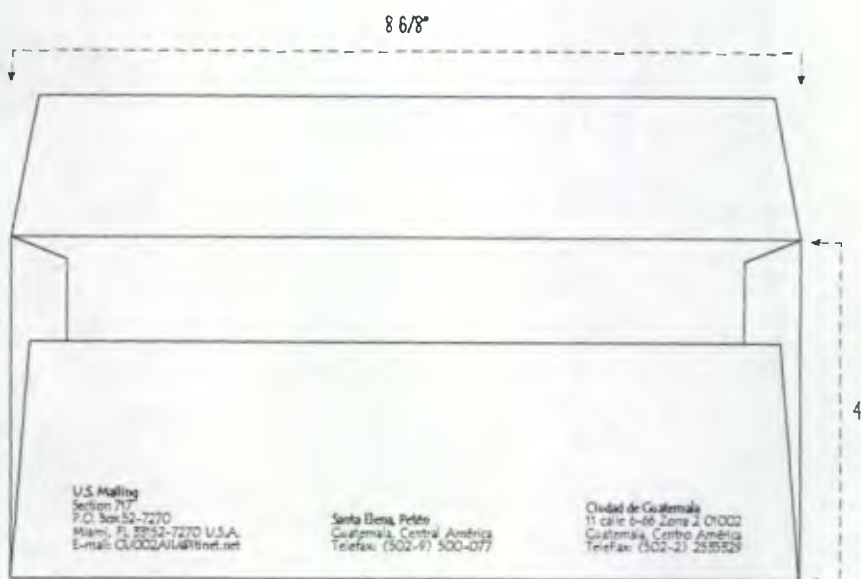


PROYECTO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
BIBLIOTECA CENTRAL

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



SOBRE MEMBRETADO



El sobre membretado será impreso en una cara a un color con el pantone establecido y será troquelado después.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



TARJETA DE PRESENTACIÓN



Papel: cartulina kraft, calibre 30 de grano fino.

Impresión: 133 lpi.

Color: pantone establecido para el logotipo, el nombre, cargo y membrete.

Tipografía: Tempus Sans ITC tamaño 14 para el nombre en bold, 10 para el cargo y 8 para dirección, teléfono, fax, ciudad.

En altas y bajas.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



MEMO



5 1/2"

MEMO

1/2"

1/2" FECHA: _____ HORA: _____

1/2" DE: _____

3" PARA: _____

ASUNTO: _____ 1/2"

2 3/8"

8 1/2"

5"

4 3/8"

Titular: LinoLetterCut. Altas en 36.
Texto: Liddie. Altas en 16, espaciado de 30% entre líneas.
Color: pantone establecido sólido para el texto y al 25% para el resto.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



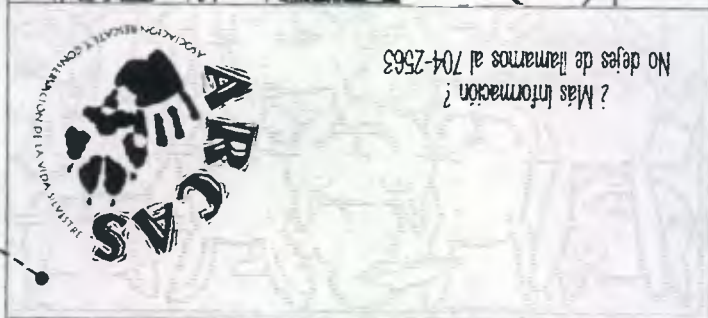
MUESTRA TRIFOLIAR PROMOCIONAL

Tiro

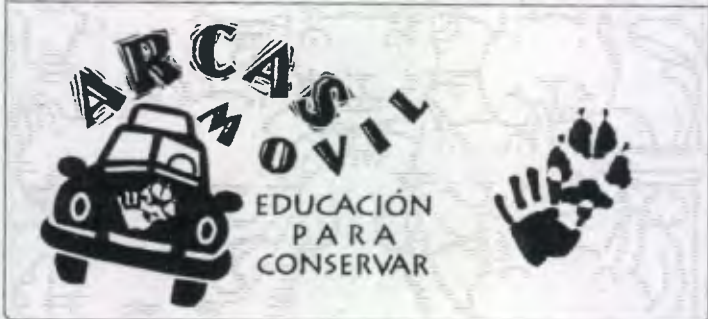
8 1/2"



Vitrujos, logotipo y texto.
100% Pantone 340 CVD



Fondo
100% Pantone 340 CVD



Trifoliar para darse a conocer y promocionar cualquier tipo de actividades ordinarias que se realizan con regularidad varias veces al año.

IMAGEN CORPORATIVA
ARCAS



MUESTRA TRIFOLIAR PROMOCIONAL

Retiro

8 1/2"

¿QUÉ ES ARCAS?

La Asociación de rescate y conservación de la vida silvestre, ARCAS, es una organización no gubernamental, sin fines de lucro dedicada al rescate de la fauna silvestre guatemalteca, y a su posterior reintroducción para evitar la extinción.

El departamento de educación tiene como finalidad crear una conciencia en la población estudiantil acerca de la problemática de las especies amenazadas y el medio ambiente en general.

NIVEL PRIMARIO

- Bosque tropical y quienes habitan en él.
- La tortuga marina y su habitat.
- El manglar Costa Sur
- Valija ecológica.
- Arqueología infantil.
- Reptiles
- La monstruosa basura que afecta tu planeta.

NIVEL SECUNDARIO

- Los murciélagos
- Aves y mamíferos
- Reptiles de Guatemala y accidentes ofídicos

TODOS LOS PAQUETES INCLUYEN:

Presentación de diapositivas, paneles demostrativos, animales vivos y contacto con artefactos como pieles, plumas y cráneos.

Las sesiones duran 1 hora aproximadamente y se acompañan de material para trabajar en clase (poster o libro de colorear para nivel primario y hojas de trabajo para nivel secundario).

El fondo será impreso en 10% de Pantone 340 CVC,
texto y dibujos serán impresos en 100% del mismo pantone.

IMAGEN CORPORATIVA
ARCAS



MUESTRA VOLANTE

8 1/2"

ACOMPAÑANOS
A UN NUEVO

ECO VIAJE

¡Experimentaremos directamente las bellezas del
ECOSISTEMA MANGLAR y las TORTUGAS MARINAS!

SALIMOS: 13 marzo  REGRESAMOS:
16 marzo

PUNTO DE REUNIÓN:
nuestra sede capitalina

INSCRIPCIÓN GRATUITA

¿Más información?
No dejes de llamarnos al 7042563

www.rds.org.gt/Arcas



¡Amamos
y trabajamos
por la naturaleza!

¡NO TE LO PUEDES PERDER!

5 1/2"

Para promocionar actividades que se
realizan con regularidad. Sólo tiro.
Tamaño: 8. 1/2" x 5. 1/2" plg.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



MUESTRA AFICHE PROMOCIONAL



Para promocionarse y
dar a conocer cualquier tipo
de información de interés social.
Tamaño: 11" x 17" plg.
Colocación Interior.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



SEÑALIZACIÓN PARQUES CONSERVACIONISTAS



Reproducción: Plancha de latón, sobre tubo base de acero con una altura de 1.80 mts.

Pintura de aceite color verde pino para el fondo, marco y figuras en blanco.

Colocación: Se cabará un agujero con una profundidad de 0.60 mts. en el que se introducirá el tubo de base de acero. El agujero se rellena con cemento.

Se colocarán a una distancia de 1.50 mts. del lugar de interés.

Indicaciones: se utilizará para identificar las zonas de los parques de conservación y cuarentena.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



Frente



No Fumar



No Ruido



Extintores



Comedor



Teléfonos



IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



PROMOCIONALES

Gorra

Gorra: de tela de manta beige o blanca.
Logotipo: Impreso en el frente, en color verde pino. (serigrafía)



Llavero



Llavero: plástico blanco.
Tiro: Logotipo impreso, en color verde pino.
Retiro: Slogan impreso, en color verde pino.

Mochila

Mochila: de tela de manta beige.
Logotipo: Impreso en el frente, en color verde pino. (serigrafía)



IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS

PROMOCIONALES

Pachón



Pachón: Plástico blanco.
Logotipo: Impreso en color verde pino. (serigrafía)

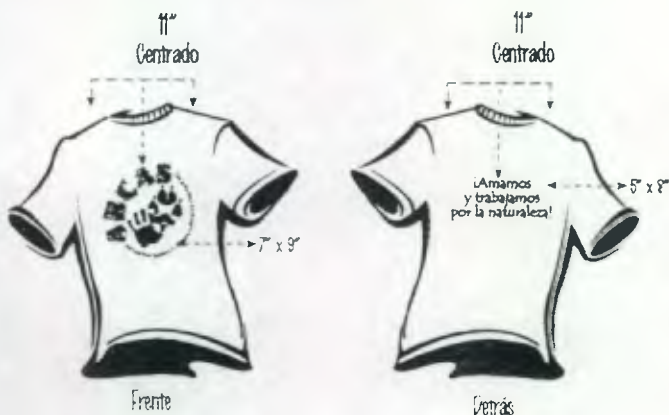
Taza



Taza: Cerámica blanca.
Logotipo y banda: Impreso en color verde pino. (serigrafía)

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS

VESTUARIO



Playera: de tela de punto, con mangas a medio brazo. Colores: blanca o beige. Logotipo: Impreso en el frente. Slogan: atrás, centrado impreso.



Pantalóneta: de manta beige. Logotipo: Impreso, centrado en la pierna izquierda, según medidas de la prenda. Las proporciones varían según las medidas de cada persona.



Pantalón: de lona, informal en color azul (sin el logotipo)

IMAGEN CORPORATIVA
ARCAS

VEHÍCULOS

Pintura: laca

Color: verde pino.

Los vehículos presentan el logotipo y el slogan.

El diseño para los vehículos puede adaptarse a cualquier tipo de automóvil.



Pick Up

El logotipo se ubica centrado en las puertas, según las proporciones de cada modelo.

El slogan se sitúa en dos líneas sobre laterales de la palangana.



Autobús

El logotipo se centra en el área disponible, proporcionado según medidas del área.

Slogan en dos líneas a la derecha de logotipo.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCA

VEHÍCULOS



Pintura: laca
Colores: verde pino y blanco
Rótulo de latón, para cualquier modelo de bicicleta sujeto con tornillos.



Pintura: de aceite
Color: verde pino.
Logotipo centrado a lo largo de los laterales de la lancha.
Elemento decorativo para adaptar a cualquier modelo, en verde establecido.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS

BASURERO



Basureros de latón.
Medidas: 70 cms. de ancho x 1 metro de altura.
Pintura: base de aceite.
Color: Verde pino y blanco.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



APLICACION DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Pick-Up



Pick- Up

El logotipo se ubica centrado en las puertas, según las proporciones de cada modelo.

El slogan va en dos líneas sobre laterales de la palangana.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS

APLICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Autobús



Autobús
El logotipo se centra en el área disponible.
Proporcionado según medidas.
Slogan en dos líneas a la derecha de logotipo.

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS

APLICACIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Bicicleta



Pintura: laca
Colores: verde pino y blanco
Rótulo de latón, para cualquier modelo de bicicleta, sujeto con tornillos

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS

A
Gorra



Gorra: de tela de mantita beige
o blanca.
Logotipo: Impreso en el frente,
en color verde pino. (serigrafía)

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS

APLICACION DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Vestuario Completo



Pantaloneta: de manta beige.
Logotipo: Impreso, centrado en la pierna izquierda, según medidas de la prenda.
Las proporciones varían según las medidas de cada persona.

Playera: de tela de punto, con mangas a medio brazo.
Colores: blanca o beige.
Logotipo: Impreso en el frente.
Slogan: atrás, centrado impreso.

Pantalón: de lona, informal en color azul. (sin el logotipo)

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



A
Vestuario



Retiro Playeras



IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



APLICACION DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Mochila



Mochila: de tela de manta beige.
Logotipo: Impreso en el frente, en
color verde pino. (serigrafía)

IMAGEN
CORPORATIVA
ARCAS



PRESUPUESTO ESTIMATIVO

A continuación se presenta un presupuesto del costo estimado de cada uno de los elementos de la imagen corporativa, los cuales varían dependiendo de las empresas que se contraten y la cantidad que se requiere. La organización debe analizar estos precios en función de su cartera.

	DESCRIPCIÓN	COLOR	CANT.	PRECIO UNI.	PRECIO TOTAL
1	Hoja Membretada carta		1000	Q. 0.16	Q. 160.00
2	Sobre membretado oficio		1000	Q. 0.18	Q. 180.00
3	Memo 8.5" x 5.5", 50 hojas.		20	Q. 14.30	Q. 286.00
4	Tarjeta de Presentación		500	Q. 0.70	Q. 350.00
5	Afiche	full color	300	Q. 6.71	Q. 2104.00
6	Afiche	2 colores	300	Q. 3.73	Q. 1120.00
7	Trifoliar	full color	1000	Q. 1.42	Q. 1420.00
8	Trifoliar	2 colores	1000	Q. 0.99	Q. 990.00
9	Volante	2 colores	500	Q. 0.50	Q. 250.00
10	Volante	1 color	500	Q. 0.29	Q. 147.00
11	Rótulos de señalización		10	Q. 275.00	Q. 2750.00
12	Playeras		100	Q. 15.00	Q. 1500.00
13	Pantalinetas		100	Q. 20.00	Q. 2000.00
14	Mochila		1	Q. 20.00	Q. 20.00
15	Pachón grande		100	Q. 12.00	Q. 1200.00
16	Llaveros impresos		100	Q. 0.50	Q. 50.00
17	Bicicleta		1	Q. 250.00	Q. 250.00
18	Pick-Up		1	Q. 950.00	Q. 950.00
19	Bus		1	Q. 1300.00	Q. 1300.00
20	Lancha convencional		1	Q. 500.00	Q. 500.00
21	Basureros		1	Q. 99.00	Q. 99.00
22	Tazas		50	Q. 8.00	Q. 400.00

Fuente: Elaboración propia.
Fecha: Febrero 2001



INSTITUTO DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
 Biblioteca Central



Capítulo

4

Comprobación de la eficacia de las piezas



4.1 ESTRATEGIA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

(Etapa de Convergencia)

Los datos que sirvieron para comprobar la eficacia del Manual de Normas Gráficas fueron obtenidos de la siguiente manera:

A toda persona encuestada, se le presentó previamente el Manual de Normas Gráficas; se le explicó en qué consiste y qué ventajas tiene para ARCAS contar con uno. Luego se procedió a pasarles el cuestionario.

Se encuestó a personal administrativo y directivo de la Organización, para lo cual se visitó la sede capitalina; también se llegó hasta Cuilapa, departamento de Santa Rosa, con objeto de obtener la opinión de personas no vinculadas con la organización, que podrían formar parte de su público objetivo, por tener ARCAS una subsede en dicho lugar.

El total de individuos encuestados es de 100.

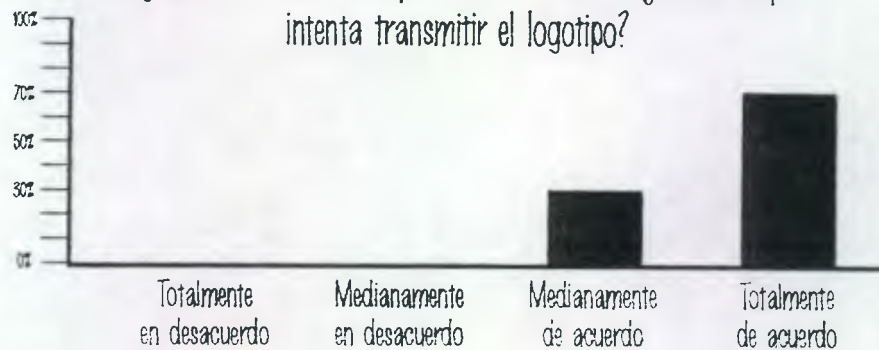
Las preguntas de la encuesta han sido dirigidas a diagnosticar la aceptación o no del logotipo y los elementos de la imagen corporativa. Se trata de preguntas directas con respuestas directas. (V. anexos)

4.2 ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

A continuación se presenta la interpretación de los resultados obtenidos.

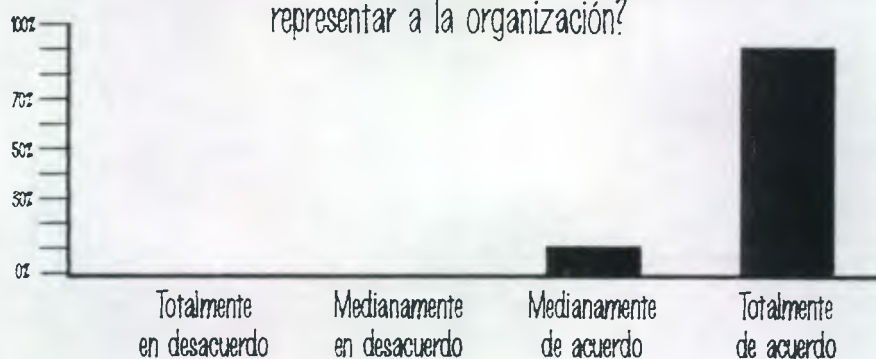


Pregunta 1. ¿Considera que es claro el mensaje e idea que intenta transmitir el logotipo?



70% se manifestó totalmente de acuerdo, y 30% medianamente de acuerdo.

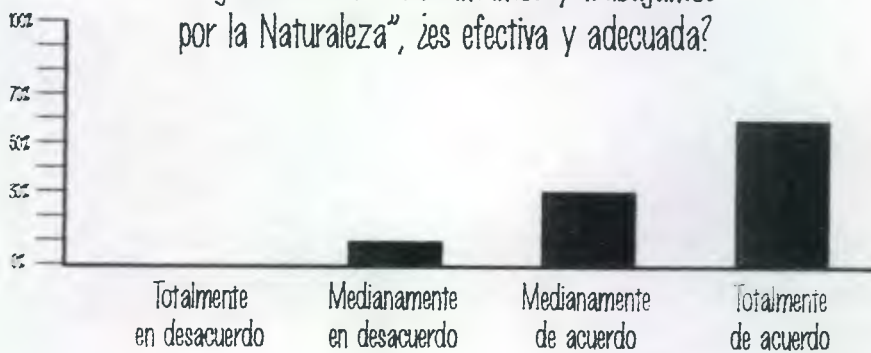
Pregunta 2. ¿Considera que el logotipo propuesto es adecuado para representar a la organización?



90% se manifestó totalmente de acuerdo, y 10% medianamente de acuerdo.

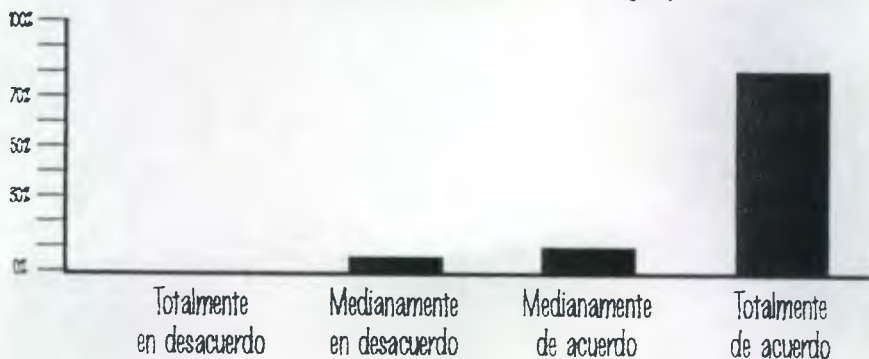


Pregunta 3. La frase "Amamos y trabajamos por la Naturaleza", ¿es efectiva y adecuada?



60% se manifestó totalmente de acuerdo, 30% medianamente de acuerdo, y 10% medianamente en desacuerdo,

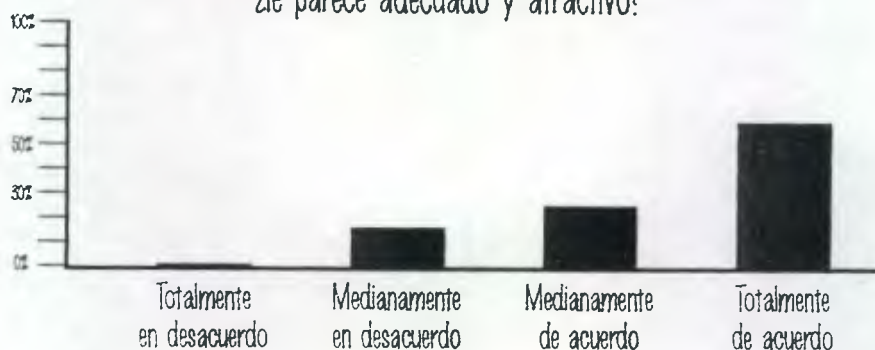
Pregunta 4. ¿Le parece atractivo el logotipo?



60% se manifestó totalmente de acuerdo, 25% medianamente de acuerdo, y 15% medianamente en desacuerdo.

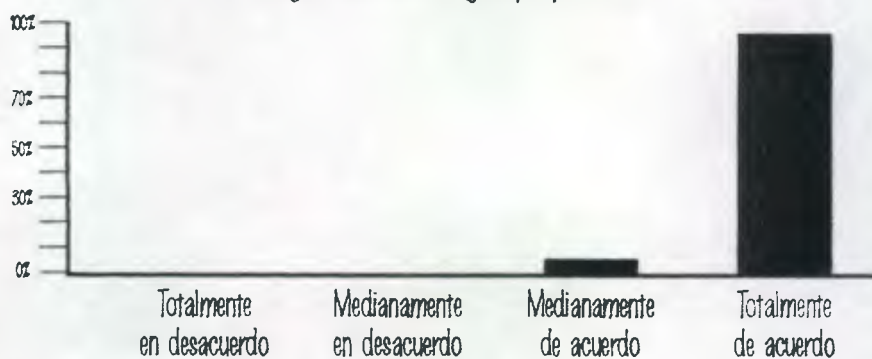


Pregunta 5. El color que figura en todo el material, ¿le parece adecuado y atractivo?



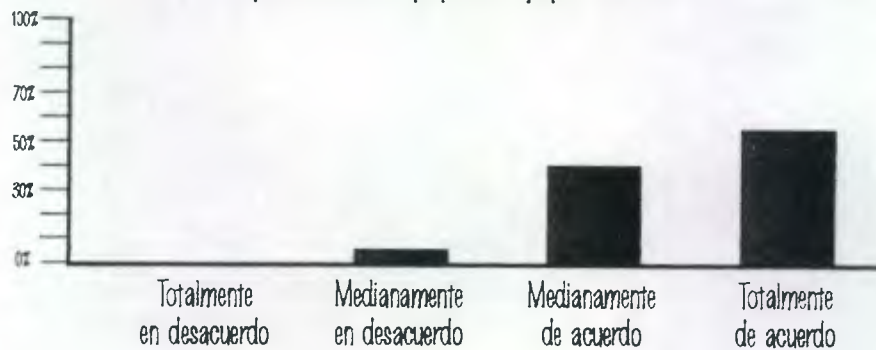
60% se manifestó totalmente de acuerdo, 25% medianamente de acuerdo, y 15% medianamente en desacuerdo.

Pregunta 6. ¿Considera que ARCAS se dará a conocer mejor con la imagen propuesta?



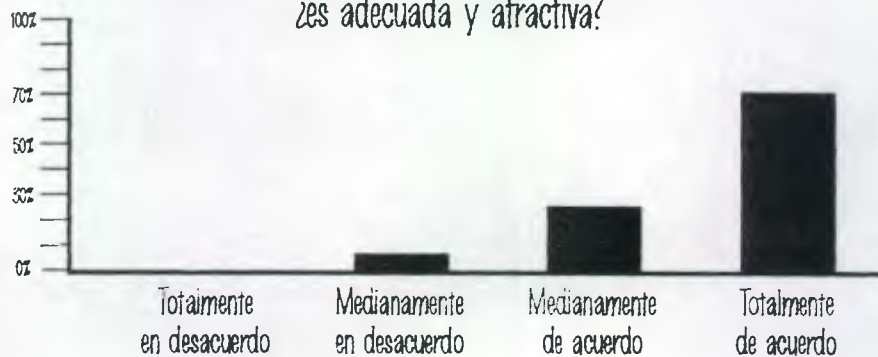
95% estuvo totalmente de acuerdo, y 5% se manifestó medianamente de acuerdo.

Pregunta 7. ¿Considera apropiado el papel propuesto para la impresión de la papelería y publicidad?



55% se manifestó totalmente de acuerdo, 40% medianamente de acuerdo, y 5% medianamente en desacuerdo.

Pregunta 8. La imagen corporativa que se propone a través del Manual de Normas Gráficas, ¿es adecuada y atractiva?




70% se manifestó totalmente de acuerdo, 25% medianamente de acuerdo, y 5% medianamente en desacuerdo.

Con base en los resultados de la encuesta de la propuesta de imagen corporativa presentada, se concluye que queda comprobada la eficacia de la misma, reunida en el Manual de Normas Gráficas, finalizando aquí el proceso de validación.



CONCLUSIONES

La imagen corporativa es un potente lenguaje que se debe saber utilizar para llegar por medio de ella a los alcances que la misma puede tener.



Una imagen corporativa eficaz es el resultado de un amplio estudio sobre la empresa u organización que la necesita. De esta forma se conoce al público objetivo, el tipo de mensaje que necesita enviar, la competencia con la que debe lidiar, etc. Sólo así puede trabajar sobre una base de conocimientos que proporcionan en sí mismos las claves para construir una imagen sólida y fructuosa.

Se puede concluir, con base en los resultados de las encuestas, que las piezas gráficas propuestas a ARCAS para mejorar su imagen son eficaces y funcionales para optimar y elevar su nivel de proyección.


Logrando dar a conocer la misión ecológica de ARCAS, concientizando a la población sobre la importancia de rescatar, rehabilitar y reintroducir especies de la fauna silvestre, proyectando efectivamente el mensaje conservacionista de la organización.

El nuevo logotipo reafirmará la función de ARCAS dentro de la sociedad, e introducirá mejor su imagen entre quienes tengan contacto alguno con tal organización.

El bajo costo de realización de las piezas gráficas propuestas es un factor que las convierte en un proyecto realizable.



RECOMENDACIONES



Toda organización, empresa o institución debiera poseer un Manual de Normas Gráficas, puesto que tal pieza constituye una herramienta mediante la que se puede obtener significativos resultados de proyección y posicionamiento dentro de su público objetivo. Este sistema automáticamente brinda solidez y confiabilidad a una empresa que intenta darse a conocer y que desea permanecer en el mercado y en la mente de sus receptores.

La imagen corporativa de una ONG puede ser renovada, dado el caso, es recomendable que ello se lleve a cabo dentro de un período no menor de 10 años.

Para una ONG que necesita promulgar su misión, es importante que en su imagen corporativa figuren elementos plenamente reconocibles, e incluso con los que el público se logre identificar, para lograr efectos positivos en su proyección.



BIBLIOGRAFIA

ENCICLOPEDIAS INTERACTIVAS EN CD ROM:

Microsoft Encarta, 2000

SoftKey Infopedia 21, 1999

Time Life 1999

LIBROS:

Leslie, Murphy

1990

Imagen Corporativa. México 4a Ed.

Anaya. 102 Pg.

CEAC

1994

La Letra. Barcelona, España 3a Ed. Grupo Editorial

CEAC. 298 Pg.

Tyler

1983

Arquitectura del Anuncio. Barcelona, España 6a Ed

Las Ediciones del Arte LEDA. 101 Pg.

Tórtola Julio

2000

Métodos del Diseño para Diseñadores Gráficos. FARUSAC

96 Pg.

Febvre, L.

1985

La Tierra y la evolución humana. México. 4 Ed.

Ediciones UTHEA. 256 Pg.

Hall, P.

1980

Las grandes ciudades y sus problemas. Madrid. 3a Ed.

Mac Graw-Hill-Guadarrama. 198 Pg.

Sorre, Max

1982

El hombre en la Tierra. Barcelona. 5 Ed.

Labor. 208 Pg.

INÉDITOS TESIS

Cifuentes, Mónica

1999

Diseño de un folleto y diapositivas como material

didáctico para la enseñanza de la Imagen Corporativa.

USAC. Guatemala. Proy. de Graduación 117 Pg.

Paz, Eva y Lavagino

Flor 1995

Diseño y elaboración de un Manual de Técnicas

Gráficas y aplicación creativa de la letra. USAC.

Guatemala. Proy. de Graduación. 95 Pg.

Herrera, Wendy

1999

Identidad Corporativa del grupo Artesanal Madera

Decorativa Ciudad Vieja. USAC. Guatemala. Proy.

de Graduación. 108 Pg.

INÉDITOS DOCUMENTOS

Marcia de Rendón

Doc. de apoyo para la clase de Seminario de

Graduación. 3 Pg.



GLOSARIO

AGRICULTURA INTENSIVA

Método agrícola por el cual se aplica un gran volumen de trabajo y capital a un espacio dado de tierra.

ANALOGÍA:

Relación de semejanza entre cosas distintas.

ARMONÍA:

Conveniente proporción y concordancia de una cosa con las otras.

ASESOR:

Término que describe un grupo independiente de diseñadores que trabajan para varios clientes en proyectos determinados.

BOCETO:

Serie de bosquejos a través de los cuales se llega a un arte final. Bosquejo rápido de un layout.

BOSQUE:

Comunidad vegetal, predominantemente de árboles u otra vegetación leñosa, que ocupa una gran extensión de tierra.

CONVENCIÓN:

Ajuste y concierto entre dos o más personas o entidades.

ESPECIE:

Conjunto de cosas semejantes entre sí por tener uno o varios caracteres comunes. Cada uno de los grupos en que se dividen los géneros y que se componen de individuos que tienen caracteres comunes por los que se asemejan entre sí y se distinguen de las otras especies.



ROSIÓN:

Desmenuzamiento de las rocas en fragmentos cada vez más pequeños, debido a la acción de agentes geológicos. Se clasifica según el tipo de agente que la provoca.

ILUSTRACIÓN:

Foto, dibujo o cuadro que expresa gráficamente un mensaje o que actúa como interés principal para conducir la atención hacia el texto; por ella puede ser expresada directa o indirectamente la idea de un anuncio.

LAYOUT:

Disposición de texto e imágenes de una página.

LINEA:

Trazo continuo visible o imaginario que separa dos cosas continuas.

LITOGRAFÍA:

Medio de impresión para reproducción económica y de gran tiraje.

MANUAL:

Libro que compendia lo más sustancial de un material.

MARGEN:

Espacio blanco de arriba, abajo, hacia adentro de la página y afuera.

MÉTODO:

Proceso ordenado para llegar a un resultado final determinado.

PANTONE:

Guía de tonos de color formados por mezclas codificadas por números, letras y nombres.

PROPUESTA:

Proposición o idea que se manifiesta y ofrece para un fin. Consulta de uno o más sujetos hecha al superior para un empleo o beneficio.

TOPOGRAFÍA:

Ciencia de representar gráficamente sobre un plano una superficie de un terreno.



Anexos



El objetivo de la presente encuesta es conocer su opinión respecto del material gráfico que se le presenta, el cual constituye una propuesta gráfica para mejorar la imagen corporativa de ONG ARCAS.

1. ¿Considera que es claro el mensaje e idea que intenta transmitir el logotipo?

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

2. ¿Considera que el logotipo propuesto es adecuado para representar a la organización?

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

3. La frase: "Amamos y trabajamos por la Naturaleza", ¿es efectiva y adecuada?

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

4. El color que figura en todo el material, ¿le parece adecuado y atractivo?

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

5. ¿Le parece atractivo el logotipo?

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

6. ¿Considera que ARCAS se dará a conocer mejor con la imagen propuesta?

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

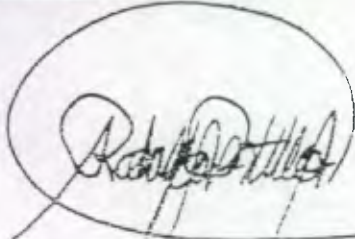
7. ¿Considera apropiado el papel propuesto para la impresión de la papelería y publicidad?

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

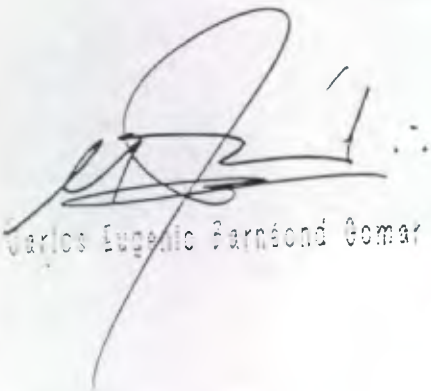
8. La imagen corporativa que se propone a través del Manual de Normas Gráficas, ¿es adecuada y atractiva?

Totalmente en desacuerdo	Medianamente en desacuerdo	Medianamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

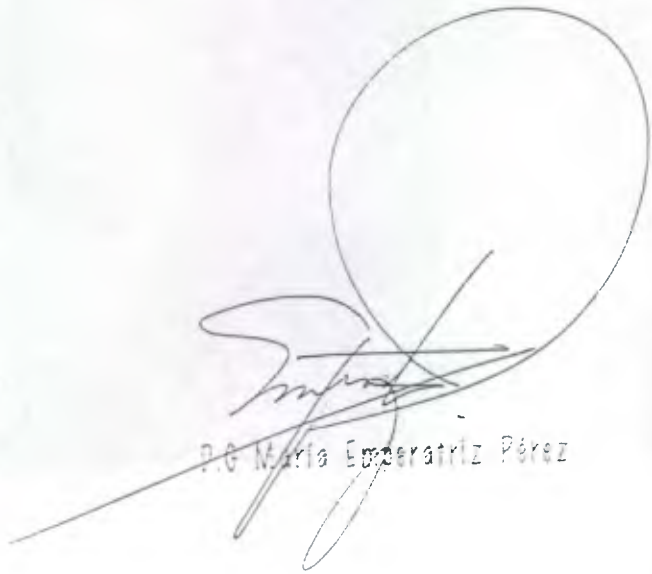
IMPRIMASE



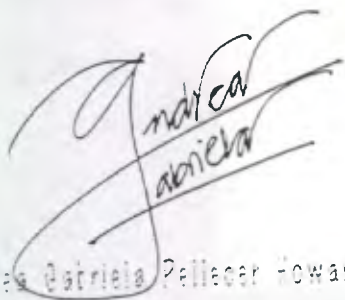
Arg. Rodolfo Alberto Portillo Arriola



Lic. Carlos Eugenio Barnéond Gomar



P.O. María Esperatriz Pérez



Andrea Gabriela Pellicer Howard



Wendy Elizabeth Gutiérrez Pérez