





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

PROPIUESTA DE IMAGEN CORPORATIVA

DE LA ASOCIACIÓN DE ORGANIZACIONES DE DESARROLLO METROPOLITANAS
- ASODEM -

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado por

Heidy Elizabeth Tzoc Echeverría
Deisy Jocabed Vásquez Orozco

9711165
9514385

Previo a optar el Título de

TÉCNICO PROFESIONAL EN DISEÑO GRÁFICO

Guatemala, mayo de 2005

INDICE

Presentación	Pág. 13
Introducción	Pág. 15
Objetivos	Pág. 17
general	Pág. 17
específicos	Pág. 17
CAPÍTULO I	Pág. 19
1.1 Planteamiento del problema	Pág. 21
1.2 Justificación del problema	Pág. 21
1.2.1 Magnitud	Pág. 21
1.2.2 Trascendencia	Pág. 21
1.2.3 Vulnerabilidad	Pág. 21
1.2.4 Factibilidad	Pág. 22
1.3 Perfil del cliente	Pág. 22
1.3.1 ASODEM	Pág. 22
1.3.2 ¿Qué es Visión Mundial Internacional?	Pág. 22
1.3.3 ¿Qué es Visión Mundial Guatemala?	Pág. 23
1.3.4 ¿Quiénes forman parte de ASODEM?	Pág. 25
1.3.5 ¿Cuáles son sus programas?	Pág. 25
1.3.5.1 Círculos juveniles	Pág. 25
1.3.5.2 Salud	Pág. 26
1.3.5.3 Educación	Pág. 26
1.3.5.4 Gestión comunitaria y administrativa	Pág. 26
1.3.6 Ubicación geográfica	Pág. 28
1.3.7 Ubicación de la oficina administrativa de ASODEM	Pág. 28
1.3.8 Misión de ASODEM	Pág. 29
1.3.9 Propósitos y actividades principales	Pág. 29
1.3.10 Características generales de la población que atiende ASODEM	Pág. 29
1.3.10.1 Nivel socio-económico	Pág. 29
1.3.10.2 Cantidad que personas que atiende la asociación por distribución de sexo	Pág. 30
1.3.10.3 Nivel de escolaridad	Pág. 30
1.3.11 Necesidades de comunicación visual que enfrenta ASODEM	Pág. 32

CAPÍTULO II	Pág. 35
2.1 Propuesta gráfica justificada	Pág. 37
2.1.1 Grupo objetivo	Pág. 37
2.2 Método de diseño	Pág. 37
2.2.1 Etapa racional – investigación y análisis	Pág. 37
2.2.2 Etapa creativa – elaboración del diseño	Pág. 37
2.2.3 Etapa evaluativa – implementación del diseño	Pág. 38
2.2.3 Etapa constructiva – aplicación del diseño	Pág. 38
2.3 Proceso de bocetaje	Pág. 38
2.3.1 Datos generales	Pág. 38
2.3.2 Proceso de bocetaje	Pág. 39
2.3.2.1 Evaluación del logotipo existente	Pág. 39
2.3.2.2 Pre-bocetos imagen de marca	Pág. 43
2.3.2.3 Bocetos imagen de marca	Pág. 44
2.3.2.4 Boceto final imagen de marca	Pág. 45
2.3.2.5 Slogan	Pág. 46
2.3.2.6 Colores corporativos	Pág. 47
2.3.2.7 Tipología corporativa	Pág. 48
2.3.2.8 Pre-bocetos y bocetos papelería comercial	Pág. 51
2.3.2.8.1 Hoja membretada	Pág. 51
2.3.2.8.2 Sobre membretado	Pág. 52
2.3.2.8.3 Tarjeta de presentación	Pág. 53
2.3.2.8.4 Boceto final papelería comercial	Pág. 54
2.3.2.9 Pre-bocetos y bocetos papelería administrativa	Pág. 55
2.3.2.9.1 Memo	Pág. 55
2.3.2.9.2 Fax	Pág. 56
2.3.2.9.3 Factura	Pág. 57
2.3.2.9.4 Recibo de caja	Pág. 58
2.3.2.9.5 Cuenta de monetarios	Pág. 59
2.3.2.9.6 Nota de envío	Pág. 60
2.3.2.9.7 Boleta liquidación de sueldos	Pág. 61
2.3.2.9.8 Contraseña de pago	Pág. 62
2.3.2.9.9 Vale y vale de caja chica	Pág. 63
2.3.2.9.10 Control de existencias	Pág. 64

2.3.2.9.11	Comprobante de diario	Pág. 65
2.3.2.9.12	Comprobante de depósito	Pág. 66
2.3.2.9.13	Hoja de control bancario	Pág. 67
2.3.2.9.14	Cuadro de análisis de proveedores	Pág. 68
2.3.2.9.15	Solicitud de suministros	Pág. 69
2.3.2.9.16	Nota de cargo por donación	Pág. 70
2.3.2.9.17	Tarjeta de responsabilidad	Pág. 71
2.3.2.9.18	Reporte personal de gastos	Pág. 72
2.3.2.9.19	Cronograma semanal de actividades	Pág. 73
2.3.2.9.20	Historial del niño	Pág. 74
2.3.2.10	Pre-bocetos y bocetos material publicitario y promocional	Pág. 75
2.3.2.10.1	Afiche	Pág. 77
2.3.2.10.2	Trifoliar	Pág. 78
2.3.2.10.3	Volante	Pág. 79
2.3.2.10.4	Boletín informativo	Pág. 80
2.3.2.10.5	Diploma	Pág. 81
2.3.2.10.6	Carpeta o folder	Pág. 82
2.3.2.10.7	Rótulo de identificación en instalaciones ASODEM	Pág. 83
2.3.2.10.8	Rótulo de identificación en vehículo de ASODEM	Pág. 84
2.3.2.10.9	Playera y gorra	Pág. 85
2.3.2.10.10	Lápiz, lapicero y llavero	Pág. 86
2.3.2.10.11	Calcomanías	Pág. 88
2.3.2.11	Pre-bocetos y bocetos Manual de Normas Gráficas	Pág. 89
2.3.2.11.1	Portada	Pág. 89
2.3.2.11.2	Páginas interiores	Pág. 90
2.3.2.12	Manual de Normas Gráficas	Pág. 91

CAPÍTULO III

3.1	Comprobación de la eficacia de las piezas	Pág. 139
3.1.1	Estrategia aplicada a la recolección de datos	Pág. 139
3.1.2	Perfil del informante	Pág. 139
3.1.3	Descripción de la encuesta	Pág. 139
3.1.4	Resultados de la encuesta	Pág. 139
3.1.4.1	Análisis de datos	Pág. 139

Conclusiones	Pág. 141
Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta	Pág. 145
Bibliografía	Pág. 151
Glosario	Pág. 155
Anexos	Pág. 161



NÓMINA DE AUTORIDADES

Dr. M. V. Luis Alfonso Leal Monterroso
Rector Magnífico Universidad de San Carlos de Guatemala

**JUNTA DIRECTIVA FACULTAD DE
ARQUITECTURA**

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano

Arq. Jorge Arturo González Peñate
Vocal I

Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez
Vocal II

Arq. Jorge Escobar Ortiz
Vocal III

Br. Hellen Denisse Camas Castillo
Vocal IV

Br. Juan Pablo Samayoa García
Vocal V

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario

TRIBUNAL EXAMINADOR

Arq. Salvador René Galvez Mora
D.G. Sonia Jeanneth Trejo Pérez
D.G. Jorge Daniel Samayoa Borrallo

ASESORES

Arq. Brenda María Penados Baldizón
D.G. Francisco Javier Corado Rivera



DEDICATORIA

“Mas a Dios gracias, el cual nos lleva siempre de triunfo en Cristo Jesús, y por medio de nosotros manifiesta en todo lugar el olor (o fragancia) de su conocimiento”

2 Corintios 2:14

La realización de este proyecto no es más que la oportunidad de servir a otros con los dones (habilidades) que Dios ha puesto a nuestro cuidado, que nos hacen ser individuales y complementarios unos con otros.

El triunfo hoy alcanzado es el trabajo no solo de dos personas, sino de un grupo de personas que por amor al servicio y al arte han compartido conocimientos que nos llevan hoy a concluir este proyecto. Apreciamos y agradecemos el apoyo que ASODEM nos brindó cada vez que tocábamos su puerta.

Un fuerte trabajo de revisión y dedicación, además de paciencia y comprensión recibimos de nuestros asesores quienes sin dudar un momento nos han apoyado.

Y lo más importante ha sido la sabiduría que proviene de Dios, porque sin ÉL nada es posible.

... Un agradecimiento muy especial a mis padres quienes se han esforzado en apoyarme a lo largo de mi carrera. A mi esposo Selvin por su comprensión y cuidados.

¡Gracias Glenda y Adela por desvelarse conmigo! Y no puedo dejar de agradecer a mi jefe Alejandro Medina por su comprensión y apoyo en la realización de este proyecto. Deisy, gracias por tu amistad y apoyo incondicional.

Heidy

... Y de manera personal quiero agradecer a mi esposo quien ha sido paciente, comprensivo y dispuesto a darme de su tiempo para lograr esta meta.

A mi hija Katia, a mi familia que siempre me ha animado a terminar lo que inicio. A mi amiga Heidy que ha sido clave en la realización de este proyecto. ¡Y por supuesto a usted que hoy se goza conmigo!

Deisy

PRESENTACIÓN

El presente proyecto hace un planteamiento del problema que enfrenta la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas – ASODEM - en relación con la imagen corporativa no definida hasta el momento.

El principal motivo que nos llevó a realizar este proyecto fue ver la necesidad que la asociación tenía de definir de forma concreta la manera en que desea ser vista y reconocida por otros, especialmente aquellos con quienes tiene relación directa o de quienes espera tener una relación de servicio y trabajo. El proyecto se realizó con la implementación del método de cuatro etapas dividido en tres capítulos.

En el capítulo I se plantea y justifica el problema, así como se define el perfil de cliente y se identifican las necesidades de comunicación visual que enfrenta ASODEM.

En el II se presenta la propuesta gráfica justifica, en la cual se define el grupo objetivo, se plantea el método de diseño a implementar y se procede al proceso de bocetaje de las piezas gráficas que conforman la nueva propuesta de imagen corporativa, incluyendo bocetos y bocetos finales con su justificación.

Al final del proyecto, en el III se dan a conocer los resultados obtenidos de las encuestas para la validación de las piezas gráficas la cual fue satisfactoria en beneficio de la asociación. Se presentan las conclusiones del proyecto y las fuentes que sirvieron de base para la implementación del mismo.

Es importante reconocer la importancia del diseño gráfico en la comunicación porque permite de una forma visual transmitir las ideas y valores que un individuo u organización desean plasmar en un papel.

INTRODUCCIÓN

La propuesta de imagen corporativa de la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas – ASODEM – es un proyecto que tiene como finalidad elaborar como primer paso el rediseño de la imagen de marca con que cuenta la asociación, que sea efectivo y eficaz, y que logre posicionarla en la mente de sus afiliados.

Esta asociación es parte de otra organización llamada “Visión Mundial Internacional” que trabaja a nivel nacional e internacional en bienestar de las familias guatemaltecas por medio del desarrollo comunitario enfocado primordialmente en la niñez.

ASODEM tiene como expectativa implementar una imagen de marca que le ayude a definir y reglamentar la forma en que ha de presentarse ante otras entidades e individuos, para lo cual necesita hacer uso del recurso que le provee el diseño gráfico.

Para satisfacer la necesidad que presenta la asociación hemos rediseñado el logotipo y hemos creado un conjunto de piezas gráficas que darán una nueva imagen clara, ordenada y sencilla que está definida, paso a paso, en un Manual de Normas Gráficas. Dicho material fue validado por medio de una encuesta la cual dio resultados positivos de aceptación al evaluar varios aspectos del diseño gráfico que juntos nos llevan a crear una familia de elementos que tienen unidad entre sí.

El primer paso para este cambio es la entrega de los artes finales a la asociación de todas las piezas gráficas que conforman la propuesta de imagen corporativa. La asociación está muy interesada en implementar la nueva propuesta y se están haciendo las averiguaciones legales para informarse de lo que conlleva el cambio de marca y poder así dar paso a una nueva etapa en la vida de ASODEM.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar la imagen corporativa de la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas -ASODEM-, que le permita tener un mejor posicionamiento en la sociedad guatemalteca.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Rediseñar el logotipo ya existente para la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas ASODEM.
- Creación de un conjunto de piezas gráficas relacionadas entre sí y regidas por normas específicas tales como: color, forma, estilo, tamaño, etc., que transmitan un mensaje claro para su fácil memorización.
 - Papelería membretada comercial.
 - Papelería administrativa.
- Creación de un manual de normas gráficas que establezca medidas estándares, aplicables al diseño de piezas gráficas, que representarán a dicha asociación y que a su vez permitirán la uniformidad y el orden de las mismas.
- Creación de piezas gráficas alternativas para la promoción y divulgación de los programas que se promueven en ASODEM.

Planteamiento Del Problema



CAPÍTULO I

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En este momento, ASODEM no cuenta con una imagen corporativa diseñada que le permita implementar piezas gráficas en unidad idóneas para dar una nueva y buena imagen. El logotipo que utilizan actualmente en toda la papelería administrativa, en los documentos de información que publican así como en los documentos internos, es la única pieza gráfica con que cuentan que los identifica como una organización no lucrativa de apoyo social.

El diseño de este logotipo no facilita su memorización e identificación; es ilegible por la cantidad de elementos que lo integran, dando como resultado la falta de una imagen unificada. Esto de alguna manera no ha contribuido a lograr un posicionamiento del mismo en la mente de sus afiliados, en las comunidades apoyadas y otras organizaciones afines.

Debido a esta situación, es conveniente rediseñar el logotipo y crear la imagen corporativa para esta asociación, que contribuirá a la fácil recordación e identificación de la misma. Unificará el diseño de la papelería comercial y administrativa. Unificará a su imagen en piezas gráficas. Unificará la publicación y divulgación de sus programas dirigidos a su grupo objetivo de manera consistente, regido por un manual de normas gráficas.

La asociación ha implementado algunos materiales gráficos que hasta el momento no siguen una línea de trabajo definida, cada pieza es independiente, lo que hace necesario la creación de la imagen de la asociación. Se busca llegar a la mente de hombres, mujeres y niños que están relacionados con la asociación y ellos a su vez puedan identificarse con la misma.

Por tal motivo se rediseñará el logotipo. Se creará la **imagen corporativa a través de un manual de normas gráficas para la Asociación de Desarrollo de Comunidades Metropolitanas ASODEM**, proyecto de investigación desarrollado en la ciudad de Guatemala, en el período de marzo – octubre 2004.

1.2 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Magnitud:

Esta organización apoya a cuatro comunidades: San Pedro Ayampuc, Chinautla, Palencia y Canalitos (Guatemala zona 18). Alcanza una población de 1,207,254 personas aproximadamente, entre hombres y mujeres, patrocinando aproximadamente 5,000 niños en las comunidades apoyadas, que tienen relación directa o indirecta con los programas, proyectos o actividades de la misma.

1.2.2 Trascendencia:

La ausencia de una imagen corporativa unificada, funcional y bien desarrollada para la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas -ASODEM-, ha repercutido en la ausencia de posicionamiento en la mente de hombres, mujeres y niños, que son la población que atienden, así como en otras organizaciones afines, organizaciones de apoyo y donantes.

Es de vital importancia que para ASODEM se cree una imagen corporativa que ayude a erradicar la ausencia de material gráfico unificado, que sirve como de base a la promoción y divulgación de programas y que éstos a su vez, sean un complemento al trabajo de comunicación que realiza la asociación.

1.2.3 Vulnerabilidad:

La elaboración de este documento de imagen corporativa

ayudará a crear unidad en los elementos de comunicación y divulgación de la misión y visión de la asociación.

1.2.4 Factibilidad:

Esta organización tiene la estructura administrativa para la elaboración de este proyecto de comunicación. Cuentan con una oficina, personal capacitado, programas y proyectos establecidos, así como recursos económicos para la impresión de las piezas que se diseñen en el proyecto.

1.3 PERFIL DEL CLIENTE

Las asociaciones son grupos de personas constituidas para realizar actividades con un fin común, establecidas bajo leyes, que no persiguen un lucro, sino el buen funcionamiento y uso de los recursos con que cuentan en bienestar de las comunidades o grupo de personas para quienes fueron instituidas.

Las asociaciones deben tener ciertas características fundamentales que les permitan trabajar con capacidad y eficiencia.¹

- Tener un grupo objetivo definido
- Objetivos y actividades comunes
- Funcionamiento democrático
- No lucrativas
- Independientes

Las asociaciones aún cuando no son organizaciones con fines de lucro pueden manejar un excedente en las donaciones que reciben las cuales deben utilizarse para cumplir con los objetivos que se han fijado.

Las Asociaciones que tienen utilidad pública deben tener fines

que promuevan el interés general, que sean de carácter cívico, educativo, cultural, científico, sanitario, con valores que promuevan los derechos humanos y la asistencia social, la igualdad de oportunidades (hombres, mujeres, niños) y el voluntariado social. Su actividad debe ser dirigida en beneficio de sus socios y de todos aquellos que tengan relación directa o indirecta con la misma.

Para efectos de la realización de este proyecto, estudiaremos específicamente las características del grupo de personas relacionadas a *ASODEM*. Esta asociación trabaja directamente con hombres, mujeres y niños comprendidos entre los 0 - 80 años de edad, de un nivel socioeconómico C, D y E², pertenecientes a un grupo étnico indígena y no indígena.

1.3.1 ASODEM

Es la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas que surgió como una estrategia de trabajo de la Fundación Visión Mundial Guatemala, “... **que es una organización cristiana no gubernamental que forma parte de Visión Mundial Internacional (World Vision). La Fundación apoya el desarrollo de comunidades pobres y excluidas del país, enfocada fundamentalmente en la niñez.**”³

1.3.2 ¿Qué es Visión Mundial Internacional?

Visión Mundial Internacional, nació en Portland, Oregon, Estados Unidos, en 1950, como una iniciativa del evangelista estadounidense Bob Pierce, después de una visita que hizo a China en el año de 1947, después de la II Guerra Mundial, dándose cuenta de las grandes necesidades materiales y espirituales que tenían todas estas personas.

Después de su visita a China regresó a los Estados Unidos,

¹ Servicio de acompañamiento en la Gestión de Entidades sin Animo de Lucro. <http://www.asociaciones.org>

² Rostros de Ricos y Pobres. <http://www.prensalibre.com>

³ Agenda Visión Mundial, 2003:3

visitó varias iglesias y recaudó US\$65,000 que canalizó por medio de Juventud para Cristo.

En 1953 su visión corre hacia Taiwan, Calcuta y otros países orientales e inicia un programa de apadrinamiento de niños. Diez años más tarde, en 1963 VMI estaba brindando apoyo a más de 19,000 niños patrocinados en 18 países del mundo.

Para los años 70's, VMI cuenta con oficinas nacionales en Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Alemania, Africa del Sur, Gran Bretaña, Austria, países bajos y Hong Kong. Y, en 1975 se extiende a países de Africa y América Latina .

A la fecha, Visión Mundial Internacional cuenta con 17 oficinas de apoyo a más de 90 países alrededor del mundo, sin importar raza, posición social/política o credo religioso. ⁴ En estos países están desarrollando programas de trabajo y su filosofía está basada en valores y principios cristianos, cuyo interés se centra en las personas.

1.3.3 *¿Qué es Fundación Visión Mundial Guatemala?*

La Fundación Visión Mundial Guatemala inició en agosto de 1975, veinticinco años después de haber iniciado como una organización internacional.

Como parte del cumplimiento de su misión ha involucrado a la iglesia evangélica local en los programas de desarrollo comunitario.

Así mismo tiene tres líneas de trabajo:

1) Desarrollo Transformador Sostenible DTS

Se fundamenta en los valores y principios cristianos que velan por la dignidad de las personas en todo su entorno natural y social.

- 2) La prevención, emergencia, y rehabilitación de desastres PER
- 3) Promoción de la justicia. ⁵

Guatemala enfrenta una sociedad con conflictos sociales y afronta condiciones de violencia, inseguridad, impunidad y violaciones a los derechos humanos. En este programa se difunden mensajes de paz y solidaridad que logren impactar la vida de la niñez.

A lo largo de los últimos veintiocho años de trabajo se han identificado diferentes períodos, siendo algunas de sus características las siguientes:

De 1975 – 1979

Se apoyaron proyectos de cuidado al niño y su familia, con un enfoque asistencial. Se iniciaron proyectos de emergencia y rehabilitación a partir del terremoto de 1976.

El rol de Visión Mundial en esos años era el de proveer un financiamiento del 100% a los proyectos apoyados.

De 1980-1984

Se apoyaron proyectos comunitarios con un enfoque de desarrollo. Estaban dirigidos al fortalecimiento de los comités locales, desarrollando programas de salud, educación formal y no formal, así como educación cristiana. En estos años el rol de VMG cambió a ser un coadministrador de los proyectos, proveer capacitación y proveer del 100% de su financiamiento.

⁴ Documento: Recursos Humanos, Visión Mundial Guatemala, Pág. 2

⁵ Hoja informativa Visión Mundial Guatemala, 2002:1

De 1985-1989

Se apoyaron proyectos comunitarios con enfoque de desarrollo integral. Habían proyectos de emergencia y rehabilitación. Su énfasis se dirigió al fortalecimiento de la organización local por medio del intercambio de experiencias entre comunidades de un mismo municipio. La niñez era el grupo de mayor prioridad, al igual que los programas de salud y educación. En este período el rol de VMG era dar asesoría y capacitación social y técnica en los programas, asesoría en la administración del proyecto, y el financiamiento se redujo a un 90%.

El enfoque a proyectos comunitarios era integral de desarrollo transformador. Se creó el Centro de Educación Popular El Tule, ubicado en Chiquimula, que promueve la estrategia de educación transformadora.

El rol de VMG es la facilitación de procesos, apoyando para la gestión de la figura legal. Se apoya con asesoría y capacitación espiritual, social, técnica y administrativa. Ahora el financiamiento es solamente del 70%.

De 1995-1999

Apoya Asociaciones de Desarrollo legalmente constituídas como proyectos microregionales de cobertura municipal PDA, promoviendo el enfoque de Desarrollo Transformador Sostenible. Estas asociaciones están dirigidas a la organización microregional representativa y con un funcionamiento democrático, en búsqueda de la sostenibilidad integral. Se hicieron alianzas estratégicas con la iglesia local, ONG's y OG's.

Los componentes del DTS implementados son la organización y administración, salud, educación, desarrollo económico, agricultura sostenible, fondos revolventes

manejados por las asociaciones. AGUDESA provee créditos, asesoría y capacitación.

2002

A partir de este año VMG ha apoyado 41 comunidades, donde los programas implementados tienen un impacto en la vida de casi 48,000 niños/as patrocinados, e indirectamente a unos 200,000 más, incluyendo sus familias y la comunidad entera.

Estas 41 comunidades antes mencionadas son organizaciones establecidas con personalidad jurídica que trabajan con base municipal o departamental en Guatemala. Pueden ser PDA (Proyectos de Desarrollo de Area) microrregionales y regionales.

Estos proyectos denominados PDA tienen como función principal propiciar y fortalecer la participación comunitaria y proveer acceso a servicios fundamentales para el desarrollo de la niñez. Los PDA como cualquier otro ente jurídico cuenta con una asamblea, junta directiva y comités, como requisitos para registrarse como una asociación.

Los PDA Microrregionales promueven proyectos de desarrollo transformador a nivel municipal. Motiva a las personas a desarrollar programas que suplan sus necesidades y las de sus comunidades. Elaboran un plan anual donde se pueden mencionar programas de salud, educación formal y alternativa, infraestructura, conservación del medio ambiente, y desarrollo económico de acuerdo a los objetivos establecidos. Cuentan con personal contratado y trabajo voluntariado organizado por comités.

Se hacen gestiones de trabajo con la alcaldía, la iglesia local,

escuelas, centros de salud y otras organizaciones de desarrollo presentes en el área. Están en la búsqueda de generar empleos para que las familias que se encuentran en extrema pobreza puedan tener un ingreso familiar adecuado. Implementan programas de proyectos agrícolas y artesanales.

Un PDA Regional es una asociación que agrupa organizaciones que están en el área geográfica que corresponde a la ubicación del PDA. Una de las funciones de los PDA regionales es proveer a los microregionales asesoría financiera, técnica, evaluación y monitoreo de programas entre otros, lo que se facilita por su ubicación cercana a las comunidades apoyadas, de acuerdo a los programas apoyados por VMG. Los PDA, tanto microregionales como regionales han generado resultados como gestión social y alianzas con otras entidades de gobierno y con otras organizaciones que como ellos buscan servir a la niñez.⁶

1.3.4 ¿Quiénes forman parte de ASODEM?

ASODEM es una red de organizaciones de desarrollo del área metropolitana que canalizan recursos económicos, financieros y técnicos para el desarrollo transformador sostenible, constituida legalmente como tal el 12 de mayo de 1999.

Cada institución miembro de la asociación es autosostenible y cuentan con un sistema integral en las áreas de salud, educación, economía, agricultura e integración familiar.

Esta organización se constituyó con las siguientes instituciones:⁷

- Fundación Visión Mundial Guatemala
- Asociación Guatemalteca de Desarrollo AGUDESA
- Asociación de Desarrollo El Conacaste (Centro Educativo El Tule)

- Asociación de Desarrollo Comunidades Unidas Ayampuc
- Asociación de Desarrollo Juntos Progresamos Canalitos (Zona 18)
- Asociación de Desarrollo Palencia
- Asociación de Desarrollo Comunidades Unidas de Chinautla

En ASODEM se patrocinan 3,900 niños/as, a sus familias en 17 aldeas y 16 caseríos, quienes participan de los proyectos de desarrollo ejecutados por las asociaciones.⁸

1.3.5 ¿Cuáles son sus programas?

1.3.5.1 Círculos Juveniles

Este programa dirigido a los jóvenes de estas comunidades tiene tres años de estar funcionando y es una opción para que los jóvenes puedan desarrollar actividades educativas, de salud y recreación.

Estos grupos tratan de involucrar a la juventud en sus diferentes programas y alejarlos de las maras o pandillas. En el año 2002 ha agrupado a 800 niños/as y jóvenes, que están organizados en 30 grupos y cada grupo cuenta con una junta directiva.

Tienen reuniones cada 15 días para desarrollar programas con actividades que son de interés para la juventud y que proveen un beneficio a sus comunidades por medio de proyectos pequeños.

La Cruz Roja Guatemalteca, la Procuraduría de los Derechos Humanos y la Academia Deportiva Jaguares ha apoyado a las comisiones de deporte, salud y educación. A su vez ASODEM provee orientación sobre desarrollo económico que busca soluciones a los problemas del empleo juvenil.

⁶ Visión Mundial, Memoria de Labores, 2002:2

⁷ Nuestra Voz, Número 1, Diciembre 1999:3

⁸ Visión Mundial, OPAT Pág. 4

1.3.5.2 Salud

La Asociación de Desarrollo Juntos Progresamos Canalitos gestionó y logró llevar a cabo la construcción de drenajes en los cantones El Jagüey Central y El Porvenir.

Este proyecto tuvo un costo de ocho millones de Quetzales que fueron financiados en su mayoría por la Secretaría de la Presidencia de la República y también con el aporte de la asociación.

Tabla de Acciones de salud con niñas/os patrocinados y sus familias

Acciones PDA	Imunizaciones	Atención A casos Especiales	Jornadas Odontológicas	Festivales De Salud		Participantes en actividades educativas de promoción de salud		
	# niños/as inmunizados 12 años	# niños/as atendidos 12 años	# niños/as atendidos	# niños/as atendidos	# familias participantes	Lactancia Materna	Prevención IRA y EDA.	Prevención VIH/Sida
ASODEM								
Chinautla	350	30	4	4	200	170	58	28
Canalitos	513	55	112	112	300	125	100	25
Ayampuc	433	25	115	115	540	205	210	65
Palencia	486	15	79	79		388	125	35

Tabla de familias con niños/as patrocinados beneficiados con obras de Saneamiento Ambiental Básico e infraestructura

PDA	FAMILIAS CON NIÑAS/OS PATROCINADOS BENEFICADOS CON PROYECTOS DE SANEAMIENTO AMBIENTAL BASICO E INFRAESTRUCTURA				
	Agua Segura	Estufas Mejoradas	Construcción Letrinas	Viviendas Mejoradas	Viviendas Nuevas
ASODEM					
Chinautla				17	
Canalitos					8
Ayampuc			10		7
Palencia	365	15	350		6

1.3.5.3 Educación

Estas asociaciones que integran ASODEM han desarrollado sistemas educativos y han logrado donación de materiales educativos que favorecen a un promedio de 4,500 niños/as de nivel primario que asisten a las 34 escuelas públicas de la zona.

57 Jóvenes de la comunidad de Chinautla tomaron el Programa de Escuelas Alternativas de fines de semana. CONANI capacitó a los maestros y proveyó las guías de estudio.

En San Pedro Ayampuc, Palencia y Canalitos se benefició a 250 personas con alfabetización y primaria acelerada.

El Instituto Guatemalteco de Educación Radiofónica IGER, proveyó materiales de estudio y un maestro facilitador para que trabajara con los ocho jóvenes que recibieron Educación Básica a Distancia.

Tablas de Educación Formal y Alternativa: Acciones de apoyo a la Niñez Patrocinada

Acciones PDA	Educ. Primaria	Útiles escolares Entregados Para primaria		Becas A patrocinados y hermanos			
	# Patrocinados inscritos	Cuadernos # Niños	Mochila # niños	Primaria No.	Básico No.	Diversificado No.	Universitario No.
ASODEM		3909	4407				
Chinautla	693	1000	1492				
Canalitos	566	638	638	229	21	2	
Ayampuc	810	1500	1500	52	81		
Palencia	745	771	711		48	3	

Acciones PDA	Educación Alternativa		Sembradores de Esperanza	Animadoras de shalom	Escuela de Vacaciones	Apoyo Escuelas
	Alfabetizados No.	Escuelas No.	# niños participantes		# niños patrocinados	# de apoyados
ASODEM						
Chinautla		32	219	7	246	8
Canalitos	11	11	114	5	272	5
Ayampuc			276	11	578	10
Palencia			189	4	186	7

1.3.5.4 Gestión comunitaria y administrativa

Coordinaciones:

- Coordinación con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para el desarrollo de las actividades.
- Involucramiento directo de la organización comunitaria en la ejecución de los proyectos.

- Fortalecimiento de la organización comunitaria. (Líderes de Sector).

Capacitaciones:

- Se ha logrado fortalecer la capacidad de gestión de las asociaciones socias a través de la capacitación, asesoría, acompañamiento y monitoreo.
- En la administración está la formación del recurso humano, gastos de movilización y gerenciamiento del proyecto.
- En monitoreo y evaluación se trabajan evaluaciones trimestrales, semestrales y anuales.
- Construcción de capacidades y el fortalecimiento del liderazgo de las Asociaciones Socias.
- Coordinación interinstitucional a través de las Mesas de Diálogo.

Patrocinio:

Un niño/a puede ser patrocinado después de que se hace un estudio socio-económico para determinar el grado de vulnerabilidad de la familia para poderlo patrocinar.

Este estudio socio económico es enviado a la oficina nacional de la Fundación Visión Mundial Guatemala y al momento que la misma confirma que el niño ya tiene asignado número de patrocinador, se le informa a la familia para que ya pueden participar en los programas que desarrolla la asociación.

Seguidamente, se llena una boleta titulada “Historial del Niño” en la cual se registran todos los datos del niño/a y su familia.

Ellos elaboran una carta de agradecimiento, se adjunta un dibujo, y se le toman fotos al niño.

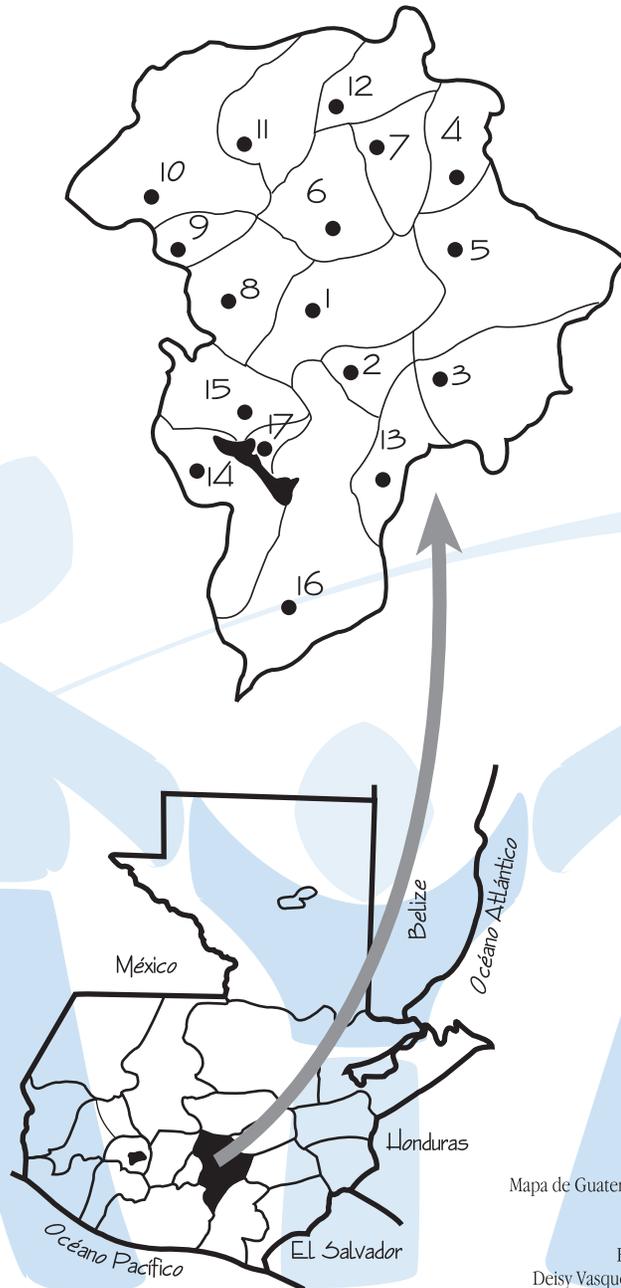
Anualmente se le envía a cada patrocinador el Reporte de Progreso que incluye una fotografía y los datos de la forma en que ha progresado el niño juntamente con su familia, y se describen todos los beneficios que el niño/a ha recibido.

Hay patrocinadores que le escriben a los niños y éstos les mandan respuesta; los niños también tienen la oportunidad de escribir una carta a su patrocinador pero éstas se envían directamente del PDA a las oficinas de Visión Mundial para que ellos las procesen y envíen.

En el programa de patrocinio se trabajan diferentes áreas. Cada niño patrocinado es beneficiado de la siguiente manera:

1. En salud reciben chequeos médicos, participan en jornadas odontológicas, reciben charlas educativas dependiendo de las necesidades de la familia.
2. Se les apoya con mejoras a vivienda.
3. Existe un programa que se llama “Corazón en Familia”, en el cual se apoyan los niños que tienen bajo peso.
4. En educación se provee pago de inscripción, mochila con útiles escolares, becas a nivel básico, escuelas bíblicas de vacaciones y celebración de cumpleaños.
5. En desarrollo económico se seleccionan familias para que participen en el desarrollo de proyectos productivos (Ej. mini granjas).

1.3.6 Ubicación geográfica ⁹



El departamento de Guatemala se encuentra situado en la Región Metropolitana. Se ubica en la latitud 14° 38' 29" y longitud 90° 30' 47", y cuenta con una extensión territorial de 2,253 kilómetros cuadrados.

Sus alturas oscilan entre los 930 y 2,101 metros sobre el nivel del mar, con un clima regularmente templado.

Esta constituido por 17 municipios de los cuales cuatro forman parte de **ASODEM**.

1. **Guatemala** (Canalitos, zona 18, forma parte de ASODEM)
2. Santa Catarina Pinula
3. San José Pinula
4. San José del Golfo
5. **Palencia** (Forma parte de ASODEM)
6. **Chinautla** (Forma parte de ASODEM)
7. **San Pedro Ayampuc** (Forma parte de ASODEM)
8. Mixco
9. San Pedro Sacatepéquez
10. San Juan Sacatepéquez
11. San Raimundo
12. Chuarrancho
13. Fraijanes
14. Amatitlán
15. Villa Nueva
16. Villa Canales
17. Petapa

1.3.7 Ubicación de la oficina administrativa de ASODEM

ASODEM cuenta con una oficina administrativa ubicada en la 14 ave. 7-00, zona 18, Colonia Lavarreda, de la ciudad de Guatemala.

⁹ Departamento de Guatemala. <http://www.inforpressca.com/municipal>

La nómina del personal se describe a continuación:

Héctor Francisco López Arévalo
Gerente general

Nancy Lissete Bran de García
Encargada de sistemas

Cesar Augusto Debroy Sandoval
Coordinador técnico

Verónica Muñoz Valencia
Coordinadora técnica

Ana Vilma Murallez de Paz
Encargada de patrocinio

Rubidia Consuelo Recinos Peña
Coordinadora testimonio cristiano

Gloria Elvira de León de Pérez
Secretaria administrativa

Marilú Ramos Rosa
Contralora

Jessica Neftaly Díaz Molina
Encargada educación

1.3.8 Misión de ASODEM

Reunir en una sola entidad a las organizaciones apoyadas por la Fundación Visión Mundial Guatemala.

Presentar y coordinar las relaciones entre las entidades miembros, proporcionando asistencia económica y técnica a

las mismas.

1.3.9 Propósitos y Actividades principales ¹⁰

Proporcionar capacitación multidisciplinaria a los miembros activos, directivos, personal técnico, administrativo y ejecutivo, de las entidades miembros.

Representar, elaborar y promover proyectos para obtener el apoyo técnico y financiero para el ejecución de los proyectos de desarrollo y de sus entidades.

Velar por un permanente y mejor desarrollo de las entidades. Promover el desarrollo transformador sostenible con valores cristianos con participación activa de hombres y mujeres con énfasis en la niñez.

Facilitar la comercialización de los productos de la región. Fortalecer los valores pluriculturales y multiétnicos de la región en concordancia con la naturaleza de la asociación.

1.3.10 Características generales de la población que atiende ASODEM

1.3.10.1 Nivel socio-económico

Tabla de porcentajes de pobreza y pobreza extrema de las comunidades que apoya ASODEM ¹¹

Departamento / Municipio	% de pobreza	% de pobreza extrema	Nombre de la Asociación
Guatemala	11.73	1.34	ASODEM
Palencia	56.19	13.63	Palencia
San Pedro ayampuc	44.01	6.95	Com. Unidas Ayampuc
Chinautla	14.22	0.90	Com. Unidas Chinautla
Guatemala (z. 18)	4.71	0.19	Juntos Progresamos Canalitos

¹⁰ Nuestra voz / Número 2, 2001:6

¹¹ Visión Mundial, OPAT Pág. 38

1.3.10.2 Cantidad de personas que atiende la asociación por distribución de sexo.¹²

La población del área de cobertura e influencia de esta asociación, se estima en el siguiente cuadro estadístico, dividido en hombres y mujeres:

Municipio	Hombres	Mujeres	Total
Guatemala (z.18)	494,497	532,643	1,027,140
San Pedro Ayampuc	16,360	16,499	32,859
Chinautla	47,690	48,083	95,773
Palencia	26,263	25,219	51,482
Total	584,810	622,444	1,207,254

Actualmente, de esta población se atienden a niños patrocinados que corresponden al 0.27% de la población en el área de cobertura antes mencionado.

Comunidades	Niños	Niñas	Total
Chinautla	0	0	0
Canalitos	507	515	1,022
Palencia	556	558	1,114
Ayampuc	588	574	1,162
Total	1,651	1,647	3,298

ASODEM no tiene cobertura en todos los municipios debido a sus limitaciones económicas y organizacionales; a esto se debe que el impacto social se reduzca bajo estas condiciones. Pero se calcula que el total de beneficiarios indirectos es aproximadamente del 6% de la población total de los cuatro municipios.

1.3.10.3 Nivel de escolaridad¹³

Históricamente el nivel de escolaridad en Guatemala se estima en un promedio de 2.3 años. Las oportunidades de acceso a la educación no están al alcance de la población guatemalteca; esto se debe a las desigualdades económicas y sociales y a factores políticos, lingüísticos y geográficos.

La población guatemalteca es joven ya que el 44.1% del total corresponde a una población de menos de 14 años y el 64.7% representa a la población de menos de 25 años.

La estructura del sistema educativo se divide en cuatro niveles de enseñanza:

- Educación pre-primaria
- Educación primaria
- Educación media (básico y diversificado)
- Educación superior y universitaria

TASA NETA DE ESCOLARIDAD EN EL NIVEL PRIMARIO, POR SEXO, SEGÚN MUNICIPIO DEPARTAMENTO DE GUATEMALA, 2000¹⁴

Municipio	Población (7-12 años)			Inscripción (7-12 años)			Tasa neta de escolaridad		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Total república	2,724,312	1,399,929	1,324,383	2,308,239	1,212,169	1,096,070	84.7	86.6	82.7
Total departamento	375,054	186,574	188,480	248,694	94,204	154,490	66.3	50.5	82.0
Chinautla	14,576	7,215	7,361	12,021	6,230	5,791	82.5	86.3	78.7
Guatemala	134,649	66,829	67,820	68,036	0	68,036	50.5	0.0	100.3
Palencia	9,049	4,555	4,494	5,694	2,945	2,749	62.9	64.7	61.2
San Pedro Ayampuc	5,734	2,836	2,898	5,445	2,877	2,568	95.0	101.4	88.6

¹² ASODEM, Propuesta y Plan gerencial, 2003-2015: 7, 8

¹³ Voces, El Sistema Educativo en Guatemala. <http://www.casaxelaju.com/voces>

¹⁴ Elaborado por La Secretaría del Ministerio de Educación. <http://www.segeplan.gob.gt-sectorsocial>

La educación **Pre-primaria** registra una tasa del 59.9% y la deserción alcanza el 9.5% . En esta etapa es donde se recibe educación de aprendizaje de lectura y escritura.

La educación **Primaria** está dirigida a niños de 7 a 12 años. Esta es la tasa de cobertura más alta alcanzando un 84% de la población y en este nivel de educación la deserción alcanza un 8.2%, siendo en el departamento de Guatemala únicamente el 4%.

Algunos aspectos que influyen en el alto porcentaje de deserción en el nivel primario se debe a problemas socioeconómicos, desnutrición, migración y bajos ingresos. Aquí podemos mencionar que el porcentaje de repitencia es mayor en los hombres que en las mujeres.

La educación **Media** está constituida por dos grandes áreas:

- Básicos (13-15 años)
- Diversificado (16-18 años)

Este nivel educativo (básicos) al igual que los anteriores es obligatorio, pero la falta de presupuesto no permite que se puedan desarrollar programas con mayor cobertura. La tasa de escolaridad del nivel medio es más baja que la del primario, pero de igual forma la deserción es menor; aquí la población masculina es más alta que la femenina (54.6% y 45.4% respectivamente).

Contrario a lo anterior, el ciclo de **Diversificado** no es obligatorio. La mayoría de sus programas no han sido actualizados desde 1965, a pesar de que su finalidad es capacitar al estudiante a ingresar al gremio laboral. Existen 142 carreras que enseñan las áreas de perito, magisterio, secretariado y bachillerato y en los últimos años se han agregado computación, finanzas y mercadotecnia.

La educación **Superior** está dirigida para todas aquellas personas que han terminado la educación media y puede ser universitaria y no universitaria.

La educación universitaria está a cargo de la Universidad de San Carlos de Guatemala, *USAC*; la no universitaria está a cargo de instituciones estatales y privadas. Existen las universidades privadas que son supervisadas por el Consejo de la Enseñanza Privada Superior y son denominadas independientes.

El porcentaje de graduados universitarios es relativamente bajo comparado a la cantidad de alumnos inscritos, a esto le corresponde el 4%. El porcentaje más alto corresponde a la población masculina con un 62% y un 38% a la femenina.

El **Analfabetismo** en Guatemala viene desde el período colonial, siendo pocos los que tenían acceso a la educación. Su crecimiento se debió al poco interés que los gobiernos dictadores mostraron.

Hasta hoy, únicamente se han realizado 11 campañas de alfabetización y un programa nacional para el mismo, el ya conocido CONALFA (creado en el año de 1991). A pesar de esto, no existe un porcentaje significativo de la decreción del analfabetismo, ya que únicamente ha descendido en un 7% entre 1994 - 1998.

En nuestro país podemos llamar a una persona analfabeta, a todo aquel que es mayor de 15 años que no saber leer ni escribir en español.

La tasa de analfabetismo ascendió a un 31.7% en el año de 1998. Esto nos coloca dentro de los países con más alto índice de analfabetismo en América Latina.

La tasa de analfabetismo es más alta en las mujeres que en los hombres (39.4 y 29.7 respectivamente). Tomando en cuenta que en el área urbana esta tasa es menor que en la rural, en un 15%. Esta tasa ha sido influenciada por el multilingüismo, el monolingüismo, y la falta de una buena oferta de servicios educativos y la baja calidad de la misma.

Actualmente, CONALFA tiene cobertura en los 22 departamentos de Guatemala, atendiendo una población monolingüe de habla indígena, al igual que de habla castellana y bilingüe.

CONALFA tiene como parte de su misión involucrar al 100% de los alfabetizados a un programa de post-alfabetización en programas de educación formal y no formal.

DEPARTAMENTO DE GUATEMALA: TASA DE ANALFABETISMO, SEGÚN MUNICIPIO, 2000 ¹⁵

Municipio	Tasa
Total República	36.4%
total departamento	13.3%
Chinautla	17.7%
Guatemala Canalitos Z.18	7.9%
Palencia	35.6%
San Pedro Ayampuc	38.0%

Presidencia (SEGEPLAN) con base en las estadísticas en formato

1.3.11 Necesidades de comunicación visual que enfrenta ASODEM

Como resultado de la investigación y revisión de documentos que respaldan y describen el propósito y misión de ASODEM, consideramos conveniente rediseñar su logotipo y crear su imagen corporativa.

Actualmente, tienen un logotipo que los representa, pero éste no cuenta con los parámetros y lineamientos gráficos para que sea efectivo, entendible y de fácil memorización.

Este logotipo está elaborado en un archivo Word y lo integran siete elementos: dos manos de persona adulta, una tarjeta, dos niños, la silueta de cinco personas simbolizando a una familia y el texto del slogan “Por el desarrollo familiar”.



Es necesario rediseñar el logotipo para que represente a la asociación y transmita un mensaje claro y de fácil memorización e identificación.

Que los costos de impresión no sean elevados y que permita presentar el logotipo en varias opciones de impresión (invertido, a una tinta, a dos tintas, full color, etc.).

Presentaremos prebocetos y bocetos de logotipo. Después de definirlos y aprobarlos, se suplirá otra necesidad de comunicación que presenta la asociación: la implementación de la papelería comercial y administrativa.

- Hoja membretada
- Sobre membretado
- Tarjetas de presentación
- Factura
- Cuenta monetarios
- Recibo de caja
- Nota de envío

Imagen Corporativa - ASODEM -

- Nota de cargo por donación
- Comprobante de diario
- Comprobante de depósito
- Hoja de control bancario
- **Hoja de memos**
- Hoja de fax
- Cuadro de análisis de proveedores
- Solicitud de suministros
- Control de existencias
- **Contraseña de pago**
- Vale y vale de caja chica
- **Boleta de liquidación de pagos**
- **Tarjeta de responsabilidad**
- **Reporte personal de gastos**
- **Cronograma semanal de actividades**
- **Historial del niño**

Sumado a este material, necesitamos promover y promocionar sus programas de desarrollo comunitario, para lo cual proponemos diseñar las siguientes piezas gráficas; que básicamente funcionan hacia adentro de la asociación, pero también están dirigidas a otras organizaciones afines y a personas individuales denominadas “donantes”, que pueden proveer recursos económicos o servicios.

- Afiche
- Trifoliar
- Volante
- Diploma
- Rótulo de identificación de casa
- Rótulo de identificación de carro
- Calcomanía
- Lapicero
- Lápiz

- Llavero
- Gorra
- Playera
- Boletín informativo

Elaboraremos un Manual de Normas Gráficas que regirá los lineamientos y dará normas a seguir al crear, reproducir e imprimir piezas gráficas.

En este documento se dan los parámetros en cuanto al tamaño (medidas) de las piezas gráficas, la tipografía, el color (número de pantone), los acabados y los tipos de impresión sugeridos. Esto facilitará el proceso de reproducción y permitirá que su imagen se mantenga sin alteraciones.

Propuesta Gráfica Justificada



CAPÍTULO II

2.1 PROPUESTA GRÁFICA JUSTIFICADA

2.1.1 Grupo objetivo

Hombres, mujeres y niños relacionados y/o afiliados a la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas ASODEM, población ubicada primordialmente en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala (Canalitos zona 18) y los municipios de San Pedro Ayampuc, Chinautla y Palencia. Población que asciende a 1,207,254 dividido en 584,010 hombres y 622,444 mujeres.

Los índices de población y grupo étnico son en su mayoría no indígena (57.75%), seguido por el grupo indígena (42.25%).

El municipio de Palencia cuenta con 1 pueblo, 14 aldeas y 62 caseríos. El porcentaje de indígenas es alrededor del 1%, su idioma materno es el pokomán, el resto son ladinos (hablan español).

En Ayampuc se habla el kaqchiquel, el porcentaje de indígenas es el 36.23% y el no indígena o ladino es el 63.76.

En Chinautla se habla el pokomán, con un pueblo indígena que cubre el 17.91% y no indígena con el 82.08%. En estos municipios al igual que en Palencia los ladinos hablan español o castellano, esto se originó como resultado de la migración de los pueblos a la capital. (nota: datos sacados de SEGEPLAN, estructura porcentual del X censo de la población 1994)

Su nivel socio-económico es bajo, es decir en porcentajes de pobreza y pobreza extrema (ver tabla de porcentajes pag. 27), con bajos niveles de escolaridad y salud (ver tablas de porcentajes en pag. 24).

A este grupo sumamos hombres y mujeres que tienen relación con la asociación por medio de otras organizaciones afines y personas individuales que son captadas como posibles donantes de recurso económico y/o proveedores de algún servicio. Su nivel socioeconómico puede ubicarse en categoría C (incluye profesionales como directores, gerentes, facilitadores, y otros).

2.2 METODO DE DISEÑO

En la elaboración de las piezas gráficas de la imagen corporativa de ASODEM seguiremos los siguientes pasos que forman parte del método de cuatro etapas:

2.2.1 Etapa racional - investigación y análisis

En esta etapa se recopila toda la información necesaria para diseñar piezas gráficas. Se profundiza en la investigación y definición del tema del proyecto, que establecen objetivos generales y específicos, se define el grupo objetivo (edad, sexo, educación, nivel socioeconómico) y se decide la forma de transmitir el mensaje (medios de comunicación visual).

- Identificación del problema
- Conceptualización del problema
- Formulación del problema
- Definición del problema
- Justificación del problema
- Elaboración del marco conceptual
- Delimitación del universo de estudio

2.2.2 Etapa creativa - elaboración del diseño

Luego de revisar y extraer la información necesaria se inicia con el proceso de creación y desarrollo de las piezas gráficas.

En este momento la creatividad del diseñador toma un papel relevante porque es el momento de realizar un propuesta que lo lleve a resolver un problema existente de comunicación.

Para la búsqueda de una o varias posibles soluciones para la elaboración de un diseño, debemos seguir los siguientes pasos:

1. Recopilación de información.
2. Análisis.
3. Conclusión.
4. Bocetaje.

El proceso de pre-bocetaje es una lluvia de ideas de cómo puede representarse en forma gráfica un mensaje.

Dadas todas las posibles opciones se procede a seleccionar las que tengan un mejor funcionamiento, lo que da inicio al bocetaje, siendo éste una presentación de piezas mejoradas listas para recibir una crítica y para ser aprobadas o no.

En este momento se hacen cambios y se buscan alternativas de acuerdo a las sugerencias del cliente. Y, finalmente, las piezas que han sido seleccionadas se presentan en un boceto final, que da la opción para que el cliente pueda ver el producto terminado, antes de la impresión.

2.2.3 Etapa evaluativa - implementación del diseño

En este momento se evalúan los logros obtenidos y la efectividad del material gráfico. Para poder tener una evaluación real nos apoyamos en los siguientes pasos:

- Encuesta
- Tabulación de datos
- Graficación de datos
- Interpretación de datos
- Corrección del diseño si es necesario

2.2.4 Etapa constructiva - aplicación del diseño

En esta etapa se elaboran los artes finales que serán entregados para impresión. Previo a esto, se definen los medios de impresión y cada arte final debe ir revisado y aprobado por el cliente.

2.3 PROCESO DE BOCETAJE

2.3.1 Datos generales

CLIENTE: Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas ASODEM

LOGOTIPO: Representación abstracta de una familia

SLOGAN: “Por el Desarrollo Familiar”

COLORES DISTINTIVOS: Naranja y Azul

ACTIVIDADES QUE REALIZA:

- Programas de salud
- Programas de educación
- Gestión administrativa y comunitaria
- Coordinaciones con instituciones afines
- Capacitaciones comunitarias y personal administrativo
- Programa de patrocinio de niños

GRUPO OBJETIVO:

- SEXO: Masculino y femenino
- EDAD: Mayores de 18 años.
- NIVEL SOCIOECONÓMICO: C, D y E

2.3.2 Proceso de bocetaje

2.3.2.1 Evaluación del logotipo existente

Previo al proceso de pre-bocetaje y bocetaje, hemos realizado una encuesta para evaluar el buen funcionamiento, o no, de este logotipo.

Encuestamos a un grupo de 25 personas hombres y mujeres, comprendidos entre los 18 y 60 años. Miembros activos de la asociación y/o líderes comunitarios. [ver anexo 1, pág.161]

HIPÓTESIS:

El logotipo actual de la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas - ASODEM - no es funcional debido al diseño de las figuras, los colores y la tipología implementada; pues éstas no lo hacen atractivo, actual, representativo, ni de fácil memorización.

RESULTADOS:

Se evaluaron diferentes aspectos relacionados al logotipo existente, tales como:

- Gráficas o imágenes [ver anexo 1, pág. 163-164, gráficas 1-6]
Al evaluar las gráficas o imágenes, el 56% de los encuestados piensan que las figuras son muy grandes o muy pequeñas. Es decir que solo cuatro de cada diez personas encuestadas consideran que las figuras son adecuadas.

Cuando hablamos de los colores de las imágenes dos terceras partes de los encuestados consideran poco y nada (56% poco, 8% nada) atractivos los colores implementados, mientras que solo una tercera parte (36%) considera que los colores son atractivos. Estos datos ayudan a corroborar la hipótesis de forma más concreta. [ver anexo 1, pág. 163, gráficas 2]

Al referirnos a la representatividad de los colores en las imágenes en relación a la asociación podemos decir que casi dos terceras partes de los encuestados (64%) consideran que los colores del logotipo representan poco o nada (48% poco, 16% nada) a la asociación.

Se evaluó la cantidad de figuras que integran el logotipo existente y corroboramos que casi tres cuartas partes (72%) consideran que tiene muchas figuras. Este resultado ayuda a comprobar la hipótesis pues al menos siete personas de cada diez consideran que el logotipo tiene muchas figuras.

- Tipología [ver anexo 1, pág. 164, gráficas 7-11]
En cuanto a la tipología se puede apreciar que el 32% de los encuestados considera que el tamaño de la letra es muy grande o es muy pequeño (20% grande, 12% pequeño).

Respecto al tipo de letra, dos quintas partes consideran que el tipo de letra es muy formal o muy informal, mientras que la otra parte considera que el tipo de letra es adecuado.

Cuando evaluamos la posición de las letras un poco más de la mitad de los encuestados (60%) considera adecuada la posición de la letra. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que una tercera parte considera que su posición es confusa, y un 8% no respondió.

Encontramos que la combinación de colores de las letras es considerado por casi ocho de cada diez personas, como poco o nada adecuada. Y, nueve de cada diez personas consideran que los colores de las letras no representan a la asociación.

Al final de la encuesta se hizo una evaluación global para encontrar algunos puntos convergentes que nos ayuden a

definir los resultados que debemos tomar en cuenta al hacer la nueva propuesta de logotipo.

En cuanto a la atracción visual del logotipo nueve de veinticinco encuestados consideran que no es atractivo mientras que ocho de veinticinco consideran que si lo es y ocho no respondieron.

Al hablar de la memorabilidad del logotipo seis de veinticinco consideran que es fácil de recordar mientras que solamente dos de cada diez consideran lo contrario y otros dos de cada diez no respondieron. [ver anexo 1, pág. 164, 165 gráfica 5 y 14]

Si nos referimos a la claridad del mensaje que transmite el logotipo, cuatro de cada diez encuestados consideran que sí comunica un mensaje claro al igual que cada diez de veinticinco consideran que no lo hace, y el resto no respondió.

En cuanto al diseño o la apariencia del logotipo nueve de veinticinco encuestados consideran que su apariencia es anticuada, otros seis la consideran actual y diez no respondieron.

CONCLUSIONES:

Dados los resultados anteriormente expuestos concluimos en que el logotipo en cuestión NO representa efectivamente a la asociación, puesto que el color tanto de letras como de figuras no es representativo. [Para una mejor explicación ver resultados de las gráficas 4, 6, 11, 12 y 14, en especial la 14, anexo 1, pág. 165]

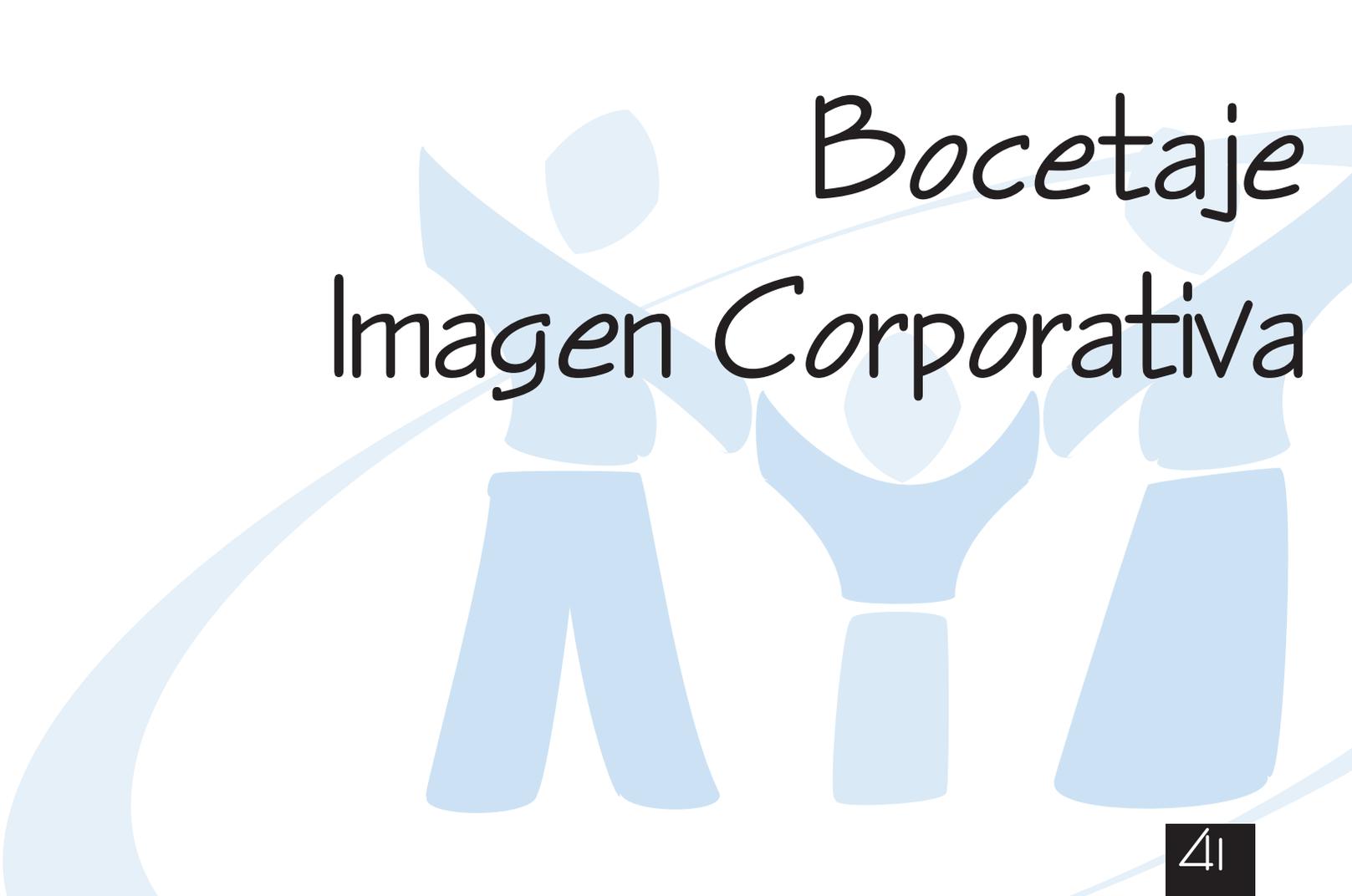
El logotipo en conjunto NO es atractivo ya que sus colores están poco y nada combinados. [Para una mejor explicación ver análisis de gráficas 2, 3, 5, 10, 12 y 14, anexo 1, págs. 163-165]

El logotipo evaluado NO presenta un mensaje totalmente legible; esto se debe a que menos de la mitad de los encuestados lo entienden. Es posible que el mensaje no sea legible debido a la posición de la letra y a la extensa cantidad de figuras que

tienden a distorsionar su lectura.

Además, el logotipo en cuestión no es considerado actual o moderno. [Ver anexo1, pág 165, gráfica 14]

De esta investigación se concluye que la hipótesis es veraz, ya que el logotipo existente de ASODEM no es funcional a causa del diseño de figuras y letras, pues éstas no lo hacen atractivo, actual, representativo, y es un poco difícil de recordar cada uno de sus elementos.



Bocetaje Imagen Corporativa

2.3.2.2 Pre-bocetos imagen de marca

Realizamos un pre-bocetaje, el cual nos permitió elaborar una serie de propuestas gráficas que nos ayudan a organizar nuestra lluvia de ideas y así poder seleccionar una propuesta de logotipo que transmita un mensaje claro de la misión, visión y actividades que realiza la asociación. Que pueda ser fácilmente identificado por el grupo objetivo, y que a su vez, sea respaldado por la evaluación del mismo, tomando en cuenta los resultados.

Estos pre-bocetos de la marca propuesta para la asociación están elaborados con imágenes abstractas representando a personas y/o familias. Algunas de estas propuestas son un poco confusas en sus trazos y no permiten identificar fácilmente un mensaje.



Debido a que el logotipo debe incluir el nombre completo de la asociación, debemos buscar una tipología que sea legible, y que pueda usarse a diferentes puntos dependiendo de las necesidades del diseño.



Los colores deben transmitir aquellas características que identifican a la asociación, debemos pensar en qué color o colores pueden unirse y expresar unidad, trabajo esforzado, apoyo mutuo, estabilidad, firmeza, entre otros.



2.3.2.3 Bocetos imagen de marca

De las propuestas de logotipo anteriores, se han seleccionado dos opciones para modificarlas y mejorarlas hasta lograr obtener la opción que llene las necesidades del cliente, para lo cual se han realizado las siguientes modificaciones.

Las imágenes se han ido mejorando en sus trazos y se han vuelto más fáciles de identificar, pero todavía necesitan una presentación que aunque sea abstracta sea entendible.



En cuanto a la letra estamos implementando tipos de letra que además de ser legible, sean atractivas.



2.3.2.4 Boceto final imagen de marca

Después de un proceso de pre-bocetaje y bocetaje se eligió esta marca para que sea la que represente gráficamente a la asociación en cuestión. Este logotipo se relaciona directamente con las actividades que realiza la asociación las cuales están dirigidas a la comunidad, siendo las familias las más beneficiadas.

- **Tipografía:**

Existe un grupo de más de 50 familias de fuentes tipográficas que se usan con frecuencia¹⁶; la larga lista hace difícil la elección de la tipografía que mejor transmita un mensaje.

La tipología utilizada en el nombre de la asociación tanto en las siglas, como de manera completa lleva por nombre Papyrus. Es un tipo de letra caligráfica refinada y contemporánea utilizada en carteles y material de papelería; esta tipografía tiene un toque moderno o actual, no tiene serifs lo cual facilita la lectura, pero no es uniforme en sus trazos por lo que es necesario agregarle un borde fijo para que no pierda legibilidad especialmente al momento de ser ampliada. Se coloca en posición lineal para que no se vuelva confusa.

Se utilizan solo altas para las siglas y lleva un bordeado fijo; y altas y bajas para el nombre completo. El color asignado para la tipología en la marca es un *pantone 300 C* al 100%.



- **Imágenes y figuras:**
El logotipo está conformado por un símbolo que representa a una familia tomada de la mano simbolizando el diálogo y la solidaridad. Según encuestas, este tipo de familia en la actualidad corresponde a casi la mitad de la población (41.75%), que son 72,540 hogares integrados por padre, madre y uno o dos hijos.¹⁶

Se complementa con un óvalo que la hace ser parte de algo o alguien (en este caso parte de la asociación), y el nombre en siglas y nombre completo de la misma. A este tipo de marca puede denominarse imagotipo que es la unión de un signo verbal y uno no verbal que ayuda a mejorar las condiciones de identificación, cuyas características son diversas pues su único requisito genérico es su memorabilidad.¹⁷

- **Color:**

El símbolo es una gráfica estilizada, integrada por imágenes abstractas usando dos colores, un frío y un cálido.

- **Naranja**, identificado como *pantone 144 C*, en diferentes porcentajes. Más que el rojo, posee una fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.¹⁸ Este color tiene relación con el tono de la piel de nuestra raza.

- **Azul**, identificado como *pantone 300 C*, expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad y sosiego. Simbólicamente significa esperanza, sinceridad, paz, conciencia y prudencia cristiana.¹⁹

Ambos colores crean un balance visual

¹⁶ XI Censo Nacional de Población y VI de Habitación 2002. INE. 2002

¹⁷ Creación de un imagotipo. <http://www.indexnet.santillana.es>

¹⁸ Teoría del color, Importancia y significado del color. <http://www.newsartesvisuales.com>

¹⁹ Teoría del color, Importancia y significado del color. <http://www.newsartesvisuales.com>

²⁰ Ideas creativas para realizar los mejores layouts, Selección del tipo de letra, 1994

2.3.2.5 Slogan

El *slogan* es la “frase o fórmula breve que atrae la atención del público para propagar una idea o un producto”²¹ Este slogan enfatiza la misión de la asociación que se resume en desarrollo familiar y comunitario.

Por el desarrollo familiar

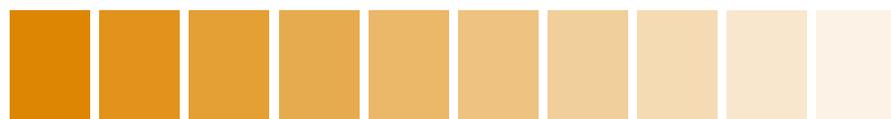
El *slogan* no necesariamente debe acompañar a la imagen de marca. Esto se hará cuando sea apropiado y, si el espacio lo permite, puede integrarse a la misma, O bien puede ir por aparte dentro del diseño de una pieza gráfica. Su posición puede variar dependiendo del espacio que tenga, siempre y cuando se cuide de que no se vuelva ilegible.

Para apoyar visualmente a este mensaje, el *slogan* “Por el desarrollo familiar” está conformado por una tipología llamada *Minstrel*, de la familia cursiva. Este tipo se caracteriza por su movimiento, delicadeza y elegancia. Aunque es decorativa (sin *Serifs*) es legible. En cuanto al color, al igual que el símbolo de la marca, usamos un *pantone 300 C* al 100%.

2.3.2.6 Colores corporativos



Pantone 300 C



Pantone 144 C



C 100
M 44
Y 0
K 0



C 13
M 47
Y 99
K 0

La apreciación de los colores se basa en una coordinación complicada de procesos físicos, fisiológicos y psicológicos.

El color tiene una inmensa afinidad con las emociones, los Egipcios usaban el color con fines curativos. Los griegos de la antigüedad hicieron del color una ciencia.

El color es una ciencia pero también una filosofía profunda, ambos aspectos deben de ir de la mano. Isaac Newton fue otro pionero del color y trabajó mucho tiempo antes de descubrir que mirando a través de un prisma, podían verse siete colores.²²

2.3.2.6.1 Pantone 300 C - AZUL-

Es el símbolo de la profundidad. La sensación de placidez que provoca el azul es distinta a la de la calma o reposo terrestres, propios del verde. Expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad y sosiego. Simbólicamente significa esperanza, sinceridad, paz, consciencia y prudencia cristiana.

2.3.2.6.2 Pantone 144 C - NARANJA -

Posee fuerza activa, radiante y expansiva. Tiene un carácter acogedor, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética.

²² Psicología del color. <http://www.rppnet.com.ar>

2.3.2.7 Tipografía corporativa

La tipografía usada en la imagen de marca será Papyrus, implementada en altas y bajas, para el nombre de la asociación ya sea de forma completa o en siglas, la cual lleva un borde fijo.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

El nombre de la asociación en el logotipo cuando aparece en siglas se le agrega un bordeado fijo, teniendo como base el pantone 300 C (se puede usar el 100% del color o uno de sus porcentajes).

ASODEM

Para el slogan se usará una tipología llamada Minstrel, también en altas y bajas.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

En textos complementarios se puede hacer uso de una tipología Arial.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Bocetaje Papelería

Imagen Corporativa - ASODEM -

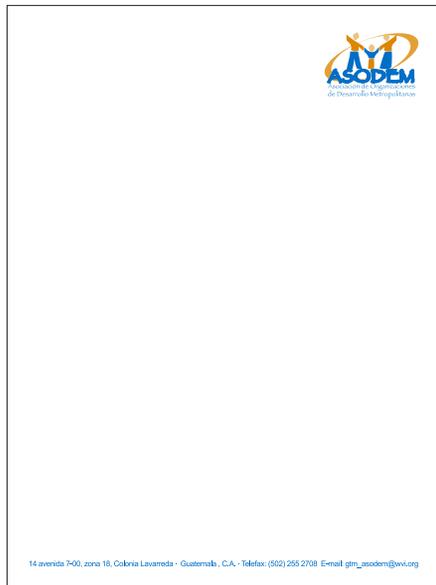
La papelería utilizada en una empresa y/o asociación de cualquier índole, se caracteriza por un conjunto de piezas gráficas que ayudan al buen funcionamiento y desarrollo de las actividades y proyectos que se realizan, facilitando su administración.

La papelería debe estar diseñada de tal forma que un formulario parezca familiar de otro. Deben tener rasgos y/o características que los identifiquen como parte de una familia, en este caso de una misma institución.

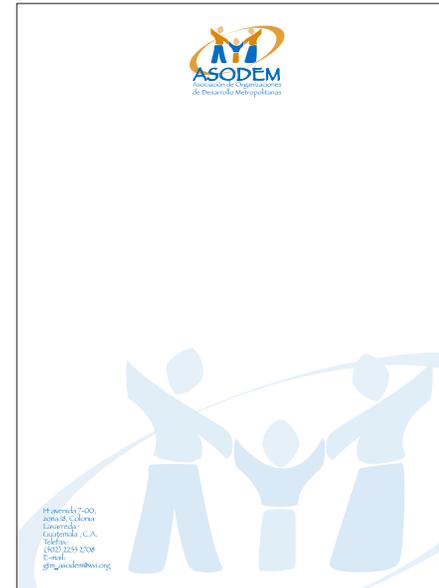
En esta sección presentaremos cada una de las piezas gráficas que son requeridas por la asociación Y, ésta a su vez se divide en dos partes:

2.3.2.8 Pre-bocetos y bocetos Papelería comercial

2.3.2.8.1 Hoja membretada



El logotipo se coloca al margen superior derecho, respetando 1/2" de pinza.
Se usan dos colores de acuerdo a la imagen de marca ya establecidos. Los datos de la empresa se colocan en una línea, centrados en la parte inferior de la hoja.
No lleva ningún detalle adicional de diseño, permitiendo un diseño limpio, pero esto lo convierte en un diseño de hoja membretada convencional.



Este diseño de hoja membretada lleva el logotipo centrado al margen superior, respetando 1/2" de pinza. La información de la empresa está colocada al margen inferior izquierdo, utilizando varias líneas para no ocupar demasiado espacio del cuerpo de la carta.
Se le ha colocado una pantalla de una parte del logotipo a una tinta en diferentes porcentajes. Este diseño tiene un balance visual entre imágenes que lo hace más atractivo al ojo. No resultando ser convencional como la opción anterior.



Esta hoja está diseñada de forma sencilla y limpia. El logotipo de la institución se coloca al margen superior izquierdo, se le agrega el texto complementario en la parte inferior izquierda de la hoja. Es un diseño común con la única variante de un degradado en color azul que viene de izquierda a derecha de la hoja.

2.3.2.8.2 Sobre membretado



Este diseño lleva el logotipo al margen superior izquierdo. La información de la empresa está centrado en una línea al margen inferior, respetando un margen de 1/2" de pinza. En un diseño convencional aunque muy limpio, deja un espacio suficiente y despejado para incluir nombre y dirección del destinatario.



Este diseño al contrario del anterior, tiene una pantalla que lo hacer ser más atractivo, sin saturar el espacio de diseño. El logotipo se coloca al margen superior izquierdo. La información de la empresa se coloca en la parte inferior izquierda justificada a la izquierda, en varias líneas. La pantalla se coloca al margen derecho dejando completamente libre el espacio para incluir información adicional del destinatario. Es un diseño que aunque tiene más de dos elementos no se sobrecargado.

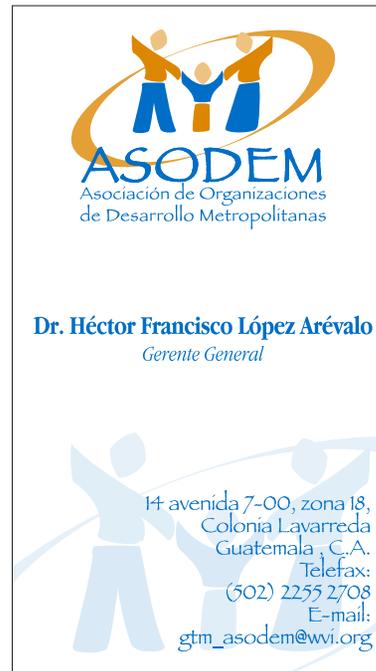


El diseño de este sobre no varía mucho en cuestión de elementos. Incluye los elementos necesarios como es el logotipo colocando en el margen superior izquierdo del sobre. La información complementaria se coloca hacia el mismo lado solo que al margen inferior. Tiene como variante un degradé en color azul. Es un diseño sencillo.

2.3.2.8.3 Tarjeta de presentación



Este diseño de tarjeta de presentación está en forma horizontal. El logotipo usa la mitad del espacio disponible, centrado horizontalmente. La información adicional se coloca justificada al margen derecho del logotipo. Es un diseño común.

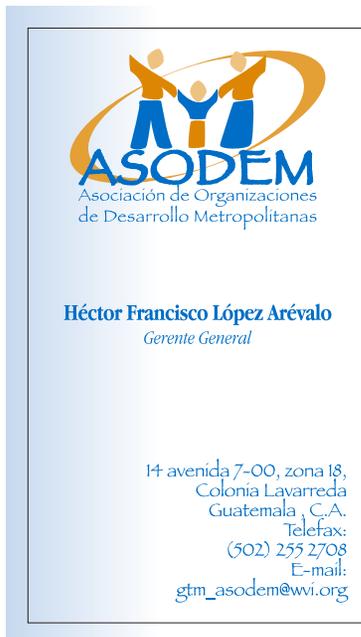


Este diseño no es tan común como el anterior. Se usa de forma vertical, poniendo en primer plano centrado al margen superior, el logotipo de la empresa.

Sigue nombre y cargo del empleado, centrado verticalmente en dos líneas.

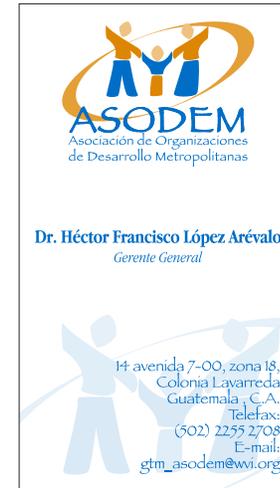
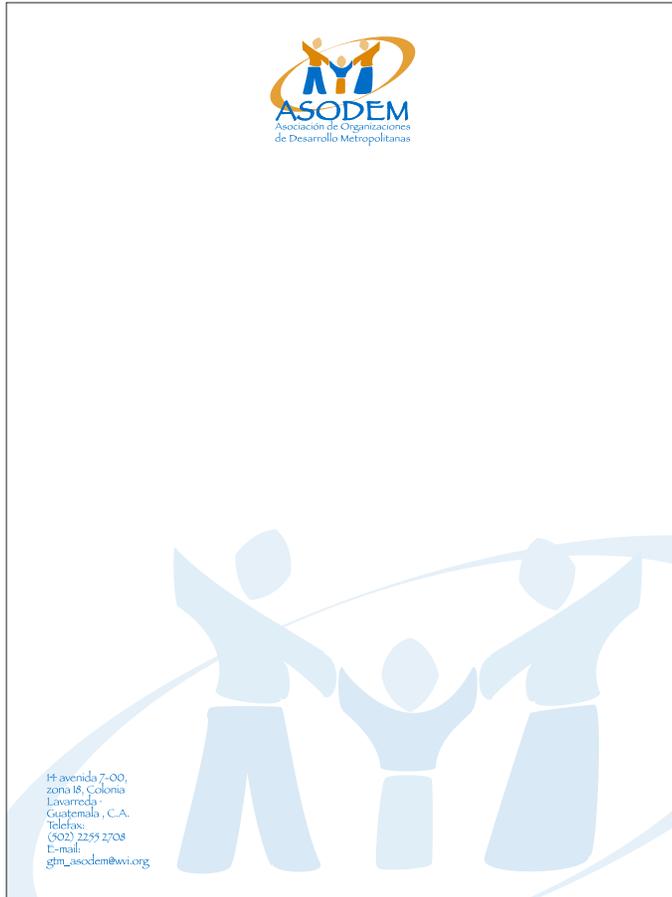
La información complementaria de la empresa se coloca al margen inferior derecho, justificado a la derecha, sobre una pantalla a un tono en diferentes porcentajes.

Este diseño aunque está conformado por más de un elemento causa un efecto visual de integración, ya que la misma se presenta ordenadamente.



Este diseño de tarjeta de presentación está en forma vertical. El logotipo se coloca centrado al margen superior seguido del nombre y cargo del empleado, centrado verticalmente en dos líneas. La información complementaria se coloca al margen inferior derecho, justificado a la derecha. A este diseño se le agrega una pantalla en degradé. Aunque es un diseño mejor trabajado, no tiene unidad con las demás piezas gráficas.

2.3.2.8.4 Boceto final papelería comercial



2.3.2.9 Pre-bocetos y bocetos Papelería administrativa

2.3.2.9.1 Memo



ASOCIACION DE ORGANIZACIONES DE DESARROLLO METROPOLITANAS
14 avenida 7-00, zona 18, Colonia Lavarreda - Guatemala
Telefax: (502) 2255 2708
E-mail: gtm_asodem@wvi.org

MEMO

Para: _____ Fecha: _____
Asunto:

Por el desarrollo familiar



ASODEM
Asociación de Organizaciones
de Desarrollo Metropolitanas

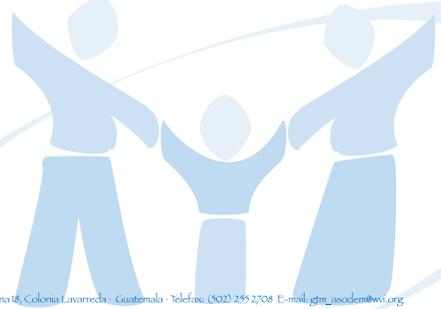
Formato tamaño carta funcional para ser manejado dentro o fuera de la empresa. Este diseño deja de ser convencional. La información general de la empresa se sitúa centrado horizontalmente al margen superior. La información dada por el remitente es únicamente la necesaria. El logotipo de la empresa se coloca en el margen inferior derecho, y el slogan hacia al margen izquierdo. Este es un diseño diferente pero no presenta a primera vista a la empresa.

El formato de una hoja para memo es tamaño carta, funcional para ser impreso o enviado por medio de fax o por correo postal, y se ajusta fácilmente a un sobre comercial. Este diseño incluye el logotipo de la empresa centrado al margen superior, incluye el distintivo MEMO al margen izquierdo, seguido por la información de identificación standard. De esta manera, el cuerpo del memo queda completamente libre. Este formato es sencillo y contemporáneo.



MEMO

Para:
De:
CC:
Fecha:
Asunto:



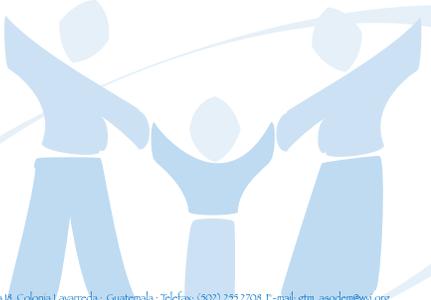
14 avenida 7-00, zona 18, Colonia Lavarreda - Guatemala - Telefax: (502) 2255 2708 E-mail: gtm_asodem@wvi.org

2.3.2.9.2 Hoja para fax



FAX

Para: _____ No. Tel.: _____
 De: _____ No. Tel.: _____
 cc: _____ Fecha: _____
 Asunto: _____



H. avenida 7-00, zona 18, Colonia Lavarreda - Guatemala - Telef: (502) 2352708 E-mail: gtm_asodem@wvi.org

Esta opción a diferencia de la otra lleva el logotipo centrado al margen superior. La dirección de la empresa se coloca centrada sobre el margen inferior.

Luego de esta parte del diseño se coloca la información necesaria de identificación tanto del remitente como del destinatario. Se coloca una pantalla del logotipo a una tinta y en diferentes porcentajes al margen inferior derecho. Este diseño sale de lo común y convencional y se vuelve más atractivo sin estar saturado de información.



14 avenida 7-00, zona 18, Colonia Lavarreda - Guatemala
 Telefax: (502) 2255 2708 E-mail: gtm_asodem@wvi.org



FAX

Para: _____ De: _____
 CC: _____ Páginas: _____
 Teléfono: _____ Fecha: _____
 Asunto: _____

Urgente Para revisar Comentarios Responder Recibir

Las hojas para fax pueden usarse dentro de la misma empresa y con otras oficinas. Es necesario presentar a la organización desde el primer momento en que se ve el formato. Este diseño presenta el logotipo de la empresa en la parte superior derecha y la dirección de la misma, al margen izquierdo. Luego, sigue la identificación FAX seguido por la información pertinente. El cuerpo de la carta queda limpio.

2.3.2.9.3 Factura



14 Avenida 7-00 Zona 18
Colonia Lavarreda
Guatemala, Ciudad
Tel.: 255-2708



FACTURA No. 0001

Nit. 2019053-0

Lugar: _____ Fecha: _____
 Nombre: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ NIT: _____

DESCRIPCION	VALOR
<small>TOTAL</small>	

Color Press Nit. 577112-9 del 001 al 1000 según resolución No. 2001-1-1-85777 de fecha 25 de julio del 2001.



14 Avenida 7-00 Zona 18, Colonia Lavarreda
Guatemala, Ciudad
Tel.: 2255-2708

FACTURA No. 0001

Nit. 2019053-0

Lugar: _____ Fecha: _____
 Nombre: _____
 Dirección: _____
 Teléfono: _____ NIT: _____

DESCRIPCION	VALOR
<small>TOTAL</small>	

Color Press Nit. 577112-9 del 001 al 1000 según resolución No. 2001-1-1-85777 de fecha 25 de julio del 2001.

CODIGO - 001

El primer boceto de esta factura se hizo a una sola tinta. El logotipo de la asociación va centrado horizontalmente, dejando hacia el margen derecho los datos de identificación de la misma y al margen derecho se coloca el número de factura correspondiente. La información complementaria está diagramada dentro de unos recuadros que saturan un poco el diseño y lo cargan de elementos.

Este diseño a diferencia del anterior, es menos saturado de elementos sin dejar de incluir todos aquellos que son necesarios. Incluye el logotipo de la asociación, los datos de ubicación, el número de factura y NIT. Está seguido de los textos complementarios que para su fácil lectura se usa una tipología llamada Arial a diferentes puntos. Únicamente el logotipo está a dos tintas, y los textos y líneas están a un color identificado como pantone 300C.

2.3.2.9.4 Recibo de caja



El formato de este recibo es un tamaño estándar, se ha tratado que tenga equilibrio en la ubicación de sus elementos. El titular o nombre de documento se coloca centrado horizontalmente, dejando espacio en ambos lados para colocar el logotipo de la asociación y el No. De identificación.

En la parte inferior se colocó un recuadro donde se incluyen los datos necesarios en un recibo seguidos de una línea para la información complementaria.

Al margen inferior se deja un espacio para colocar firma y sello.

Se usa Arial a diferentes puntos, en color azul. Esta tipología por no tener *serifs* facilita la lectura y se puede aprovechar bien el interlineado.

2.3.2.9.6 Nota de envío

Nombre: _____
 Dirección: _____
 Fecha: _____

NOTA DE ENVIO No.

 ASODEM
 Asociación de Organizaciones
 de Desarrollo Metropolitanas
 14 Avenida 7-00 Zona 18,
 Colonia Lavarreda • Guatemala, Ciudad
 Tel.: 2255-2708

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN

Nombre: _____
 Entregado Por: _____ Recibí conforme _____

NOTA DE ENVIO No.

 ASODEM
 Asociación de Organizaciones
 de Desarrollo Metropolitanas
 14 Avenida 7-00 Zona 18,
 Colonia Lavarreda • Guatemala, Ciudad
 Tel.: 2255-2708

Nombre: _____
 Dirección: _____
 Fecha: _____

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN

CODIGO - 004

Nombre: _____
 Entregado Por: _____ Recibí conforme _____



Dadas las dos opciones de posición del formato del diseño, se decidió hacerlo de forma vertical. Esto ayuda a que el uso del espacio disponible sea más efectivo porque se necesita más espacio a lo largo que a lo ancho.

Se trata de que todas las piezas gráficas tengan relación entre sí y parezcan como una familia. El uso de la tipología Arial y el color son fundamentales para que tengan una misma línea de diseño.

El logotipo es ubicado al margen superior izquierdo, el nombre del documento y la dirección de la asociación se ubica centrado, dejando el espacio disponible para el No. Correlativo.

La información complementaria se coloca seguida del encabezado centrado hacia ambos márgenes. El recuadro no está cargado de elementos. Siendo estos elementos los indispensables para un documento como éste.

Imagen Corporativa - ASODEM -

2.3.2.9.7 Boleta de liquidación de sueldos

ASODEM
Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas

BOLETA LIQUIDACION DE SUELDOS

14 Avenida 7-00 Zona 18,
Colonia Lavarreda • Guatemala, Ciudad
Tel.: 255-2708

Fecha: _____
Periodo: _____
Nombre Completo: _____

Sueldo Nominal	Q. _____	
Bonificación	_____	
Otros:	_____	
TOTAL	_____	Q. _____
I.G.S.S.	Q. _____	
Banco de los trabajadores	_____	
Descuentos Varios	_____	
Descuentos Judiciales	_____	
Anticipo	_____	Q. _____
LIQUIDO A RECIBIR	_____	Q. _____

Recibí de conformidad el importe neto indicado en la presente liquidación, que cubre la totalidad de los servicios prestados durante el periodo referido.

_____ firma

ASODEM
Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas

BOLETA LIQUIDACION DE SUELDOS

14 Avenida 7-00 Zona 18,
Colonia Lavarreda • Guatemala, Ciudad
Tel.: 2255-2708

Fecha: _____
Periodo: _____
Nombre Completo: _____

Sueldo Nominal	Q. _____	
Bonificación	_____	
Otros:	_____	
TOTAL	_____	Q. _____
I.G.S.S.	Q. _____	
Banco de los trabajadores	_____	
Descuentos Varios	_____	
Descuentos Judiciales	_____	
Anticipo	_____	Q. _____
LIQUIDO A RECIBIR	_____	Q. _____

Recibí de conformidad el importe neto indicado en la presente liquidación, que cubre la totalidad de los servicios prestados durante el periodo referido.

_____ firma

CODIGO - 005



Este formato es más funcional si se usa un tamaño estándar y en posición vertical. Se colocó un recuadro que une cada uno de sus elementos, formando tres bloques de información divididos únicamente por una línea. Esto da más unidad al diseño porque forman una sola pieza.

El logotipo y nombre del documento se colocaron centrados al margen superior, dando equilibrio a todo el formato.

Entre un tipo de letra Arial y un Times se elige el primero por su legibilidad y mejor uso en cuanto a espacio. Diseño a dos tintas.

Imagen Corporativa - ASODEM -

2.3.2.9.9 Vale y vale de caja chica

Vale



Vale: _____

Por: _____

_____ Quien Recibe _____ Quien Entrega

Vale de Caja Chica



Vale: _____

Por: _____

_____ Quien Recibe _____ Quien Entrega



Vale **No.**



_____ Día _____ Mes _____ Año

Vale a: _____

Por: _____

_____ Quien Recibe _____ Quien Entrega

CODIGO - 007



Vale de Caja Chica **No.**



_____ Día _____ Mes _____ Año

Vale a: _____

Por: _____

_____ Quien Recibe _____ Quien Entrega

CODIGO - 008

El diseño de estas dos piezas varía únicamente en el nombre del documento, ya que su función es la misma.

Es un formato pequeño (3.5 x 4.5”), ya que no requiere de una cantidad grande de elementos.

Se diseña a dos tintas únicamente, se incluyen el logotipo de la asociación, el nombre del documento y la información complementaria en tipografía Arial, con Pantone 300c.

2.3.2.9.12 Comprobante de Depósito

Comprobante de Depósito
Departamento de Finanzas



ASODEM
Asociación de Organizaciones
de Desarrollo Metropolitanas

Fecha: _____

Cta. No.	Descripción	Centro de Costo	Debe	Haber

Hecho Por: _____ Autorizado Por: _____
 Revisado Por: _____ CTE No. P- _____





ASODEM
Asociación de Organizaciones
de Desarrollo Metropolitanas

Comprobante de Depósito
Departamento de Finanzas

Fecha: _____

Cta. No.	Descripción	Centro de Costo	Debe	Haber

CODIGO - 011

Hecho Por: _____ Autorizado Por: _____
 Revisado Por: _____ CTE No. P- _____

El formato de esta pieza gráfica es vertical por el espacio que debe quedar libre para completar. Es un diseño sencillo pero que une todos los elementos básicos del mismo, como son: nombre del documento, logotipo de la asociación, fecha, datos específicos por columna, y el espacio para firmas de autorización y revisión.

Es un diseño limpio. Se utilizó tipografía Arial, color azul Pantone 300C, tanto para la tipografía como para las líneas y recuadros.

Se imprime sobre fondo blanco.

2.3.2.9.14 Cuadro de análisis de proveedores




CUADRO DE ANALISIS DE PROVEEDORES

Fecha:

Cantidad	Descripción	Proveedor No. 1	Proveedor No. 2	Proveedor No. 3

Hecho Por:	Revisado Por:	Autorizado Por:
------------	---------------	-----------------



CUADRO DE ANALISIS DE PROVEEDORES

Fecha: _____

Cantidad	Descripción	Proveedor No. 1	Proveedor No. 2	Proveedor No. 3

Hecho Por: _____	Revisado Por: _____	Autorizado Por: _____
Observaciones: _____		

CODIGO-013



Este diseño es muy similar al comprobante de diario. Se convierte en un diseño sobrio pero que incluye todos los elementos necesarios. Los elementos bien distribuidos provocan un recorrido visual sencillo. Se incluyen los datos de identificación (logotipo, nombre del documento, y fecha), centrados al margen superior.

El recuadro para la información complementaria únicamente lleva un bloque donde se incluyen los titulares sobre un fondo azul. El resto del cuadro queda en blanco con líneas azules.

Imagen Corporativa - ASODEM -

2.3.2.9.19 Cronograma semanal de actividades



Cronograma Semanal de Actividades


Nombre: _____ Cargo: _____

Día	A.M.	P.M.
LUNES		
MARTES		
MIÉRCOLES		
JUEVES		
VIERNES		
SABADO		
DOMINGO		

Firma: _____

Cronograma Semanal de Actividades


Nombre: _____ Cargo: _____

Día	FECHA	A.M.	P.M.
LUNES			
MARTES			
MIÉRCOLES			
JUEVES			
VIERNES			
SABADO			
DOMINGO			

Firma: _____

CODIGO - 018



Este cronograma o calendario es utilizado para reportar las actividades realizadas diariamente. Es necesario tener espacio disponible para ser llenado a mano primordialmente.

Esto hace que los elementos complementarios sean diagramados de manera funcional. Para este formato se decidió hacer en forma horizontal utilizando la parte superior para el logotipo de la asociación, así como el nombre del documento y la información complementaria. Esta diagramación deja espacio para el recuadro que contiene días de la semana y espacio para actividades en la mañana y tarde.

Es un diseño sencillo pero que sigue el mismo recorrido que las piezas anteriores.

2.3.2.9.20 Historial del niño



HISTORIAL DEL NIÑO

Visión Mundial

TRANSFERENCIAS	PDA Regional _____ No. _____
NIÑO NUEVO <input type="checkbox"/> Reserva <input type="checkbox"/> Crecimiento <input type="checkbox"/>	PDA Micro-regional _____
ACTIVACIONES	Comunidad donde vive el niño _____
ACTUALIZACION	Fecha de elaboración de este historial _____

1. No. del Niño: _____ 2. Nombre del niño: _____ (apellidos) _____ (nombre) _____

3. Sexo: _____ 4. Fecha de nacimiento: _____ (Día / Mes / Año) _____ 5. Verificada: Partida de nacimiento Partida de bautismo No verificada

6. Educación: Castellización Párvulos Primaria Secundaria Educación especial/extrique: _____

7. Religión del niño: Grado _____ Grado _____

8. No estudia, explique: _____ 9. Materia favorita: _____

10. Salud: Buena Mala 11. Discapacitado físicamente/explique: _____

12. En que ayuda en su casa: _____ 13. Juego favorito: _____

14. Trabaja el niño: si No De qué trabaja: _____

15. Cuándo trabaja el niño: _____ 16. Con quién trabaja: _____

17. Cuánto tiempo trabaja el niño a la semana: _____

18. Cuántos hermanos tiene: _____ 19. Cuántas hermanas tiene: _____

20. El niño vive con: La madre solamente Orfanatorio El padre solamente Familiares Ambos padres Con la madre, pero el esposo no es el padre Otros (especifique) _____ Con el padre, pero la esposa no es la madre

21. Situación de la madre: Abandonó Murió Salud Desapareció Buena Regular Mala Separada

22. Situación del padre: Abandonó Murió Salud Desapareció Buena Regular Mala Separada

23. Empleo de la madre: Empleada Empleada por su cuenta Sin empleo

24. Empleo del padre: Empleada Empleada por su cuenta Sin empleo

25. Cuál es el trabajo de la madre: _____

26. Cuál es el trabajo del padre: _____

27. Grupo étnico del niño: _____ 28. Idioma del niño: _____

Nombre de la madre: _____ Edad de la madre: _____

Nombre del padre: _____ Edad del padre: _____

INFORMACIÓN SOBRE HERMANOS/HERMANAS					
Nombre	Edad	# Patrocinio	Nombre	Edad	# Patrocinio

MARCAR HUELLA DEL COMPEDICENTE CUANDO NO SEAN PRIMA. NOTA: EN CASO DE NACER MÁS DE UN NIÑO DEBE ASERTARSE UNA PARTIDA PARA CADA UNO, ADELANTE DEL ORDEN EN QUE HAYAN NACIDO.

HISTORIAL DEL NIÑO

Visión Mundial

TRANSFERENCIAS	PDA Regional _____ No. _____
NIÑO NUEVO <input type="checkbox"/> Reserva <input type="checkbox"/> Crecimiento <input type="checkbox"/>	PDA Micro-regional _____
ACTIVACIONES	Comunidad donde vive el niño _____
ACTUALIZACION	Fecha de elaboración de este historial _____

1. No. del Niño: _____ 2. Nombre del niño: _____ (apellidos) _____ (nombre) _____

3. Sexo: _____ 4. Fecha de nacimiento: _____ (Día / Mes / Año) _____ 5. Verificada: Partida de nacimiento Partida de bautismo No verificada

6. Educación: Castellización Párvulos Primaria Secundaria Educación especial/extrique: _____

7. Religión del niño: Grado _____ Grado _____

8. No estudia, explique: _____ 9. Materia favorita: _____

10. Salud: Buena Mala 11. Discapacitado físicamente/explique: _____

12. En que ayuda en su casa: _____ 13. Juego favorito: _____

14. Trabaja el niño: si No De qué trabaja: _____

15. Cuándo trabaja el niño: _____ 16. Con quién trabaja: _____

17. Cuánto tiempo trabaja el niño a la semana: _____

18. Cuántos hermanos tiene: _____ 19. Cuántas hermanas tiene: _____

20. El niño vive con: La madre solamente Orfanatorio El padre solamente Familiares Ambos padres Con la madre, pero el esposo no es el padre Otros (especifique) _____ Con el padre, pero la esposa no es la madre

21. Situación de la madre: Abandonó Murió Salud Desapareció Buena Regular Mala Separada

22. Situación del padre: Abandonó Murió Salud Desapareció Buena Regular Mala Separada

23. Empleo de la madre: Empleada Empleada por su cuenta Sin empleo

24. Empleo del padre: Empleada Empleada por su cuenta Sin empleo

25. Cuál es el trabajo de la madre: _____

26. Cuál es el trabajo del padre: _____

27. Grupo étnico del niño: _____ 28. Idioma del niño: _____

Nombre de la madre: _____ Edad de la madre: _____

Nombre del padre: _____ Edad del padre: _____

INFORMACIÓN SOBRE HERMANOS/HERMANAS					
Nombre	Edad	# Patrocinio	Nombre	Edad	# Patrocinio

MARCAR HUELLA DEL COMPEDICENTE CUANDO NO SEAN PRIMA. NOTA: EN CASO DE NACER MÁS DE UN NIÑO DEBE ASERTARSE UNA PARTIDA PARA CADA UNO, ADELANTE DEL ORDEN EN QUE HAYAN NACIDO.

Este formulario tiene una gran cantidad de elementos, los cuales deben ser incluidos todos y en el mismo orden. El tipo de letra y tamaño han sido claves para la buena diagramación de sus elementos. Ya que es necesario usar todo el espacio que se tenga disponible, aunque la información es grande puede ubicarse de tal forma que no se vea saturado y que su lectura no sea complicada.

Esta diagramación incluye únicamente en el encabezado el logotipo de la asociación, el logotipo de la asociación que los apoya, y el nombre del formulario.

Los cuadros y líneas, así como la tipología están en color azul, y en Arial a diferentes puntos.



Bocetaje material publicitario y promocional

2.3.2.10 Material publicitario

2.3.2.10.1 Afiche

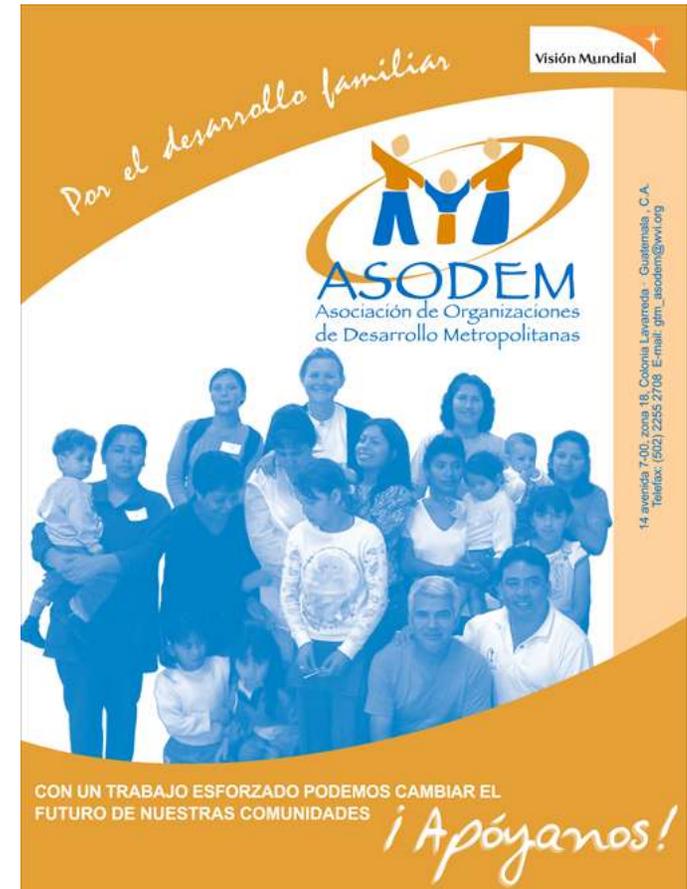


El afiche nos sirve para dar a conocer a la asociación dentro de otras organizaciones afines, con la comunidades y con aquellas personas que son posibles donantes o colaboradores.

El formato del afiche es vertical. La ubicación de sus elementos están distribuidos de tal forma que tenga un recorrido visual. Se incluye el logotipo de la organización, el slogan, textos complementarios, y la frase captadora. Se cree conveniente agregar los datos de ubicación física de la asociación para que todos aquellos que estén interesados en recibir información más detallada puedan dirigirse al lugar.

El uso de fotografías capta la atención y expresan de forma objetiva el mensaje que sea transmitir, en este caso las actividades que la misma realiza.

El afiche está elaborado a full color, impreso en textcote 12.



Estos bocetos de afiche muestran diferentes formas de diagramar, diseñar y transmitir un mensaje. Son diseños sencillos que no van más allá de lo que usualmente vemos.

En algunos las gráficas se han sustituido por texto lo que hace que el diseño sea poco atractivo. Varios de estas diagramaciones no tienen un recorrido visual y tienen a confundir el mensaje, y a esto le agregamos que el diseño no sigue un mismo patrón con las otras piezas que conforman la imagen de la asociación.

Debemos encontrar un diseño que no solo sea parte de una misma familia, sino que a su vez sea efectivo para captar la atención de aquellos a quienes les llevamos la información. Debe ser un diseño sencillo y fácil de comprender, y que los costos de impresión no sean tan elevados.

2.3.2.10.2 Trifoliar



PROGRAMAS

Educación

- Salud
- Gestión Comunitaria y Administrativa
- Patrocinio
- Ciudad Juveniles

QUELINES FORMAN PARTE DE ASODEM

Fundación Visión Mundial Guatemala

- Asociación Guatemalteca de Desarrollo AGUDESA
- Asociación de Desarrollo TI Cincaeste (Centro Educativo El Tule)
- Asociación de Desarrollo Comunitades Unidas Ayanac
- Asociación de Desarrollo Juntos Programas Canillitas (Zona 18)
- Asociación de Desarrollo Palencia
- Asociación de Desarrollo Comunitades Unidas de Chimalta

Si desea conocer un poco más de quienes somos y qué hacemos, comuníquese con nosotros en los teléfonos o en el correo electrónico.

14 ave 7-00, zona 18, Colonia Lavarredo, Guatemala. Tel.: (502) 2255 2708 GTM_asodem@wvi.org

En ASODEM trabajamos a 3,900 niños/as y a sus familias en 17 aldeas y 16 caseríos, como parte de los proyectos de desarrollo ejecutados por las asociaciones que nos integran.

Por el desarrollo familiar

El diseño de un trifoliar requiere de información precisa pero que transmita un mensaje completo. Este boceto incluye en la portada el logotipo y slogan de la asociación.

QUELINES SOMOS

ASODEM

La Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas surgió como una estrategia de trabajo de la Fundación Visión Mundial Guatemala, "... que es una organización cristiana no gubernamental, que forma parte de Visión Mundial Internacional (World Vision)", que canaliza recursos financieros y técnicos para el desarrollo transformador sostenible apoyando el desarrollo de comunidades pobres y excluidas del país, enfocada fundamentalmente en la niñez.

PROPOSITOS

Promover capacidad multibicógnita a los miembros activos, directivos, personal, técnico, administrativo y ejecutivo, de las entidades miembros.

REPRESENTAR, ELABORAR Y PROMOVER PROYECTOS PARA OBTENER EL APOYO TÉCNICO Y FINANCIERO PARA LA EJECUCIÓN DE LOS PROYECTOS DE DESARROLLO Y DE SUS ENTIDADES.

VELAR POR UN PERMANENTE Y MEJOR DESARROLLO DE LAS ENTIDADES.

Promover el desarrollo transformador sostenible con valores cristianos y con participación activa de hombres y mujeres con énfasis en la niñez.

Facilitar la comercialización de los productos de la región.

Fortalecer los valores pluriculturales y multilingües de la región en concordancia con la naturaleza de la asociación.

PRESENTAR Y COORDINAR LAS RELACIONES ENTRE LAS ENTIDADES MIEMBROS, PROPORCIONANDO ASISTENCIA ECONÓMICA Y TÉCNICA A LAS NIÑAS.

En el tiro y retiro se incluye información específica de la asociación así como una serie de fotografías. Este diseño es sencillo sin mucho movimiento.

Este diseño en particular tiene como característica la plantilla en forma de óvalo utilizada como fondo que es un elemento gráfico que busca unidad con otras piezas diseñadas. El color naranja connota calidez y es un color muy atractivo y que llama la atención. Las fotografías utilizadas han sido trabajadas a full color. La tipología utilizada en los titulares se llama *Papyrus*, es un tipo de letra que tiene movimiento, tiene serifs pero es legible. Se utiliza en altas y bajas en colores azul y naranja. La tipología utilizada en los textos complementarios se llama *Futura BK BT*, es un estilo que provee un interlineado adecuado, no tiene serifs, lo cual facilita la lectura, y hace buen uso del espacio disponible.

Los titulares se colocan con colores azul y naranja, y el texto complementario en negro. En este diseño se incluye el logotipo de la asociación y de la organización que los apoya directamente, se incluye el slogan, y los datos generales de ubicación de la asociación. Estos elementos se incluyen de acuerdo a las especificaciones ya establecidas.

ASODEM

Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas

Visión Mundial

Si desea conocer un poco más de quienes somos y qué hacemos, por favor contáctenos a:

14 ave. 7-00, zona 18, Colonia Lavarredo, Guatemala
Tel.: (502) 2255 2708
GTM_asodem@wvi.org

Por el desarrollo familiar

ASODEM

Educación

Las asociaciones que integran ASODEM han desarrollado sistemas educativos y han logrado la donación de materiales que favorecen a un promedio de 4,500 niños/as de nivel primario que asisten a las 34 escuelas públicas de la zona.

Se ha beneficiado a la población con alfabetización y primaria costoadora, entre otros.

Salud

ASODEM apoya con jornadas de salud llevando asistencia médica a niños y familias, las cuales cubren: inmunizaciones, atención a casos especiales, odontología, promociones de salud (alimentación, maternidad, prevención IRA y GDA, prevención VIH), las cuales se llevan a cabo como parte de las festividades de salud.

De igual manera se ha logrado la construcción de drenajes en diferentes comunidades.

Gestión Comunitaria y Administrativa

Se ha logrado fortalecer la capacidad de gestión de las asociaciones socias, a través de la capacitación, asesoría, acompañamiento y monitoreo.

Patrocinio

En el programa de patrocinio se trabajan diferentes áreas. Cada niño patrocinado es beneficiado de la siguiente manera:

- Reciben charlas educativas.
- Se les apoya con mejoras a vivienda.
- Se apoyan los niños que tienen bajo peso.
- Se provee pago de inscripción, mochila con útiles, becas a beñitos, escuelas bíblicas de vacaciones y celebración de cumpleaños.
- Se selecciona a familias para que se involucren en el desarrollo de proyectos productivos.

2.3.2.10.3 Volante



El volante es una pieza de diseño que se usa para promocionar una actividad precisa o para dar a conocer de forma sencilla una empresa.

Este volante se diseñó a una tinta, el logotipo y fotografía ubicados en el tiro están a diferentes porcentajes, usando para este efecto una sola tinta. Es un diseño atractivo y un material que se reproduce en cantidades grandes debido a la distribución, lo que hace necesario que sus costos de impresión no sean elevados.

El texto colocado en el retiro se hizo a una tinta con la tipología llamada *EnviroD* a 10 y 12 pts. Este es un tipo de letra moderno, firme y de fácil lectura. Es utilizado en altas y bajas.

Es un diseño atractivo, pero a diferencia de otras piezas gráficas no sigue una misma línea de trabajo, no tiene continuidad en el diseño.

El formato de este volante es vertical. Tiene dos plantillas de óvalos entrecortados en naranja y celeste (usando como referencia los colores corporativos). En el tiro se incluye el logotipo y slogan de la asociación y en el retiro la información complementaria, diagramación de tal forma que hace buen uso del espacio disponible y no se ve saturada.

El uso de la tipología provee un interlineado adecuado, y aunque es un tipo de letra que tiene serifs no se distorsiona.

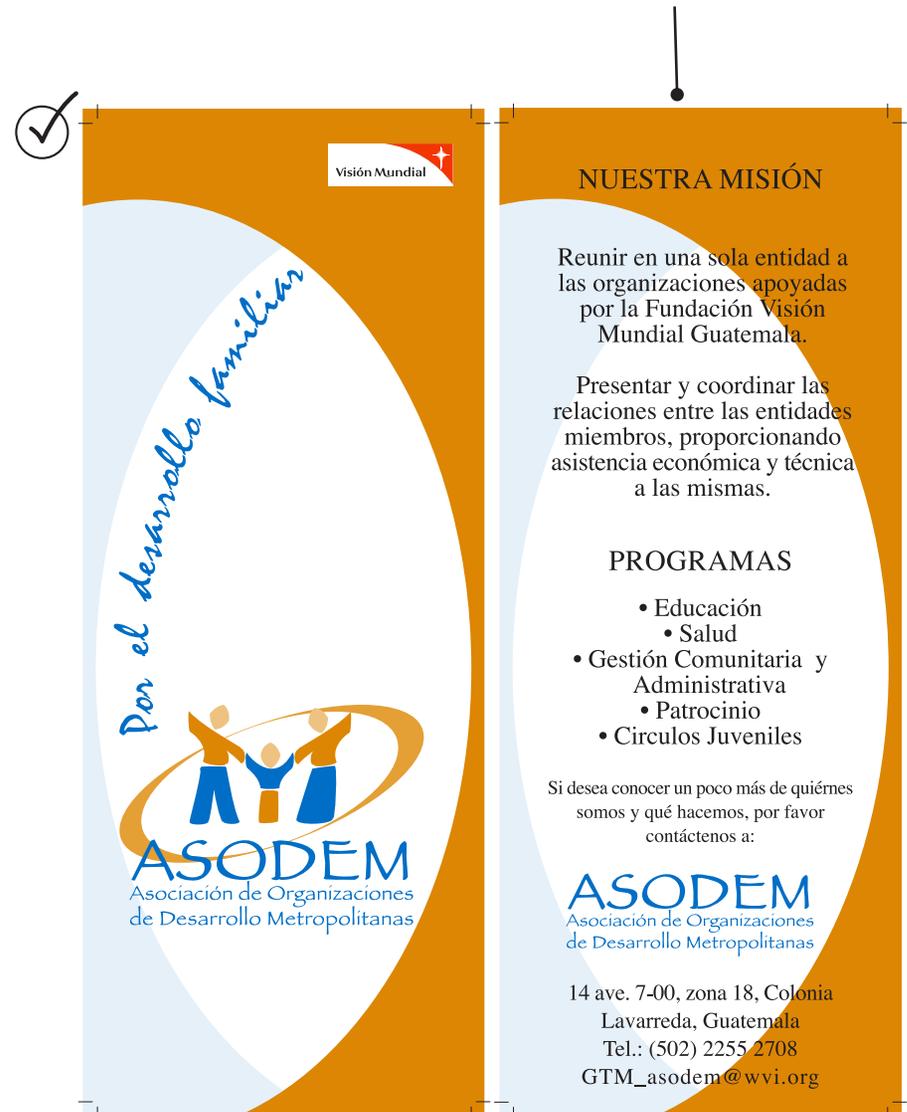


Imagen Corporativa - ASODEM -

2.3.2.10.5 Diploma



El diploma diseñado para la asociación tiene un formato horizontal. El logotipo y títulos van centrados horizontalmente equilibrando el peso de las imágenes. Como complemento a la diagramación se le colocó una pantalla del logotipo a una tinta, elemento que proporciona movimiento.

El tipo de letra utilizado en el titular es *Apple Chancery*, el cuál es muy elegante y legible. Se usa en altas y bajas, y es el mismo tipo que aparece en el texto complementario. Se usan los colores azul y naranja.

El diseño es ordenado y limpio, y deja suficiente espacio para el texto que se escribe adicionalmente para el nombre de la persona a quien se hace entrega del diploma, la fecha y las firmas respectivas.

2.3.2.10.6 Carpeta o folder



El diseño de esta carpeta es sencillo pero da una buena imagen de la asociación. Es un diseño limpio, aunque no pobre en cuanto a color y diagramación.

El logotipo es la carta de presentación de la organización razón por la cuál se colocó en primer plano. Se utilizaron dos plantillas azules, una colocada al margen inferior de la portada, y la otra en la contraportada como fondo al texto complementario.

El diseño está troquelado con una pestaña que va hacia adentro de la carpeta. La ubicación de las piezas tienen un balance visual.

Imagen Corporativa - ASODEM -

Dentro de esta categoría podemos incluir todos aquellos elementos que de una u otra forma sirven para promocionar las actividades y servicios que provee la asociación. Hemos diseñado una serie de piezas que hacen este trabajo y que tienen como base el logotipo de la asociación.

El proceso de bocetaje muestra diferentes formas de poder presentar este material.

2.3.2.10.7 Rótulo de identificación

Bocetamos rótulos de identificación tanto para el edificio como para el vehículo (o vehículos) de la asociación. En estos diseños se incluye el logotipo a dos tintas con imágenes y colores ya establecidos. Lo que puede variar es el tamaño o la ubicación del mismo.



Finalmente se decidió por este diseño de rótulo de identificación del edificio. Es un formato de 1x1.5 metros elaborado en plástico vinílico que va atornillado, y es resistente a los diferentes climas.



2.3.2.10.8 Rótulo de identificación en vehículo de ASODEM



El diseño del rótulo de identificación para el vehículo es el logotipo de la asociación a dos tintas y será ubicado en ambas puertas (piloto y copiloto), para que pueda ser visto de diferentes ángulos. No incluye el nombre completo de la asociación, solamente las siglas, Este logotipo se hace en pintura o *sticker* vinílico.

Imagen Corporativa - ASODEM -

2.3.2.10.9 Playera y gorra

El diseño de la gorra y la playera como material promocional debe ser un formato que aunque sea convencional, sea creativo. Estos son algunos bocetos.



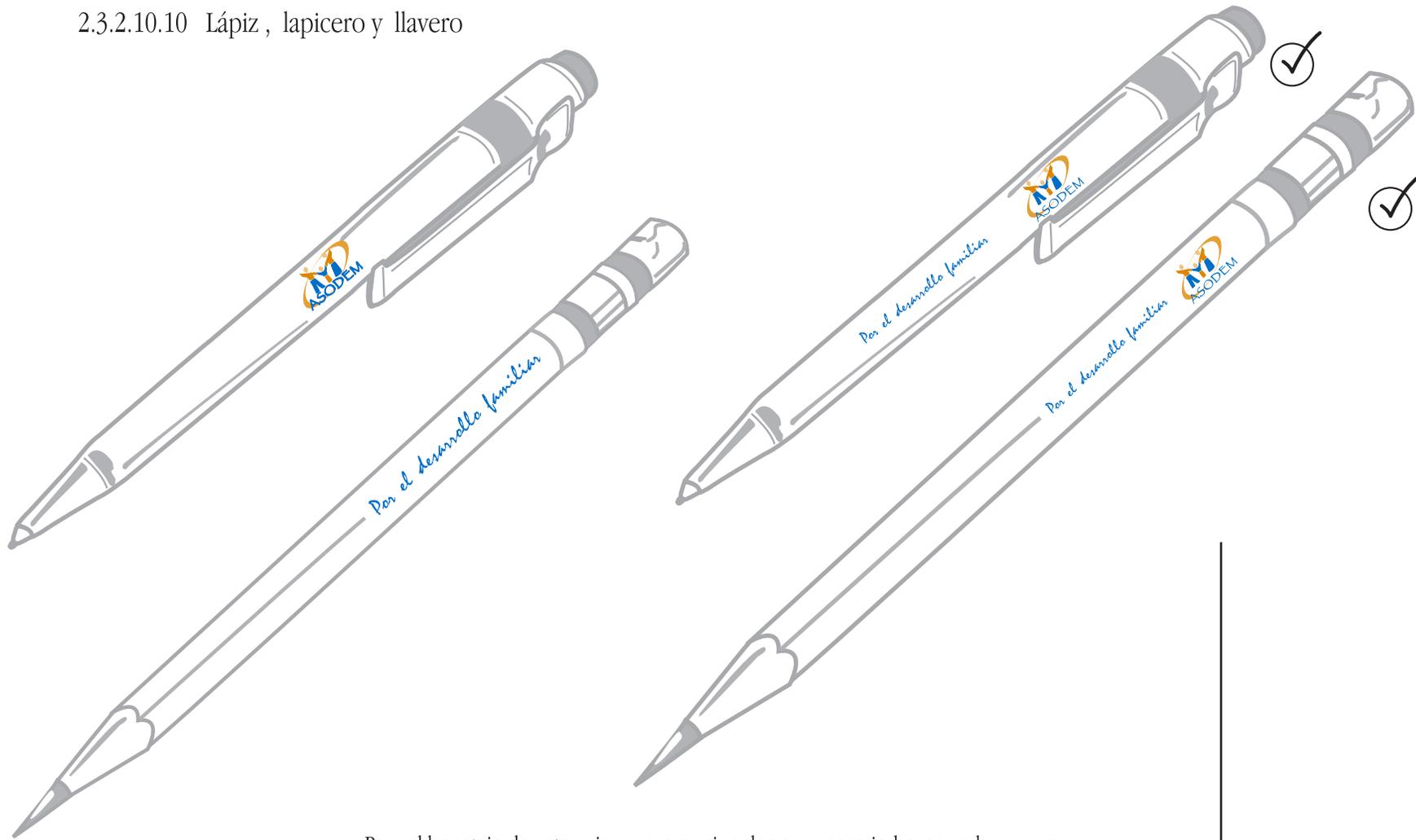
Finalmente se decidió por este diseño de gorra y playera. Debido al color del logotipo que es a dos tintas, naranja y azul, se usarán gorras talla única blancas u otro color que pueda combinarse con los colores corporativos, colocando el logotipo al frente, usando imágenes y siglas únicamente. Impreso en serigrafía.



En cuanto a la playera promocional, se usará playera en tallas S-M-L, color blanco u otro color que pueda combinarse a los colores corporativos. En la parte del frente de la playera se colocará hacia el lado superior derecho el logotipo de la asociación a dos tintas impreso en serigrafía, con imágenes y el nombre en siglas únicamente. Seguido a esto y centrado se coloca el slogan. En la parte de atrás o espalda de la playera, se coloca el logotipo con el nombre completo de la asociación.

El uso del logotipo en ambos lados de la playera hace que el diseño sea visto, siendo este un diseño moderno.

2.3.2.10.10 Lápiz , lapicero y llavero



Para el bocetaje de estas piezas promocionales es necesario hacer un buen uso del espacio disponible. Debido a la forma y tamaño de los elementos no se puede llenar de muchas gráficas que lo hagan verse saturado.

Se han colocado únicamente dos elementos básicos y necesarios para que la pieza promocional cumpla con su objetivo: dar a conocer a la asociación y colocarse en la mente del consumidor del servicio.

Se incluyó el logotipo de la asociación a dos tintas, a un tamaño proporcional, y el slogan. Los lápices y lapiceros deben ser en blanco.



Hay una gran diversidad en cuanto a tamaño y estilo de estos elementos. Se decidió usar uno de forma cuadrada porque es el que mejor se ajusta al tamaño y forma del logotipo.

A esta pieza promocional únicamente se le incluye el logotipo en un lado, y el slogan e información de la ubicación de la oficina central de la asociación, en el otro. Estos elementos se colocan de acuerdo a las especificaciones de la imagen de marca. Logotipo a dos tintas y slogan a una tinta.

El texto complementario está en Papyrus, que como dijimos anteriormente es un tipo de letra legible y moderno, no tiene serifs.

2.3.2.10.11 Calcomanías



El formato de esta calcomanía es cuadrado. Se incluye el logotipo y el slogan de la asociación ya que es lo que se está promocionando directamente.

La calcomanía incluye, en ambas opciones, un degradé en azul y en el otro en naranja. Cuando se usa el degradé en color azul, el logotipo se incluye en degradé del mismo color, con el slogan en invertido.

Al usar un degradé de fondo color naranja el logotipo puede ser usado a dos tintas según indicaciones establecidas.

2.3.2.11 Pre-bocetos y bocetos Manual de Normas Gráficas



2.3.2.11.1 Portada



Para este diseño de portada de manual de normas gráficas, hemos usado elementos como el logotipo de la asociación, un titular, fotografías a full color, y una pantalla. Estos elementos hacen del diseño algo convencional. Aunque son llamativos no crean balance en la diagramación.

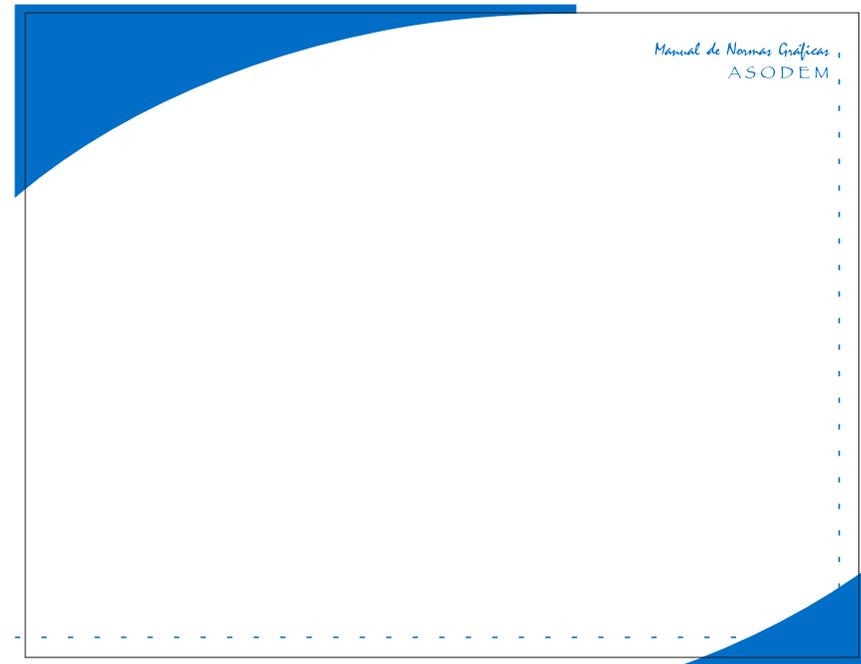
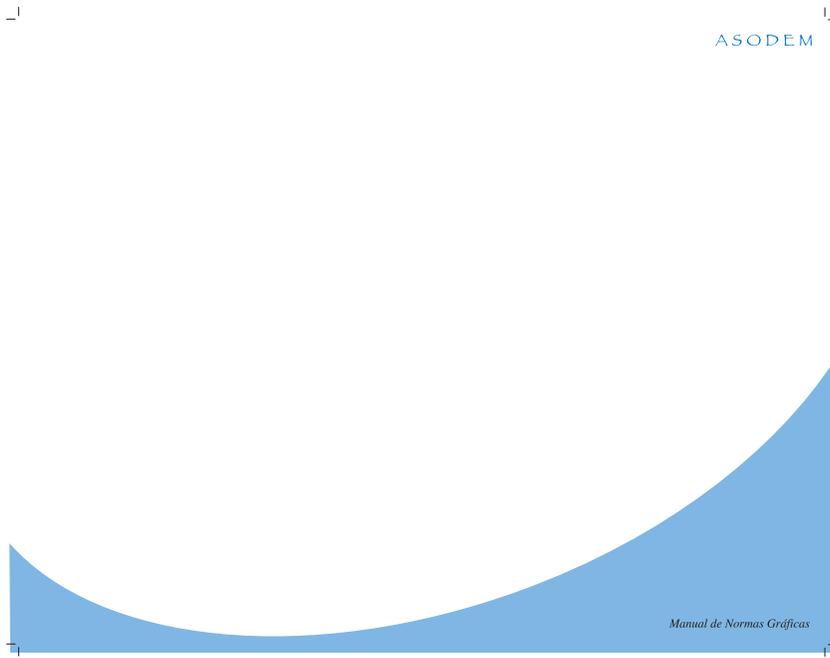


Este nuevo diseño posee elementos que lo integran al resto de las piezas elaboradas para este proyecto. Al igual que el anterior hemos utilizado fotografías, pero es una sólo colocada sobre el fondo blanco. Esta fotografía está trabajada a escala de pantone 300C.

Se ha usado un óvalo que deja hacia los márgenes una plantilla color azul. Estos elementos hacen buen uso del espacio disponible y sí se crea un balance visual.

Se agregó el logotipo de la asociación a dos tintas, y el nombre del documento. Para la tipología hemos usado Minstrel porque tiene movimiento y pertenece a la familia cursiva que es un tipo de letra apropiado para los encabezados y/o titulares. Para la elección del color se decidió por el azul, que forma parte de los colores corporativos y es un color que denota firmeza y elegancia.

2.3.2.11.2 Páginas interiores

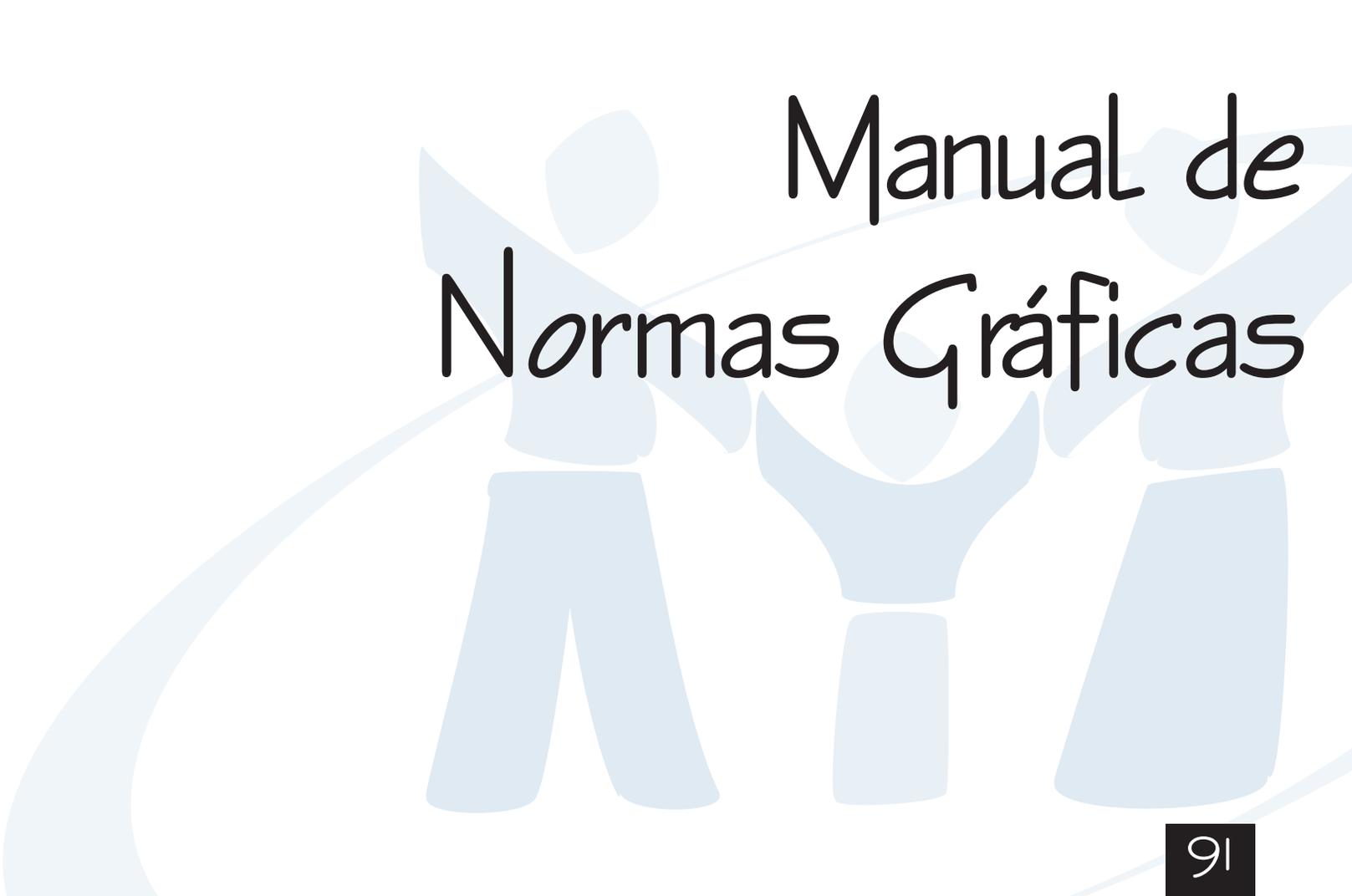


El diseño de las páginas interiores del manual de normas gráficas debe ir en concordancia con la portada, para que no se pierda la línea del diseño. En esta opción hemos colocado únicamente una pantalla en color azul, formada por un óvalo.

Como texto complementario únicamente se colocó el nombre de la asociación y el nombre del documento.

Para que este diseño sea atractivo sin tener que saturarlo, se ha colocado únicamente la plantilla de un óvalo al centro de la página, que deja un fondo azul hacia ambos márgenes (superior e inferior). A esta plantilla hemos agregado dos líneas punteadas para unir los elementos entre sí. Se le agregará el número de la página correspondiente en invertido, además del nombre del documento y el nombre de la asociación.

Se utiliza, al igual que en la portada, tipología Minstrel y Papyrus que es la usada para la imagen de marca. Ambos tipos de letra facilitan la lectura, aun cuando tienen movimiento.



Manual de Normas Gráficas

2.3.2.12 Manual de Normas Gráficas

Diseño de portada del Manual de Normas Gráficas



La portada del Manual de Normas Gráficas ha sido diseñada de tal manera que sea agradable a la vista, atractiva y que sea representativa de la asociación.

Esta portada tiene como fondo un óvalo invertido, usando un azul pantone 300c

Así mismo, tiene un collage de fotos de la asociación con los siguientes efectos.

- la fotografía se trabaja en escala de grises a 225 de resolución para que al imprimir el punto no sea tan abierto.
- Se le dan luces y contrastes de 48 y 60% respectivamente.
- El collage de fotos se traslada a Freehand y se le da el color pantone 300c y se coloca al fondo del óvalo como fondo complementario.

Se incluye el logotipo en la parte superior, centrado horizontalmente, el cual está a dos tintas, con una medida de 1.75 x 2.5”.

El titular está escrito con Minstrel a 53pts., color pantone 300c al 100%. Y el subtítulo tiene una tipología llamada Papyrus a 20pts., color negro.

Diseño de páginas interiores del Manual de Normas Gráficas



Las páginas interiores del Manual de Normas Gráficas, se diseñaron con una plantilla de un óvalo invertido en color azul pantone 300c.

En el margen inferior derecho se coloca el número de identificación de la página correspondiente. La tipología utilizada en la numeración es Arial Bold a 16pts. Por que es un tipo de letra legible y sin serifs.

Como parte del diseño se agregaron dos líneas punteadas, una sobre el margen inferior, y la otra sobre el margen derecho de forma vertical a 1.5pts. Para crear balance visual y unificar los elementos como un todo. Es un elemento decorativo.

Y como parte final del diseño se coloca al margen superior derecho el título del documento el cual aparecerá en cada una de las páginas interiores. El titular se escribe con la tipología llamada Minstrel a 16pts. y el subtítular en Papyrus a 16pts., ambos en color pantone 300c al 100%.

Presentación

Un Manual de Normas Gráficas se describe como un documento oficial que contiene las indicaciones por las cuales las organizaciones, empresas, asociaciones, entre otras, deberán ceñirse para la aplicación de la marca, símbolos y colores oficiales en publicidad, avisos, sobres, tarjetas de presentación y papelería en general.

El motivo de este documento es proporcionar a la Asociación de Organizaciones Metropolitanas de Desarrollo – ASODEM – un manual, que como se ha mencionado anteriormente le sirva en la aplicación de su marca en todos sus medios de comunicación visual.

Este documento presenta varios aspectos que forman parte de una imagen corporativa: imagen de marca, papelería comercial y administrativa, material promocional y publicitario.

Cada sección da indicaciones específicas en cuanto a medidas, colores, medios de impresión, etc. Todos debidamente implementados dan como resultado una imagen consolidada y bien definida en todas las áreas relacionadas con los medios de comunicación escritos.

Este es solo el inicio de un gran proyecto, que abre la puerta y da la pauta a la forma gráfica de trabajar de ASODEM. Este documento está abierto para que sea enriquecido e innovado de acuerdo a las necesidades que con el pasar del tiempo vayan surgiendo, tomando en consideración cada uno de los aspectos ya establecidos en la imagen de marca, que pueden ser implementados en otros proyectos, con la autorización de la Junta Directiva en funciones.

Logotipo



El logotipo de ASODEM está integrado por los siguientes elementos:

- **Imágenes y figuras:**

Está conformado por un símbolo abstracto que representa a una familia (padre, madre, e hijo), complementado por un óvalo. Ambas figuras tienen trazos geométricos.

El óvalo debe tener 80% del color de pantone 144 C. Las cabezas de la familia deben tener un 50% del pantone 144 C.

La ropa de la familia en color naranja debe tener el 100% de mismo color y la ropa en color azul debe tener el 100% de pantone 300 C

- **Tipología:**

La tipología a utilizar en el nombre de la asociación, tanto en las siglas como de manera completa lleva por nombre Papyrus con un borde fijo; en el nombre completo altas y bajas, las cuales van justificadas al margen derecho e izquierdo del logotipo. Se coloca en posición lineal para que no se vuelva confusa. El color asignado para la tipología en la marca es un pantone 300 C al 100%.

- **Colores:**

Naranja, identificado como pantone 144 C en diferentes porcentajes.

Azul, identificado como pantone 300 C

- **Tamaño:**

El logotipo podrá ser usado con una medida mínima de 0.75" por medida proporcional, y una medida máxima de 1.5 mts. por medida proporcional, con las especificaciones de tipología, color e imágenes descritas anteriormente.

Diferentes presentaciones del logotipo



El logotipo puede utilizarse únicamente con las imágenes y las siglas de la asociación. Debe mantenerse el estilo de las figuras, la tipología y los colores institucionales.

- Tipología: Papyrus en altas con un bordeado fijo, con especificaciones de tamaño.
- Colores: Pantone 300c y 144 C en diferentes porcentajes

No se pueden utilizar otros colores que no sean pantone 300 C y 144 C al 100% y en sus diferentes porcentajes. Únicamente varía en la opción de blanco y negro.



Este logotipo puede utilizarse a una sola tinta con pantone 300 C, o a escala de grises en los siguientes porcentajes:

El óvalo a un 50% del color.
Las cabezas de la familia a un 30%.
La ropa a un 60 y 100% respectivamente



- Tipología: Papyrus en altas y bajas
- Color: Pantone 300c o negro en diferentes porcentajes.



De acuerdo a las necesidades que requieran las piezas gráficas, este logotipo puede utilizarse sobre un fondo azul y un degradé de pantone 300 C.

- Imágenes:
Óvalo y cabezas de la familia a un 35% del color identificado
Ropa a un 50 y 70% respectivamente.
- Tipología: Papyrus en altas a 10% de pantone 300 C
Papyrus en altas y bajas, en color blanco
- Fondo: Pantone 300 C



La imagen del logotipo puede ser usada como pantalla si el diseño de una pieza así lo requiere y el tamaño depende del mismo.

A la pantalla se le aplica un degradé de pantone 300 C en diferentes porcentajes, siendo éstos 10, 12 y 15% respectivamente.

Slogan

Por el desarrollo familiar

Por el desarrollo familiar

Por el desarrollo familiar

Por el desarrollo familiar

Por el desarrollo
familiar

El *slogan* está conformado por una tipología llamada *Minstrel*, de la familia cursiva.

En cuanto al color, al igual que el símbolo de la marca, usamos un *pantone 300 C* al 100%.

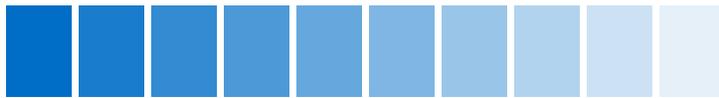
El *slogan* no necesariamente debe acompañar a la imagen de marca. Esto se hará cuando sea apropiado y, si hay espacio suficiente que no sature el diseño puede integrarse a la misma.

Su posición puede variar dependiendo del espacio que tenga, siempre y cuando se cuide de que no se vuelva ilegible. También puede usarse en invertido con las siguientes especificaciones:

- Fondo: debe ir sobre fondo azul (*pantone 300 C*)
- Tipología: *Minstrel* en color blanco

En cuanto al tamaño, esta tipología será usada con un tamaño mínimo de 8pts.

Colores Corporativos



Pantone 300 C



Pantone 144 C



C	100
M	44
Y	0
K	0



C	13
M	47
Y	99
K	0

Los colores corporativos utilizados en la imagen de ASODEM son:

- Pantone 300 C
- Pantone 144 C

Estos colores pueden utilizarse al 100% o en una escala como se muestra en el cuadro adjunto, dependiendo de las necesidades de cada pieza diseñada.

También se pueden usar estos colores con los porcentajes indicados para CMYK.

Tipología en Imagen de Marca

Papyrus

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Minstrel

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

La tipología usada en la imagen de marca será Papyrus, implementada en altas y bajas, para el nombre de la asociación ya sea de forma completa o en siglas. Se le agrega un bordeado fijo en ambos casos.

El nombre de la asociación en el logotipo cuando aparece en siglas se le agrega un bordeado con línea de 1 punto (*stroke text*), teniendo como base el *pantone 300 C* (se puede usar el 100% del color o uno de sus porcentajes).

Para el slogan se usará una tipología llamada Minstrel, también en altas y bajas, sin negrillas ni itálica.

Imágen complementaria

Logotipo Visión Mundial

Como el inicio de un nuevo día el horizonte de Visión Mundial simboliza esperanza y optimismo. Optimismo de un mejor día y esperanza para un mejor futuro.

Todos los elementos del logotipo de Visión Mundial siempre deben reproducirse del arte original. El horizonte siempre se coloca a la derecha del nombre y debe llevar la estrella o cruz del horizonte. El nombre siempre debe aparecer a la izquierda del horizonte de Visión Mundial, nunca por separado. El símbolo del luz, la cruz o estrella siempre aparecen en el horizonte de Visión Mundial.

Estos elementos siempre deben aparecer sobre un fondo blanco haciendole recuadro al logotipo.



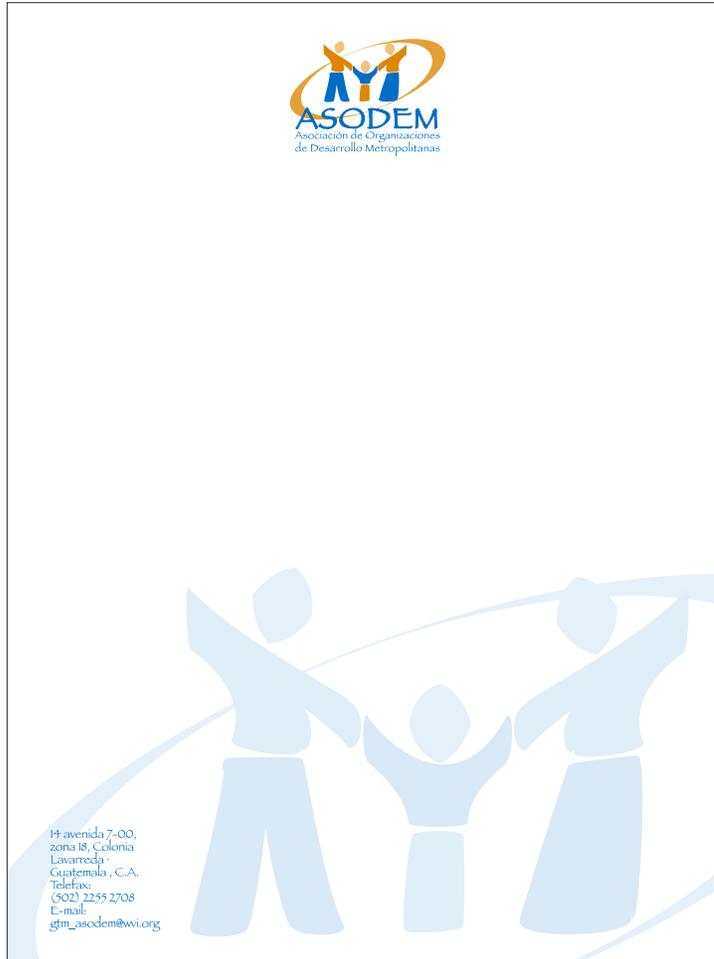
- Tipología: **Gill Sans Bold** en altas y bajas de acuerdo a las especificaciones del logotipo original.
- Colores: Los colores corporativos de Visión Mundial son naranja (Orange 021), negro y blanco.



Cuando el logo se reproduce en blanco y negro el negro reemplaza al color naranja

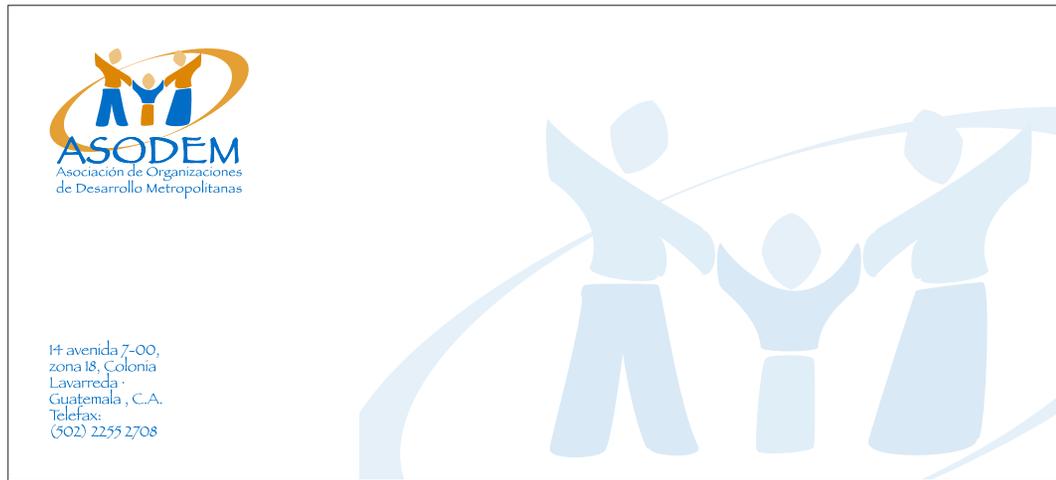
Este logotipo debe usarse como imagen complementaria en publicaciones de ASODEM tales como: Material publicitario (afiche, trífoliar, boletín informativo, volante, diploma y carpeta), o cuando sea requerido directamente por Visión Mundial.

Papelería comercial



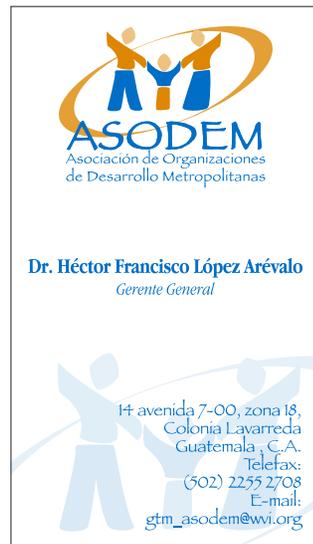
Hoja membretada

- Formato:** 8.5 x 11"
- Logotipo:** centrado al margen superior, respetando 1/2" de pinza, con una medida de 1.75 x 1.25", logotipo a dos tintas.
- Pantalla:** a una tinta usando pantone 300 C en diferentes porcentajes ubicada al margen inferior derecho.
- Información complementaria:** la dirección de la asociación se coloca al margen inferior derecho, justificada a la derecha utilizando varias líneas para no ocupar demasiado espacio del cuerpo de la carta.
- Tipología:** para el texto complementario se usa Papyrus a 10 pts. con pantone 300 C.
- Lineaje:** 133 dpi.
- Sistema de impresión:** litografía
- Tiraje mínimo:** 1,000



• Sobre membretado

- Formato: 4.5 x 9"
Logotipo: al margen superior izquierdo, respetando 1/2" de pinza, con una medida de 1.75 x 1.25", logotipo a dos tintas.
Pantalla: a una tinta usando pantone 300 C en diferentes porcentajes ubicada al margen inferior izquierdo.
Información complementaria: la dirección de la asociación se coloca al margen inferior izquierdo, justificada a la izquierda utilizando varias líneas para no ocupar demasiado espacio del cuerpo del sobre.
Tipología: para el texto complementario se usa Papyrus a 10 pts. con pantone 300 C.
Lineaje: 133 dpi.
Sistema de impresión: litografía
Tiraje mínimo: 500



Tarjeta de presentación

- Formato:** 2 x 3.5"
Logotipo: centrado al margen superior, respetando 1/4" de pinza, con una medida de 1.05 x 1.5", logotipo a dos tintas.
- Pantalla:** a una tinta usando pantone 300 C en diferentes porcentajes ubicada en la parte inferior de la tarjeta.
- Información complementaria:** la dirección de la asociación se coloca al margen inferior derecho, justificada a la derecha utilizando varias líneas para no ocupar demasiado espacio, el nombre y cargo se coloca centrado en dos líneas.
- Tipología:** para el texto complementario se usa Papyrus a 8 pts. y para el nombre y cargo se usa Garamond Narrow a 10 en bold y 8 pts. en itálica con pantone 300 C.
- Lineaje:** 133 dpi.
Sistema de impresión: litografía
Tiraje mínimo: 200

Papelería administrativa

ASOCIACION DE ORGANIZACIONES DE DESARROLLO METROPOLITANAS
14 avenida 7-00, zona 18, Colonia Lavarreda - Guatemala
Telefax: (502) 2255 2708
E-mail: gtm_asodem@wvi.org

MEMO

Para: _____ Fecha: _____
Asunto: _____

Por el desarrollo familiar



Hoja para memo

- Formato: 8.5 x 11"
Logotipo: al margen inferior derecho, respetando 1/2" de pinza, con una medida de 1.85 x 1.35", logotipo a dos tintas.
- Slogan: centrado en el espacio que queda en el margen inferior en Minstrel a 24 pts, color pantone 300 C.
- Información complementaria: la dirección de la asociación se coloca centrado al margen superior, el texto secundario de izquierda a derecha y el nombre de la asociación se coloca centrado horizontalmente al margen superior.
- Tipología: para el nombre de la asociación se usa Papyrus a 12 pts, para la dirección se utiliza Futura a 11 pts, para el título se utiliza Futura Bdcnlt BT a 36 pts y textos secundarios Futura a 14 pts.
- Lineaje: 133 dpi.
Sistema de impresión: litografía
Tiraje mínimo: 1,000

14 avenida 7-00, zona 18, Colonia Lavarreda - Guatemala
Telefax: (502) 2255 2708 E-mail: glm_asodem@wvi.org



FAX

Para: _____ De: _____
CC: _____ Páginas: _____
Teléfono: _____ Fecha: _____
Asunto: _____

Urgente Para revisar Comentarios Responder Reciclar

Hoja para fax

Formato: 8.5 x 11"
Logotipo: al margen superior derecho, respetando 1/2" de pinza, con una medida de 1 x 1.40", logotipo a una tinta, pantone 300 C.
Información complementaria: la dirección de la asociación se coloca al margen superior izquierdo, justificada a la izquierda, el texto secundario de izquierda a derecha.
Tipología: para la dirección se utiliza Futura a 10 pts, para el título se utiliza Futura BdCnlt BT a 48 pts y textos secundarios Futura a 14 y 9pts. Todo en color pantone 300 C.
Lineaje: 133 dpi.
Sistema de impresión: litografía
Tiraje mínimo: 1,000



ASODEM
Asociación de Organizaciones
de Desarrollo Metropolitanas

14 Avenida 7-00 Zona 18, Colonia Lavarreda
Guatemala, Ciudad
Tel.: 2255-2708

FACTURA No. 0001

Nit. 2019053-0

Lugar: _____ Fecha: _____

Nombre: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ NIT: _____

DESCRIPCION	VALOR
TOTAL	

CODIGO - 001

Color Press Nit. 577112-9 del 001 al 1000 según resolución No. 2001-1-1-85777 de fecha 25 de julio del 2001.

Factura

- Formato: 6.5x7.5"
- Logotipo: 1x1.40", a dos tintas, ubicado al margen superior izquierdo en original, y a una tinta de pantone 300 c para las copias
- Tipología: Texto complementario 8 y 12 pts. Todo en Arial.
- Color: Tipología y líneas de formato con Pantone 300c al 100% en original y copias
- Lineaje: 133 dpi.
- Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms., con dos copias (verde y amarillo en papel bond 60 gms.)
- Tiraje mínimo: 500



Recibo de Caja

14 Avenida 7-00 Zona 18, Colonia Lavarreda • Guatemala, Ciudad
Tel.: 2255-2708

No. _____

FECHA _____

Nit. 2019053-0

Recibimos de: _____	Q.- _____
Nit: _____ Dirección: _____	
La cantidad de: _____	
Por concepto de: _____	
Pago en efectivo <input type="checkbox"/> Pago con cheque <input type="checkbox"/>	

Saldo anterior _____
 Este abono _____
 Nuevo saldo _____

Firma del Receptor

sello

CODIGO - 002

Recibo de caja

- Formato:** 5.5x8.5"
- Logotipo:** 1x1.40", a dos tintas, ubicado al margen superior izquierdo en original, y a una tinta de pantone 300 c para la copia
- Tipología:** Titulares a 26 pts.
Sub-titulares a 8 pts.
Texto complementario 8
Todos en Arial.
- Color:** Tipología y líneas de formato con Pantone 300c al 100% en original y copia
- Lineaje:** 133 dpi.
- Sistema de impresión:** litografía en papel bond 80 gms., con una copia (verde en papel bond 60 gms.)
- Tiraje mínimo:** 500



NOTA DE ENVÍO No. _____

14 Avenida 7-00 Zona 18,
Colonia Lavarreda • Guatemala, Ciudad
Tel.: 2255-2708

Nombre: _____
Dirección: _____
Fecha: _____

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN

CODIGO - 004

Nombre: _____
Entregado Por: _____

Recibí conforme _____

Nota de envío

- Formato:** tamaño 1/2 carta, 8.5x5.5"
Logotipo: 0.75x1.10", a dos tintas ubicado al margen superior izquierdo en original, y a una tinta de pantone 300 c para las copias
Tipología: el texto complementario está en Arial, 14 pts. para los titulares, 8 pts. en los subtítulos, y 14 pts. para los textos complementarios.
Color: la tipología y las líneas del formato están en Pantone 300c, en original y copias
Lineaje: 133 dpi.
Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms., con dos copias (amarillo y verde en papel bond 60 gms.)
Tiraje mínimo: 500

	BOLETA LIQUIDACION DE SUELDOS 14 Avenida 7-00 Zona 18, Colonia Lavarreda • Guatemala, Ciudad Tel.: 2255-2708
Fecha: _____	
Periodo: _____	
Nombre Completo: _____	

Sueldo Nominal	Q. _____
Bonificación	_____
Otros:	_____
TOTAL	_____ Q. _____
I.G.S.S.	Q. _____
Banco de los trabajadores	_____
Descuentos Varios	_____
Descuentos Judiciales	_____
Anticipo	_____ Q. _____
LIQUIDO A RECIBIR	_____ → Q. _____
Recibí de conformidad el importe neto indicado en la presente liquidación, que cubre la totalidad de los servicios prestados durante el periodo referido.	
_____ firma	

CODIGO-005

Boleta de liquidación de sueldos

Formato: 10x6.5"
Logotipo: 0.8x1.70", a dos tintas, ubicado al margen superior izquierdo
Tipología: Titulares en Arial a 18 pts.
Sub-titulares en Arial a 8 pts.
Texto complementario a 12 pts.
Color: Tanto para la tipología como para las líneas del formato en Pantone 300c
Lineaje: 133 dpi.
Sistema de impresión: litografía
Tiraje mínimo: 500

ASODEM
Asociación de Organizaciones
de Desarrollo Metropolitanas

Contraseña de Pago No. _____

14 Avenida 7-00 Zona 18, Colonia Lavarreda
Guatemala, Ciudad • Tel.: 2255-2708

Recibimos de: _____ Fecha: _____

Factura No. _____ Cantidad: _____

Concepto: _____

Fecha de pago _____

Firma _____ Sello _____

CODIGO - 006

Contraseña de pago

Formato: 4.25x5.5"
Logotipo: 0.62x0.82", a dos tintas, ubicado al margen superior izquierdo en original, y a una tinta de pantone 300 c para la copia

Tipología: Titulares Arial a 14 pts.
Sub-titulares Arial a 8 pts.
Texto complementario Arial 10 pts. tanto la tipología como las líneas del formato están en Pantone 300c

Color: Texto complementario Arial 10 pts. tanto la tipología como las líneas del formato están en Pantone 300c

Lineaje: 133 dpi.

Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms., con una copia (verde en papel bond 60 gms.)

Tiraje mínimo: 1,000

Vale No.

ASODEM
Asociación de Organizaciones
de Desarrollo Metropolitanas

Día Mes Año

Vale a: _____

Por: _____

Quien Recibe Quien Entrega

CODIGO - 007

Vale de Caja Chica No.

ASODEM
Asociación de Organizaciones
de Desarrollo Metropolitanas

Día Mes Año

Vale a: _____

Por: _____

Quien Recibe Quien Entrega

CODIGO - 008

Vale y Vale de caja chica

- Formato: 3.5x4.5"
- Logotipo: 0.62x0.82", a dos tintas, ubicado al margen superior izquierdo
- Tipología: Titulares Arial a 14 pts.
Sub-titulares Arial a 8 pts.
Texto complementario Arial 10 pts. tanto la tipología como las líneas del formato están en Pantone 300c
- Color: en Pantone 300c
- Lineaje: 133 dpi.
- Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms.
- Tiraje mínimo: 500



Comprobante de Diario
Departamento de Finanzas

Fecha: _____

Cta. No.	Descripción	Centro de Costo	Debe	Haber

CODIGO - 010

Hecho Por: _____

Autorizado Por: _____

Revisado Por: _____

CTE No. P- _____

Comprobante de diario

- Formato: 8.5x11" (tamaño carta)
- Logotipo: 1.25" x medida proporcional, ubicado al margen superior izquierdo
- Tipología: Titulares Arial a 18 pts.
Sub-titulares Arial a 14 pts.
Texto complementario 12 pts.
- Color: Tipología y líneas del formato en Pantone 300c
- Lineaje: 133 dpi.
- Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms.
- Traje mínimo: 1,000



Comprobante de Depósito
Departamento de Finanzas

Fecha: _____

Cta. No.	Descripción	Centro de Costo	Debe	Haber

Hecho Por: _____

Autorizado Por: _____

Revisado Por: _____

CTE No. P- _____

CODIGO - 011

Comprobante de depósito

- Formato: 8.5x11" (tamaño carta)
- Logotipo: 1.25" x medida proporcional, ubicado al margen superior izquierdo
- Tipología: Titulares Arial a 18 pts.
Sub-titulares Arial a 14 pts.
Texto complementario 12 pts.
- Color: Tipología y líneas del formato en Pantone 300c
- Lineaje: 133 dpi.
- Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms.
- Tiraje mínimo: 1,000



CUADRO DE ANALISIS DE PROVEEDORES

Fecha: _____

Cantidad	Descripción	Proveedor No. 1	Proveedor No. 2	Proveedor No. 3

Hecho Por: _____ Revisado Por: _____ Autorizado Por: _____

Observaciones: _____

CODIGO- 013

Cuadro de análisis de proveedores

Formato: 8.5x11" (tamaño carta)
Logotipo: 1.25 x 1.25 x medida proporcional, ubicado al margen superior izquierdo
Tipología: Titular Arial 18 pts.
Texto complementario 10 pts.
Color: Tanto la tipología como las líneas del formato están con Pantone 300c
Lineaje: 133 dpi.
Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms.
Tiraje mínimo: 500



Cronograma Semanal de Actividades

Nombre: _____ Cargo: _____

Dia	FECHA	A.M.	P.M.
LUNES			
MARTES			
MIERCOLES			
JUEVES			
VIERNES			
SABADO			
DOMINGO			

Firma: _____

CODIGO - 018

Reporte personal de gastos

- Formato: 8.5x11"
- Logotipo: 1.25 x medida proporcional, ubicado al margen superior izquierdo
- Tipología: Titulares Arial 18 pts.
Sub-titulares Arial 12 pts.
Texto complementario Arial 8 pts.
- Color: Tipología y líneas del formato en Pantone 300c
- Lineaje: 133 dpi.
- Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms.
- Tiraje mínimo: 1,000



HISTORIAL DEL NIÑO



TRANSFERENCIAS PDA Regional _____ No. _____
 NIÑO NUEVO Reserva PDA Micro-regional _____
 ACTIVACIONES Comunidad donde vive el niño _____
 ACTUALIZACIÓN Fecha de elaboración de este historial _____

1. No. del Niño: _____ 2. Nombre del niño: _____ (apellidos) _____ (nombre) _____
 3. Sexo: _____ 4. Fecha de nacimiento: _____ 5. Verificada: Partida de nacimiento
 _____ (Dia / Mes / Año) Partida de bautismo
 No verificada

6. Educación: Castellización 7. Grado Grado
 Parvulos Primaria Secundaria Educación especial/explicar: _____
 8. No estudia, explique: _____
 9. Materia favorita: _____

10. Salud: Buena Mala 11. Discapacitado físicamente/explicar: _____
 12. En que ayuda en su casa: _____ 13. Juego favorito: _____
 14. Trabaja el niño: si No De qué trabaja: _____
 15. Cuándo trabaja el niño: _____ 16. Con quién trabaja: _____
 17. Cuánto tiempo trabaja el niño a la semana: _____
 18. Cuántos hermanos tiene: _____ 19. Cuántas hermanas tiene: _____

20. El niño vive con: La madre solamente Orfanatorio Familiares
 El padre solamente Con la madre, pero el esposo no es el padre
 Ambos padres Con el padre, pero la esposa no es la madre
 Otros (especifique) _____

21. Situación de la madre: Abandonó Murió Separada
 Salud: Buena Regular Mala Desaparecido Separada

22. Situación del padre: Abandonó Murió Separada
 Salud: Buena Regular Mala Desaparecido Separada

23. Empleo de la madre: Empleada Empleada por su cuenta Sin empleo
 24. Empleo del padre: Empleada Empleada por su cuenta Sin empleo

25. Cuál es el trabajo de la madre: _____
 26. Cuál es el trabajo del padre: _____

27. Grupo étnico del niño: _____ 28. Idioma del niño: _____
 Nombre de la madre: _____ Edad de la madre: _____
 Nombre del padre: _____ Edad del padre: _____

INFORMACIÓN SOBRE HERMANOS/HERMANAS					
Nombre	Edad	# Patrocinio	Nombre	Edad	# Patrocinio

MARCAR HUELLA DEL COMPADECENTE CUANDO NO SEPA FIRMAR _____
 NOTA: EN CASO DE NACER MÁS DE UN NIÑO DEBE ASENTARSE UNA PARTIDA PARA CADA UNO, ABOYANDOLE EL ORDEN EN QUE HUYAN NACIDO.

CODIGO-019

Historial del niño

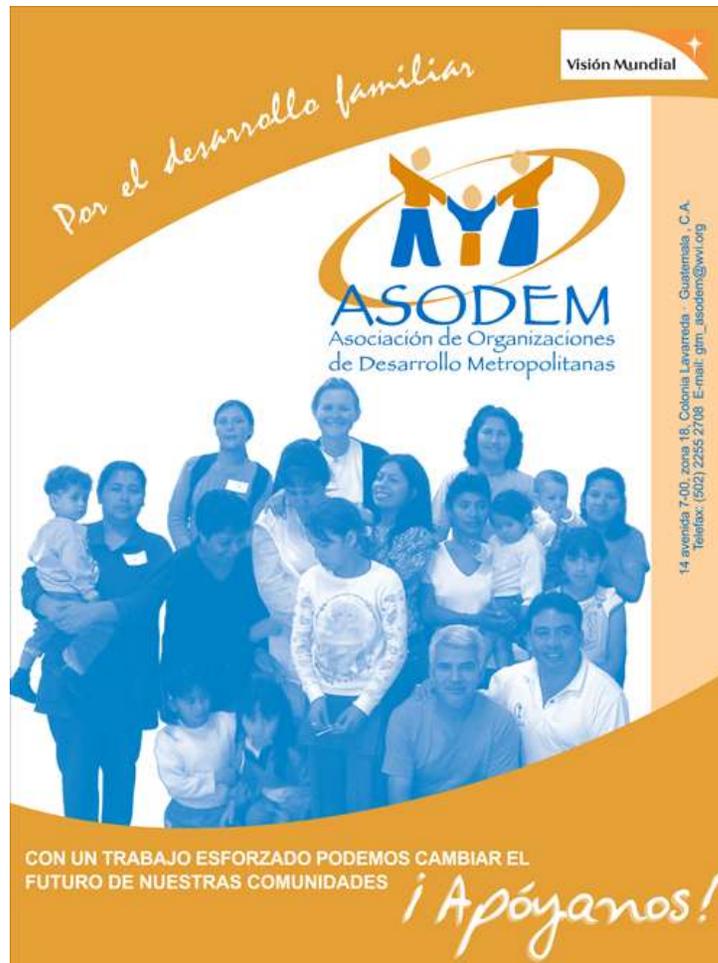
Formato: 8.5x13"
Logotipos: ASODEM - 1" x medida proporcional, ubicado al margen superior izquierdo a dos tintas.
 VISION MUNDIAL - 0.72" x medida proporcional ubicado al margen superior derecho a dos tintas.

Tipología: Titular Arial 18 pts en bold.
 Texto complementario Arial 8 y 10 pts.

Color: Tipología y líneas del formato en Pantone 300c
Lineaje: 133 dpi.

Sistema de impresión: litografía en papel bond 80 gms.
Tiraje mínimo: 500

Material publicitario y promocional



Afiche

- Formato: 18x14", full color tiro, impreso en Texcote 12
- Imágenes: Cintillo de fotos en collage ubicado al centro del formato. Las cinco fotografías tienen un tamaño proporcional y una resolución de 225 dpi.
- Slogan: a una tinta con pantone 300 C tipología Minstrel a 18 pts. sombra Outer Glow normal al 100% color C-1, M-20, Y-39 y K-0 técnica Softer Spread 11% size 78 px 4.75 x 6.67" centrado
- Logotipo: horizontalmente al margen inferior, a dos tintas
- Texto complementario: titular en Arial a 34 pts., color negro frase captadora en ArchiesHand-Bold, color negro dirección de la asociación en Arial a 24 pts, en pantone 300 C
- Lineaje: 133 dpi.
- Sistema de impresión: litografía
- Tiraje mínimo: 500

Trifoliar

Somos una red de organizaciones de desarrollo del área metropolitana que canalizan recursos económicos, financieros y técnicos para el desarrollo transformador sostenible.

Cada institución miembro de la asociación es autosostenible y cuentan con un sistema integral en las áreas de salud, educación, economía, agricultura e integración familiar.

Esta organización se constituyó con las siguientes instituciones:

- Fundación Visión Mundial Guatemala
- Asociación Guatemalteca de Desarrollo AGUDESA
- Asociación de Desarrollo "El Conacaste (Centro Educativo El Tule)
- Asociación de Desarrollo Comunidades Unidas Ayambuc
- Asociación de Desarrollo Juntos Progresamos Conalitos (Zona 18)
- Asociación de Desarrollo Palencia
- Asociación de Desarrollo Comunidades Unidas de Chinoutla

En ASODEM se patrocinan 3,900 niños/as, a sus familias en 17 aldeas y 16 caseríos, quienes participan de los proyectos de desarrollo ejecutados por las asociaciones




Si desea conocer un poco más de quiénes somos y qué hacemos, por favor contáctenos a:

14 ave. 7-00, zona 18, Colonia Lavarredo, Guatemala
Tel.: (502) 2255 2708
GTM_asodem@wvi.org

Por el desarrollo familiar

Tiro

Formato: 8.5x11" abierto, full color tiro y retiro, impreso en Couché 80

Imágenes: fotografías a full color con resolución de 225 dpi
plantilla de óvalo cortado en tiro y retiro, en color Hexachrome Orange C

Logotipo: en la portada mide 2.10 x 3" centrado horizontalmente
en la contraportada mide 0.85 x 1.28"
en la contraportada el logotipo de Visión Mundial mide 1/2 x 1 1/2". Estos logotipos van a dos tintas. ubicado en la portada centrado al margen inferior con tipología Minstrel a 21.28 pts, en color blanco

Slogan:

Retiro

Texto complementario: titulares en Papyrus a 24 pts
subtitulares en Papyrus 12 y con letra inicial en 36 pts (pantone 300 C y Hexachrome Orange C)
texto complementario en Futura BkBT a 12 pts en color negro

Lineaje: 133 dpi.

Sistema de impresión: litografía

Tiraje mínimo: 500

ASODEM

La Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas surgió como una estrategia de trabajo de la Fundación Visión Mundial Guatemala, "... que es una organización cristiana no gubernamental que forma parte de Visión Mundial Internacional (World Vision)", que canaliza recursos financieros y técnicos para el desarrollo transformador sostenible apoyando el desarrollo de comunidades pobres y excluidas del país, enfocada fundamentalmente en la niñez.

Reunir en una sola entidad a las organizaciones apoyadas por la Fundación Visión Mundial Guatemala.

Presentar y coordinar las relaciones entre las entidades miembros, proporcionando asistencia económica y técnica a las mismas.

Educación

Las asociaciones que integran ASODEM han desarrollado sistemas educativos y han logrado la donación de materiales que favorecen a un promedio de 4,500 niños/as de nivel primario que asisten a los 34 escuelas públicas de la zona.

Se ha beneficiado a la población con alfabetización y primaria acelerada, entre otros.

Salud

ASODEM apoya con jornadas de salud llevando asistencia médica a niños y familias, los cuales cubren: inmunizaciones, atención a casos especiales, odontología, promociones de salud (lactancia materna, prevención IRA y EDA, prevención VIH), los cuales se llevan a cabo como parte de las festividades de salud.

De igual manera se ha logrado la construcción de drenajes en diferentes comunidades.

Gestión Comunitaria y Administrativa

Se ha logrado fortalecer la capacidad de gestión de las asociaciones socios, a través de la capacitación, asesoría, acompañamiento y monitoreo.

Patrocinio

En el programa de patrocinio se trabajan diferentes áreas. Cada niño patrocinado es beneficiado de la siguiente manera:

- Reciben charlas educativas.
- Se les provee con mejoras o vivienda.
- Se apoyan los niños que tienen bajo peso.
- Se provee pago de inscripción, modica con útiles, bocas o básicos, escuelas bíblicas de vacaciones y celebración de cumpleaños.
- Se selecciona a familias para que se involucren en el desarrollo de proyectos productivos.



Volante



- Formato:** 3.25x8.5", dos colores tiro y 3 en el retiro con pantones 300 C , Hexachrome Orange C y negro, impreso en Couché 80.
- Fondo:** se forma con dos rectángulos los cuales van cortados por un óvalo en el centro, dando los dos colores institucionales uno al 100% y el otro al 10%.
- Logotipo:** 2.73 x 1.93", con colores institucionales ubicado al margen superior bordeando el óvalo del fondo, centrado. Tipología Minstrel.
- Slogan:** titulares 18 pts, y subtítulos a 14 y 12 pts y texto complementario a 14 y 12 pts, todos con tipología Times, en negro.
- Texto :** 133 dpi.
- Lineaje:** litografía
- Sistema de impresión:** litografía
- Tiraje mínimo:** 500

Diploma



Visión Mundial



La Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas
otorga el presente

Diploma

a: _____

Por: _____

Guatemala, de de 200

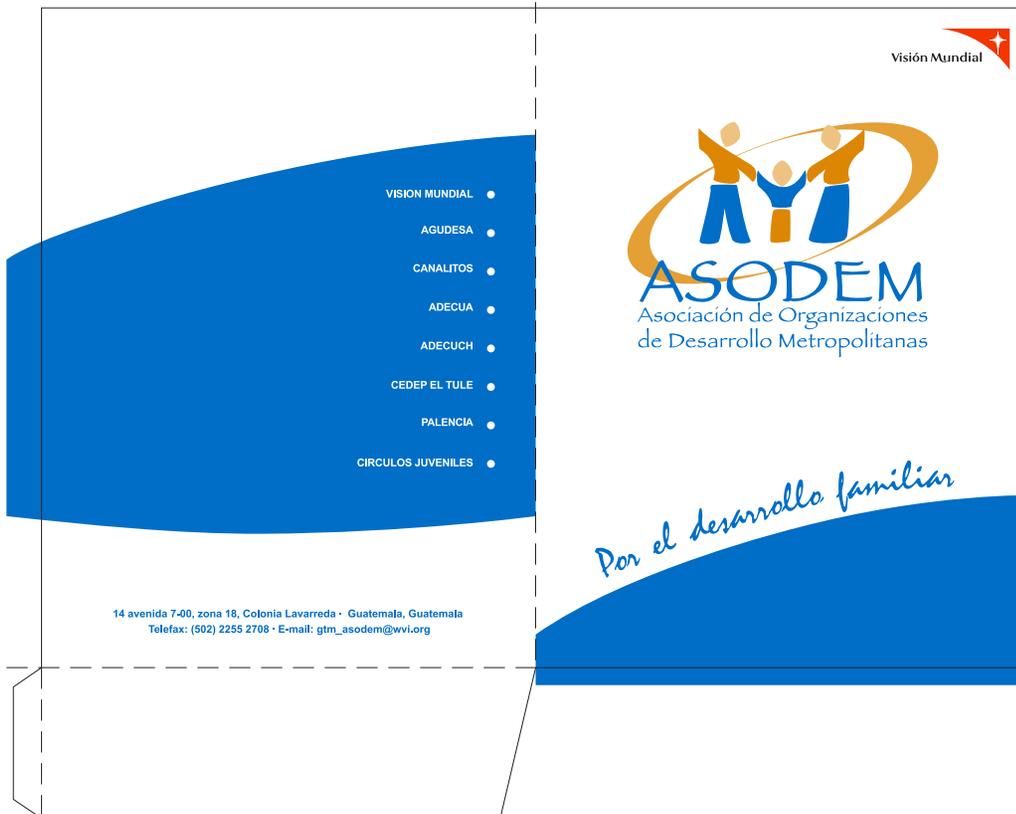
Director de ASODEM

Encargado de programa

- Formato: 8.5x11" horizontal
- Logotipo: 1.35 x medida proporcional, centrado horizontalmente, a dos tintas.
- Pantalla: logotipo cortado, en un solo tono a diferentes porcentajes de Pantone 300c (10, 15 y 20% respectivamente)
- Tipología: Para el titular se usó un tipo de letra llamado Apple Chancery, a 80pts. Y el texto complementario en Apple Chancery a 18 pts. El color usado para el titular es Hexachrome a un 100% El color para el texto complementario es Pantone 300c
- Color: El color usado para el titular es Hexachrome a un 100% El color para el texto complementario es Pantone 300c
- Lineaje: 133 dpi.
- Sistema de impresión: litografía
- Tiraje mínimo: 500

Manual de Normas Gráficas ASODEM

Carpeta o folder



Formato: 14.75x18.5" abierto, va troquelada, a dos colores tiro 4 x 5.60" centrado horizontalmente a dos tintas. tipología Minstrel a 50pts. en pantone 300 C

Logotipo:

Slogan:

Textos complementarios: en Arial a 14pts en normal e invertido sobre fondo azul de pantone 300 C

Lineaje: 133 dpi.

Sistema de impresión: litografía

Tiraje mínimo: 500

Rótulo de identificación en instalaciones de ASODEM



Formato: 1x1.5 mts. atornillado, elaborado en plástico vinílico para exteriores a medida proporcional del formato, con 1.5" en márgenes superior e inferior y 3.75" en los laterales. Logotipo a dos tintas sobre fondo blanco

Logotipo:

Lineaje: consultar al impresor

Sistema de impresión: consultar al impresor

Tiraje mínimo: 1/500

Rótulo de identificación en vehículo de ASODEM



Logotipo: a medida proporcional de la puerta del vehículo, puede colocarse en ambas puertas. Logotipo a dos tintas sin agregar el nombre completo de la asociación.
Siempre debe ir sobre fondo blanco.

Lineaje: consultar al impresor

Sistema de impresión: consultar al impresor

Tiraje mínimo: 2



Gorra y Playera

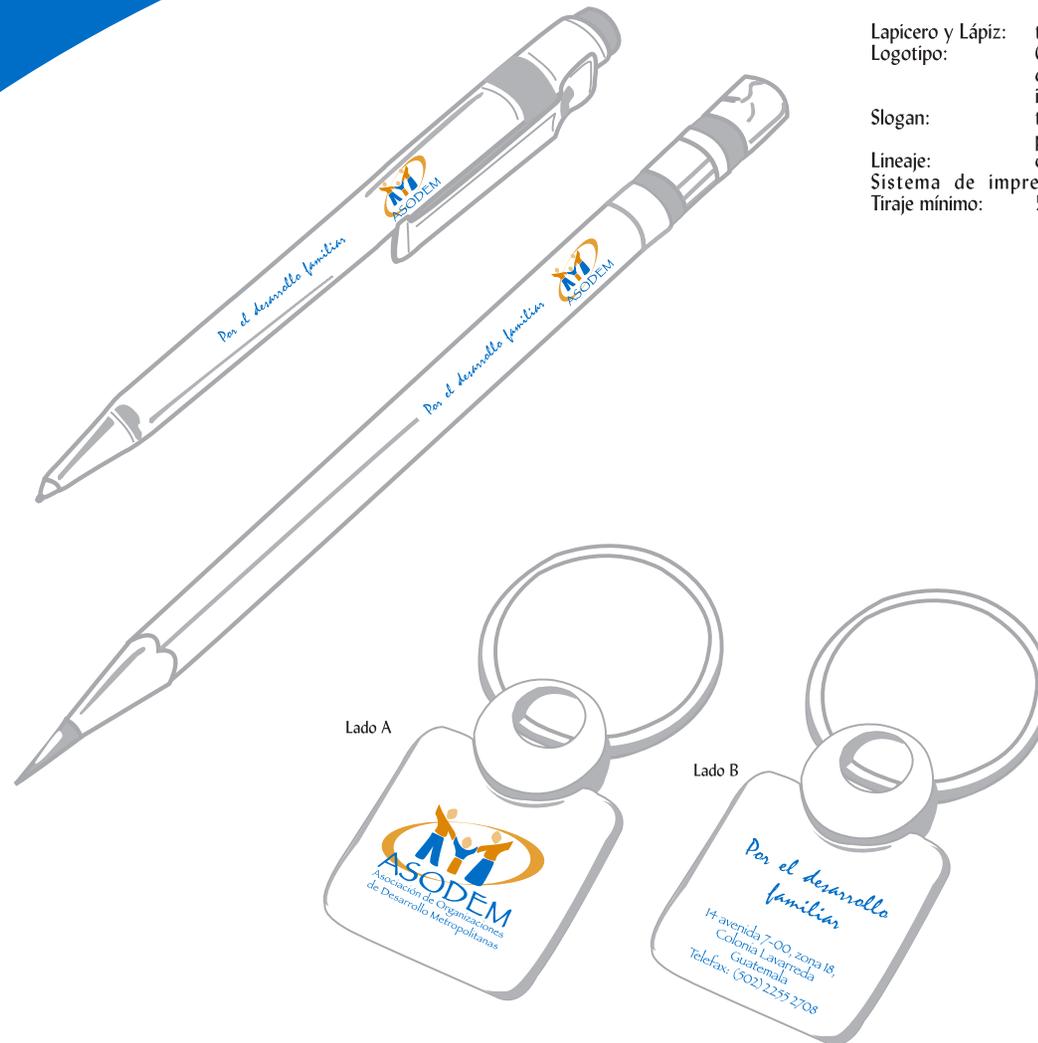


Gorra: tamaño estándar, color blanco
Logotipo: 2" por medida proporcional, a dos tintas, únicamente con imágenes y siglas de la asociación.
Lineaje: consultar al impresor
Sistema de impresión: consultar al impresor
Tiraje mínimo: 50



Playera: tallas S, M y L, color blanco
Logotipo: al frente a 3" por medida proporcional, ubicado en la parte superior izquierda. En la parte de atrás a 6" por medida proporcional centrado horizontalmente en la parte superior.
Slogan: en tipología Minstrel a 120pts en color pantone 300 C
Lineaje: consultar al impresor
Sistema de impresión: consultar al impresor
Tiraje mínimo: 50

Lapicero, Lápiz y Llavero



Lapicero y Lápiz: tamaño estándar, color blanco
 Logotipo: 0.25" por medida proporcional, a dos tintas, únicamente con imágenes y siglas de la asociación.
 Slogan: tipología Minstrel a 11pts en pantone 300 C
 Lineaje: consultar al impresor
 Sistema de impresión: consultar al impresor
 Tiraje mínimo: 50

Llavero: tamaño 1.75 x 1.75", en plástico vinílico con fondo blanco y argolla de metal plateada
 Logotipo: lado A - 1.5" por medida proporcional, a dos tintas.
 Slogan: lado B - tipología Minstrel a 14pts en pantone 300 C.
 Texto complementario: en tipología Papyrus a 7pts en pantone 300 C
 Lineaje: consultar al impresor
 Sistema de impresión: consultar al impresor
 Tiraje mínimo: 50

Calcomanías



Formato: 3.25 x 3.25", fondo pantone 300 C, impreso en autoadhesivo con sisa
Logotipo: 1.83 x 2.60" en degradé de pantone 300 C
Slogan: tipología Minstrel a 24pts invertido
Lineaje: consultar al impresor
Sistema de impresión: consultar al impresor
Tiraje mínimo: 50



Formato: 3.25 x 3.25", fondo en degradé de pantone Hexachrome Orange C del margen inferior al superior, impreso en autoadhesivo con sisa
Logotipo: 1.83 x 2.60" a dos tintas
Slogan: tipología Minstrel a 24pts en pantone 300 C
Lineaje: consultar al impresor
Sistema de impresión: consultar al impresor
Tiraje mínimo: 50

Comprobación de La eficacia de Las piezas



CAPÍTULO III

3.1 COMPROBACIÓN DE LA EFICACIA DE LA PIEZA

Para la validación de cada una de las piezas gráficas diseñadas para la propuesta de imagen corporativa de la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas – ASODEM -, se utilizó una encuesta para la recolección de información que apruebe y valide dicho material.

3.1.1 Estrategia aplicada a la recolección de datos

Para esta actividad se hizo una presentación física (bocetos finales en material impreso) de todas las piezas gráficas diseñadas. Acordamos con el director general de ASODEM, asistir a una reunión de trabajo, la cual tiene una asistencia representativa de la misma. Estuvieron presentes el personal administrativo y operativo de la asociación, así como personas que tienen relación directa con los programas que la misma realizan. Esta actividad se realizó en las instalaciones de ASODEM, ubicada en la 14 ave. 7-00, zona 18, Colonia Lavarreda de la ciudad de Guatemala.

Se dio una explicación de cada elemento mostrado, dando a conocer sus características y el papel que cada pieza juega dentro de una imagen corporativa.

Posterior a la presentación del material gráfico, procedimos a encuestar a los asistentes, quienes ya habían visto el material y de esa manera podían evaluar objetivamente el trabajo realizado.

3.1.2 Perfil del informante

Dentro del grupo encuestado se encontraban personas, hombres y mujeres entre 18 y 55 años de edad. Este grupo

pertenece a un grupo socio-económico de clase media baja, todos profesionales a nivel medio y universitario.

3.1.3 Descripción de la encuesta

La encuesta está conformada por 10 preguntas directas que evalúan varios aspectos del diseño tales como: uso de imágenes, implementación del color y tipografía, la diagramación, el diseño de papelería y materiales promocionales, y el mensaje transmitido. [ver anexo 2, pág. 169]

3.1.4 Resultados obtenidos:

3.1.4.1 Análisis de datos

En la gráfica # 1 se aprecia claramente que la gran mayoría considera que las imágenes (dibujos, fotografías y figuras) son muy adecuadas. Así que, 9 de cada 10 encuestados ven la cantidad de imágenes y su tamaño como muy adecuadas. El anterior dato ayuda a verificar la eficacia de cada una de las piezas diseñadas. Sin embargo, es necesario observar el análisis de las demás gráficas. [ver anexo 2, pág. 171]

La gráfica # 2 muestra que los colores corporativos (azul y naranja) son considerados como muy atractivos y bien combinados por la mayoría de los encuestados (80%). Es decir que 8 de cada 10 encuestados verifican la eficacia de los colores corporativos por que son muy atractivos y bien combinados. [ver anexo 2, pág. 171]

Como se puede apreciar en la gráfica # 3 los tipos de letra utilizados en los textos es considerada por la mayoría (80%) como muy fácil de leer. Es decir que 8 de cada 10 encuestados verifican la eficacia del tipo de letra utilizado en las piezas gráficas. [ver anexo 2, pág. 171]

En la gráfica # 4 en donde se evalúa la posición de los elementos, la gran mayoría de los encuestados (90%), consideran que estos están muy bien ubicados. Por lo cual se verifica la eficacia de la ubicación de los elementos en las piezas gráficas ya que 9 de cada 10 encuestados consideran que estos están muy bien ubicados. [ver anexo 2, pág. 172]

La gráfica # 5 muestra que la totalidad de los encuestados (100%) consideran que el mensaje que transmite cada uno de los elementos gráfico es adecuado. Por lo tanto se verifica la eficacia del mensaje que transmite los elementos gráficos en cada una de las piezas diseñadas, ya que 10 de 10 encuestados consideran que estas transmiten un mensaje adecuado. [ver anexo 2, pág. 172]

En la gráfica # 6 se aprecia que la totalidad de los encuestados (100%) consideran que el diseño de los formularios de la papelería administrativa y comercial tienen mucha unidad. Puesto que, 10 de cada 10 encuestados consideran que la papelería mencionada anteriormente tiene mucha unidad, se verifica la eficacia de cada una de las piezas diseñadas para la propuesta de imagen corporativa. [ver anexo 2, pág. 172]

Como se puede apreciar en la gráfica # 7, la totalidad de los encuestados (100%) consideran que el diseño de las piezas gráficas publicitarias y promocionales dan a conocer, muy bien a la asociación de forma clara, ordenada y sencilla. Así que se verifica la eficacia de cada una de las piezas diseñadas. [ver anexo 2, pág. 172]

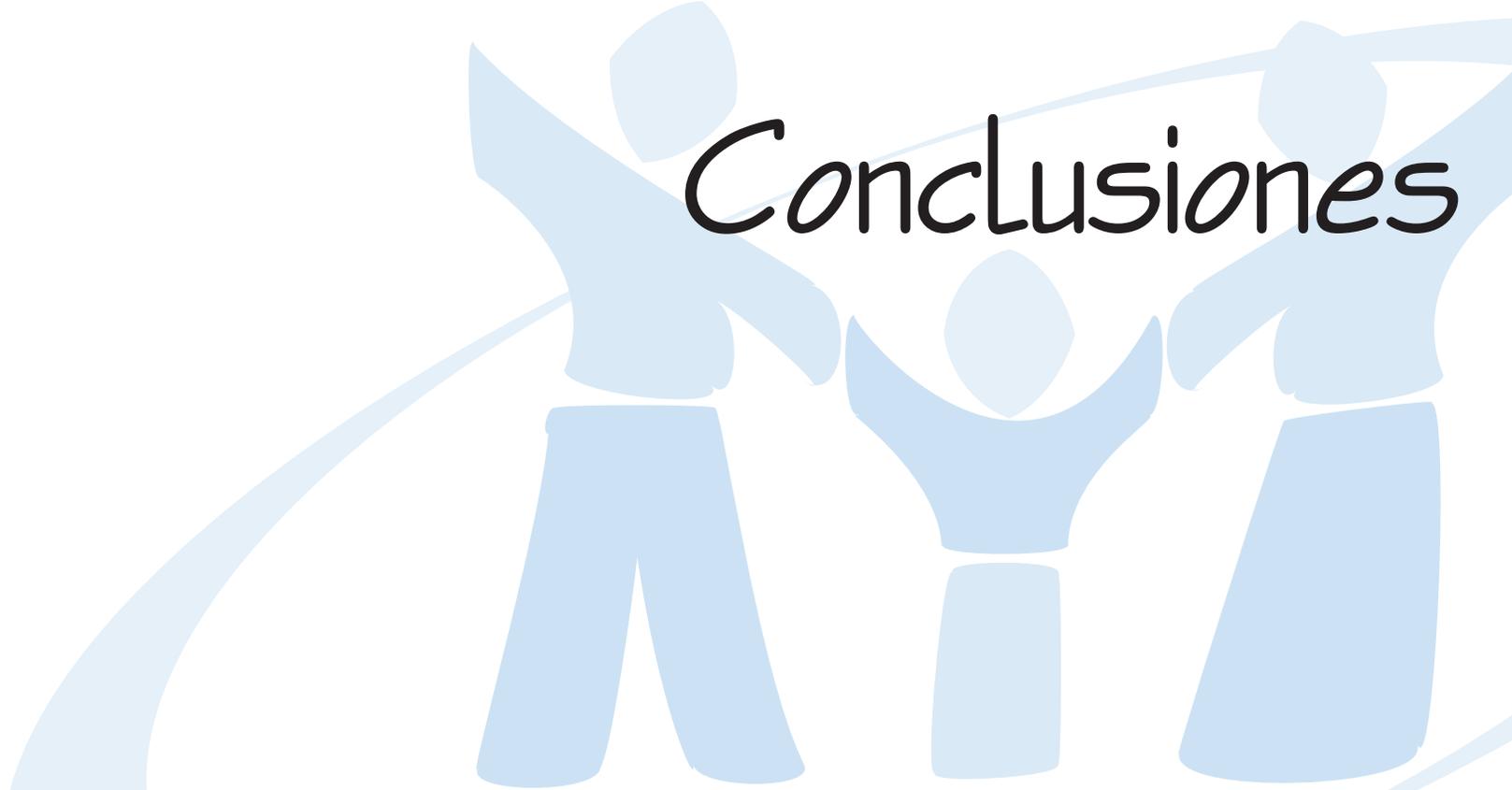
En la gráfica # 8, se aprecia que la gran mayoría de los encuestados (90%), se sienten muy identificados con el diseño de la nueva propuesta de imagen de la asociación. De esta manera se verifica la eficacia de cada una de las piezas diseñadas para la propuesta de imagen corporativa. [ver anexo 2, pág. 172]

La gráfica # 9, muestra que la gran mayoría (90%) de los encuestados consideran muy de su agrado la forma en como está diseñada la nueva propuesta. Este resultado también contribuye a verificar la eficacia de las piezas diseñadas para la propuesta. [ver anexo 2, pág. 172]

Como se puede apreciar en la gráfica # 10, 9 de cada 10 encuestados consideran que el material gráfico contribuirá mucho a dar una mejor y más clara imagen de lo que es y de lo que hace la asociación. El anterior dato contribuye a verificar la eficacia de las piezas diseñadas para la propuesta. [ver anexo 2, pág. 173]

En opinión de la gran mayoría de encuestados las piezas gráficas diseñadas para la propuesta de imagen corporativa de ASODEM, son eficaces porque: Las imágenes son adecuadas, los colores corporativos son atractivos y bien combinados, los tipos de letra son fáciles de leer, el mensaje que transmite cada elemento gráfico es adecuado, el diseño de las piezas gráficas publicitarias y promocionales dan a conocer a la asociación, lo que es y lo que hace de forma clara, ordenada y sencilla. Además, los encuestados se sienten identificados con la propuesta de imagen de la asociación, la ven con agrado y consideran que tiene unidad.

Aunque hubo una pequeña minoría de encuestados (10%) que no apoyó la propuesta, esto no se tuvo en cuenta para verificar la eficacia de las piezas gráficas por las siguientes razones: primero, la evaluación no fue totalmente negativa pues las opciones que se marcaron no fueron “NADA” sino “POCO”, lo cual indica que no se negaba la eficacia de la propuesta sino que se ponía en duda la eficacia de la misma. Segundo, todas las respuestas que no apoyaban la propuesta gráfica tienen como fuente en su gran mayoría la misma persona.



Conclusiones

CONCLUSIONES

Al inicio de este proyecto se tenía como objetivo general la elaboración de una propuesta de imagen corporativa que le permitiera a la misma, tener un **uniforme normativo y definido**, si lo podemos llamar así, que la representara de la misma manera en todas las actividades que realiza dentro y fuera de la asociación y que a su vez sea su carta de presentación frente a otras organizaciones afines y frente a la sociedad guatemalteca.

Dicho proyecto ha llevado un proceso de investigación en el cual se conocieron la visión y misión de la asociación, el tipo de actividades que realiza, y su función de apoyo hacia las comunidades y familias que apoya.

Al iniciar con un proyecto de diseño es importante definir el método a utilizar, siendo en este caso el método de cuatro etapas. Cada una de ellas nos han demostrado que es necesario el planteamiento de un problema, la recopilación de datos proporcionados por el grupo objetivo, la presentación de la nueva propuesta, y la validación de la misma, para que todo este proceso sea efectivo.

Como resultado de este estudio, se inició por la revisión del material gráfico con que contaban, siendo el logotipo el elemento a trabajar. Se validó el logotipo existente para presentar una propuesta de rediseño que se ajustara a sus necesidades y que transmitiera un mensaje claro. Luego de ver el análisis de datos resultado de la encuesta pasada [ver anexo 1, pág. 163], se procedió al proceso de bocetaje que nos llevó a la propuesta del nuevo logotipo de ASODEM.

El siguiente paso fue la elaboración de un conjunto de piezas gráficas que tengan relación entre sí, no solo en diseño y

presentación, sino también en formato; lo cual permite que al ver las piezas por separado se pueda distinguir fácilmente a qué familia pertenecen, en este caso a la familia ASODEM.

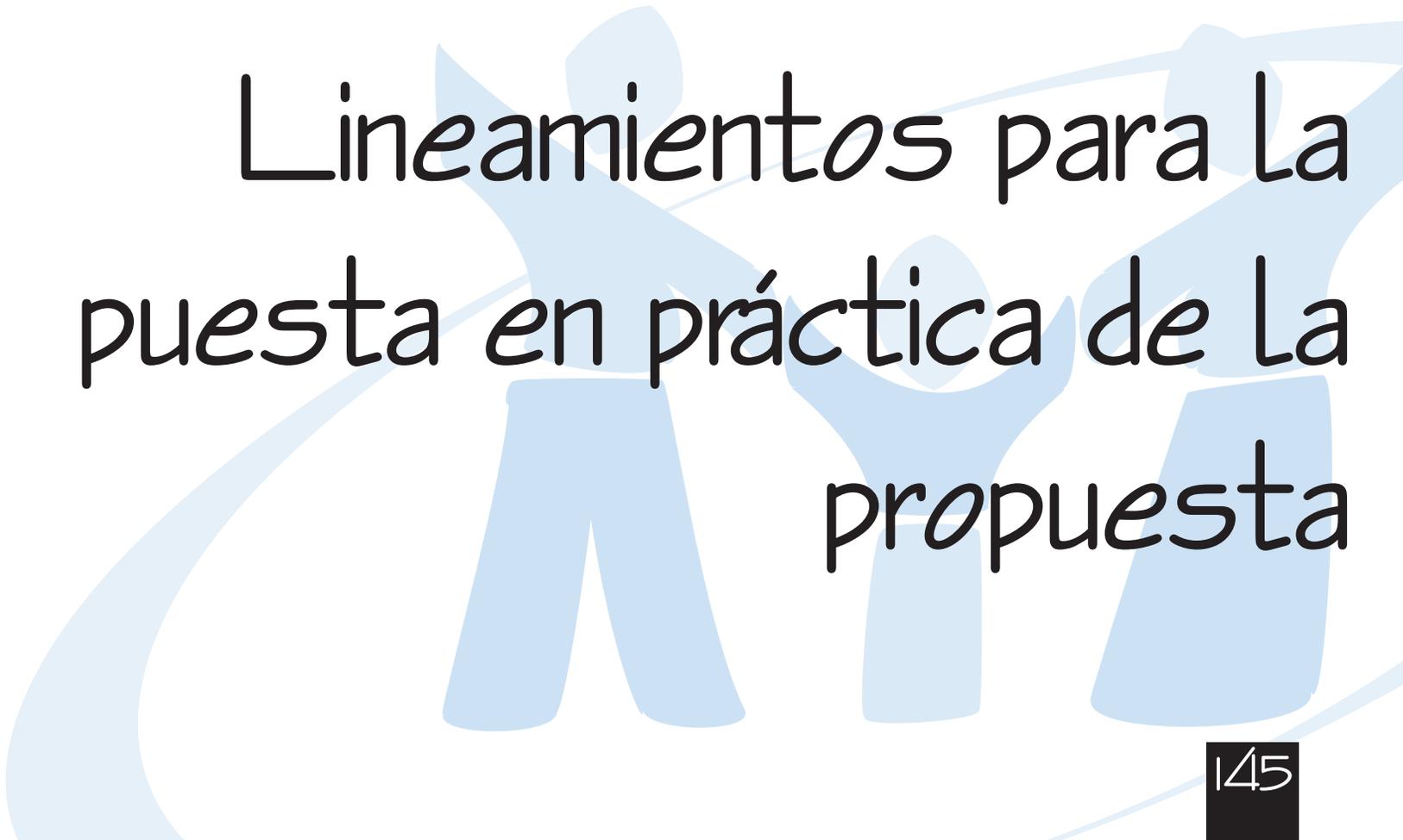
Como resultado de este proceso se hizo una validación de todas las piezas diseñadas [ver anexo 2, pág. 169], donde el 90% de las personas encuestadas aprobaron dicho material.

Los resultados de esta encuesta demuestran que la nueva propuesta de imagen corporativa para la Asociación de Organizaciones de Desarrollo Metropolitanas – ASODEM – dice que las imágenes utilizadas en cada una de las piezas gráficas (papelería comercial y administrativa, material promocional y publicitario, manual de normas gráficas), son adecuadas.

La implementación de los colores corporativos (azul y naranja) son atractivos y bien combinados. También consideran que la ubicación de los elementos gráficos (diagramación) está bien diseñada.

Por otro lado, los elementos gráficos transmiten un mensaje adecuado, las piezas gráficas tienen unidad entre sí y dan a conocer a la asociación de forma clara, ordenada y sencilla. El grupo informante se siente muy identificado con la nueva propuesta y la forma en que está diseñada es de su agrado. Lo que nos lleva a concluir que dicho material contribuirá a dar una mejor imagen de la asociación, e iniciarán con el proceso legal para el cambio de imagen.

En resumen, podemos afirmar que se rediseñó el logotipo de la asociación, se diseñaron las piezas gráficas para papelería comercial y administrativa, material promocional y publicitario, y un Manual de Normas Gráficas, cumpliendo así con los objetivos trazados.



Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

CRONOGRAMA

Nombre del proyecto	Fecha de elaboración	Medio de Impresión	Tiraje Mínimo	Costos	Frecuencia de Publicación
Hoja membretada	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Sobre membretado	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 950.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Tarjetas de presentación	Marzo 2005	Litografía	200	Q. 540.00	A cada 4 meses si así lo requieren
Factura (2 copias)	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 550.00	A cada 2 años si así lo requieren
Cuenta Monetarios	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 4 meses si así lo requieren
Recibo de caja (2 copias)	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 450.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Nota de envío (2 copias)	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 650.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Nota de cargo por donación (1 copia)	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 890.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Comprobante de diario	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Comprobante de depósito	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Hoja de control bancario	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Hoja de memos	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada año si así lo requieren
Hoja de fax	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 850.00	A cada año si así lo requieren
Cuadro de análisis de proveedores	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 890.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Solicitud de suministros (1 copia)	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 890.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Control de existencias	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Contraseña de pago (1 copia)	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 735.00	A cada año si así lo requieren
Vale y vale de caja chica (1 copia)	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 1,035.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Boleta de liquidación de pagos	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 890.00	A cada 6 meses si así lo requieren

Nombre del proyecto	Fecha de elaboración	Medio de Impresión	Tiraje Mínimo	Costos	Frecuencia de Publicación
Tarjeta de responsabilidad	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Reporte personal de gastos	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Cronograma semanal de actividades	Marzo 2005	Litografía	1,000	Q. 1,050.00	A cada 4 meses si así lo requieren
Historial del niño	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 1,855.00	A cada 4 meses si así lo requieren
Afiche	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 2,890.00	A cada mes si así lo requieren
Trifoliar	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 2,450.00	A cada 2 meses si así lo requieren
Volante	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 1,503.00	A cada 2 meses si así lo requieren
Diploma	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 3,720.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Rótulo de identificación de casa	Marzo 2005	Flexografía	1	Q. 4,560.00	A cada 5 años si así lo requieren
Rótulo de identificación de carro	Marzo 2005	Sticker Vinílico (Litografía)	2	Q. 1,345.00	A cada año si así lo requieren
Calcomanía	Marzo 2005	Impresión Digital	50	Q. 350.00	A cada 4 meses si así lo requieren
Lapicero	Marzo 2005	Flexografía	50	Q. 560.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Lápiz	Marzo 2005	Flexografía	50	Q. 560.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Llavero	Marzo 2005	Flexografía	50	Q. 895.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Gorra	Marzo 2005	Serigrafía	50	Q. 3,640.00	A cada año si así lo requieren
Playera	Marzo 2005	Serigrafía	50	Q. 1,250.00	A cada 6 meses si así lo requieren
Boletín informativo	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 2,350.00	A cada mes si así lo requieren
Carpeta Institucional	Marzo 2005	Litografía	500	Q. 5,150.00	A cada año si así lo requieren

Todo el material fue cotizado en diferentes empresas según el requerimiento necesario para cada pieza gráfica, estos precios pueden ser modificados si se realizan por juegos , por ejemplo la papelería administrativa la cual tiene en su mayoría las mismas especificaciones.

Los precios acá incluidos pueden variar según la empresa en donde se realice, cantidad o tiempo pues el precio de papel sube según la época del año.

Todas la piezas presentadas nos dan un total de Q. 52,898.00





Bibliografía

Imagen Corporativa - ASODEM -

Aldersy, H., Calabró N.

Identidad corporativa. España: Parramón Ediciones, S.A.

Andrim H, William

1988 Medios publicitarios – Publicidad, 2ª. Edición.

México: Editorial MacGraw-Hill

Berlo, David K.

1969 El proceso de la comunicación, 1ª. Edición.

Argentina: Editorial El Ateneo

Biblioteca del diseño gráfico - 1a. Edición española

1994 España: Naturart, S.A.

Bridgewater, Peter

1992 Introducción al diseño gráfico, 1ª. Edición.

México: Editorial Trillas

Camacho C., Jairo

1992 Curso de diseño gráfico, volumen 4.

Colombia: Ediciones Orbis, S.A.

Davis, Graham

1994 Ideas creativas para realizar los mejores layouts. 1ª.

Edición Española: Editorial Blume

Diccionario ilustrado océano de la Lengua Española

España: Edición del milenio

Diccionario de mercadeo - 2a. Edición

1990 México: Editorial LIMUSA, S.A. de C.V.

Kotler, Philip

1995 Manual de mercadotecnia- 7a. Edición.

España: Prentice Hall, Hispanoamericana S.A.

Letts, Chrstitine W.

2002 Capacidad de las organizaciones sin fines de lucro y prácticas de las fundaciones donantes ¿cómo se relacionan?.

Borrador

Meggs B., Philip

1990 Historia del diseño gráfico. México: Editorial Trillas

Rowe L., Keneth, E. Dorr

1978 Comunicación en la mercadotecnia, 2ª. Edición.

México: Editorial McGraw-Hill

Treviño M., Rubén

2,000 Publicidad, comunicación integral en marketing.

México: Editorial McGraw-Hill

PÁGINAS Y SITIOS WEB

www.apple.com
Tipos de letra

www.asociaciones.org
Introducción a las asociaciones

www.casaxelaju.com.voces
El sistema educativo en Guatemala

www.colormatters.com
El color es importante

www.desarrolloweb.com
Teoría del color y familias tipográficas

www.es.geocities.com
Tipos de asociaciones de fieles

www.geohive.com
Main cities of Guatemala, regional data, global statistics

www.guatepal.htm
Información sobre Palencia, Guatemala

www.infor.uva.es
Teoría del color

www.inforpressca.com
Departamento de Guatemala

www.intratel.es/imagen
Imagen de marca

www.mir.es/pciudadada/asociaci/asociaci.htm
Tipos de asociaciones

www.newsartesvisuales.com
Teoría del color e imagen corporativa

www.platea.cnice.mecd.es
Manual de diseño gráfico, La Corelcción: sobre 100 tipos de letra

www.sba.gov
Publicidad

www.utdt.edu/departamentos/empresarial/marketing
Universidad Torcuato di Tella: Política del producto, la marca como activo estratégico

www.video.com.mx/servicios/corporativo.htm
La imagen corporativa

www.world-gazetteer.com
Guatemala 2003, cities and places, population



Glosario

GLOSARIO

Afiche

Aviso, generalmente de gran formato que lleva un texto y/o grafismo publicitario o promocional, está utilizado a menudo con una técnica agresiva.

Bocetos

Diseño, proyecto aplicado especialmente a un anuncio gráfico. Llámese “*rough layout*” al diseño preliminar poco acabado. Resulta sencillo presentar un boceto a lápiz que es una forma sencilla de mostrar al cliente lo que se está realizando.

Brief

Toa la información que presenta el cliente a la agencia de publicidad como primer paso para el planeamiento y posterior realización de una campaña publicitaria.

Collage

Palabra derivada del francés *Coller*, que significa pegar, es el nombre que se da a una imagen compuesta íntegramente o en parte por trozos de papel, telas u otros materiales pegados sobre una superficie que suele ser de papel o lienzo.

Esta técnica sirve para crear imágenes originales, cortando o rasgando los materiales, aunque también puede incorporar imágenes encontradas como fotografías o textos impresos.

Convencional

Algo que se establece o resulta en virtud de precedentes o de costumbres.

Digitalización

La digitalización permite guardar gran cantidad de información en un espacio reducido al digitalizarla y almacenarla en *CD-ROM*, así en un solo disco puede guardar hasta 2600 páginas a 300 dpi. También puede necesitar incluir en un informe, presentación u oferta comercial alguna fotografía en blanco/negro o color, y éstas pueden ser en el formato TIFF, PCX, BMP, JPG, etc..

Este proceso de digitalización se realiza mediante un escáner para luego almacenarlo en un archivo gráfico de los indicados anteriormente.

Escanear

La transparencia original de la ilustración plana se pega sobre el cilindro del escáner y el operador indica al ordenar el tamaño deseado que puede ser mayor o menor que el original. El escáner reproduce ilustraciones planas como pinturas.

Escala de grises

En impresión, una escala de tonos de gris es usada en la reproducción fotomecánica para verificar los tiempos correctos de exposición y revelado.

Equilibrio en la página

Consecución del justo equilibrio de la página buscando la armonía entre llenos y vacíos.

Folleto

Volante con información específica acerca de una empresa, un producto o un servicio, que se prepara con fines publicitarios.

Formato

Dimensión obtenida con una hoja plegada en dobleces sucesivos. La hoja extendida tiene cara y dorso, con un doblez da 4 caras, doblada otra vez se obtienen 8 caras, y luego 16 caras, y con un doblez más da 32 caras.

Imagen corporativa

Expresión visible de la personalidad de una compañía, actual o que se pretende adoptar.

Imagen de marca

Es la suma de impresiones que tiene la gente sobre la marca de un producto que ha comprado, estos pueden ser muy favorables como desfavorables. Las impresiones surgen de innumerables fuentes tanto objetivas como subjetivas.

Imagotipo

Al logotipo suele sumarse con frecuencia un signo no verbal que posee la función de mejorar las condiciones de identificación al ampliar los medios. Se trata de imágenes estables y muy pregnantes que permiten una identificación que no requiera la lectura, en el sentido estrictamente verbal del término.

Impresión

Aplicar tinta sobre una superficie y se utiliza esta superficie para imprimir una imagen. Por ejemplo: sobre plancha metálica, un bloque o una tela. Por medio de las distintas técnicas se pueden producir imágenes poderosas y complejas a la vez.

Impresión digital en color y b/n

La Impresión Digital es un proceso que consiste en la impresión directa de un archivo digital a papel, por medio de tóner. Este proceso es ideal para proyectos de impresión de bajo volumen y tiempos de entrega sumamente cortos.

Layout

Disposición de texto o imágenes en una página.

Letras

Las letras de un tipo están constituidas con uno o más trazos principales, rectos o curvos y pueden terminar con detalles decorativos. Estos detalles no son fundamentales pero son elementos que caracterizan o diferencian un tipo de otro.

Litografía

(Literalmente, grabado en piedra). En la actualidad casi siempre se usaban planchas delgadas de cinc o aluminio que tengan una superficie granulosa. La litografía parte del principio de que el aceite repele el agua, de manera que cuando se lava la piedra o planchas con agua, la superficie la absorbe mientras que el dibujo grasoso lo repele. La tinta se extiende con un rodillo encima de la piedra pero se adhiere sobre las imágenes dibujadas.

Logotipo

Diseño del nombre de un producto o de una empresa comercial escrito siempre de la misma manera e inscrito en el registro de la propiedad industrial. En otras palabras es el grafismo de una marca. Forma gráfica de una palabra o una sílaba que representa el símbolo fijo o a menudo la propia marca de una empresa o un producto.

Manual

Libro o libros producidos para describir la aplicación de una imagen corporativa entre el personal del cliente y los proveedores.

Marca

Nombre, término, símbolo o combinación de estos elementos que identifica los productos o servicios de una o un grupo de firmas vendedoras, distinguiéndolas de los de la competencia.

Margen

Área de impresión de espacio blanco en torno a los bordes de la caja de la página. En diseño gráfico el espacio blanco de cabeza (arriba), al corte (afuera), al pie (abajo), y a lomo (hacia adentro de la página).

Montaje

Elaboración tridimensional de collage, desarrollada por primera vez en Rusia por artistas como Tatlin que hacía esculturas abstractas con láminas de metal, vidrio, alambre y otros materiales. De esta manera se hacen ilustraciones, montando los objetos, por lo general para hacer una construcción “bajorrelieve” que después se fotografía. El montaje a veces resulta una manera muy efectiva de yuxtaponer una serie de objetos para crear imágenes vigorosas.

Negativo

Negativo fotográfico distinto de una transparencia que es una imagen positiva o impresión positiva.

Offset digital

Proceso que consiste en la reproducción sobre papel de un archivo digital, con la calidad del *offset* tradicional, sin la necesidad de negativos. El *offset* digital es la solución real para aquellos proyectos que requieren tirajes cortos o medianos (de 100 a 20,000 pliegos de 46 x 34 cm.) que pueden ir impresos desde una tinta hasta selección de color y, donde la rapidez, la calidad y el precio son los atributos que queremos destacar.

Pluricultural

País en donde hay culturas distintas, aunque en momentos específicos de su historia ha habido una sola cultura institucionalizada.

dpi

Puntos por pulgada (*points per inch*). Indica la mayor o menor resolución de una imagen impresa por láser o por filmadora.

Proporción

Relación del alto con el ancho.

Publicidad

Cualquier forma pagada de presentación impersonal o promoción de ideas, bienes y servicios llevada a cabo por una persona o institución identificada. En general, ésta se realiza por medios masivos.

Recuadro

Un recuadro formado por filetes de impresión. Los recuadros de marco son elementos decorativos utilizados para rodear el texto y para mejorar su presentación. Estos pueden ser coloreados (tramas de gris o color plano).

Registro

La posición exacta de dos o más impresiones en una página. Las marcas de registro se usan para asegurar la ubicación exacta de transparencias para impresión multicolor.

Slogan

Frase fácilmente expresada que el anunciador usa de manera repetida para promover un producto o servicio. Por lo general promueve en particular una característica del producto, buscando identificarlo con alguna cualidad deseada por el consumidor.

Target – grupo objetivo

Se usa para indicar el conjunto de personas a las que se calcula alcanzar en una campaña de venta de un producto.

Tipografía

Se denomina Tipografía al estudio, diseño y clasificación de los tipos (letras) y las fuentes (familias de letras con características comunes), así como al diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que las técnicas destinadas al tratamiento tipográfico y a medir los diferentes textos son conocidas con el nombre de tipometría.

Titular

Encabezado de un anuncio.

Serigrafía

Este tipo de impreso se realiza con una malla de tela tensada sobre un bastidor de madera, se basa en el principio de que algunas partes de la malla se pueden **bloquear** como si fueran una plantilla, y hacer pasar la tinta a través de la zona abierta de la malla. Para bloquear la malla se usa goma arábica u otros productos especiales, o simplemente plantillas de papel. Se hacen serigrafías más complejas a partir de imágenes fotográficas, utilizando materiales y equipos especiales.



Anexos

Anexo 1

Universidad de San Carlos de Guatemala
 Facultad de Arquitectura
 Programa de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación




COMUNIDAD: _____
 SEXO: F _____ M _____
 EDAD: _____ Años

Encuesta

- Marque con una "X" lo que usted piensa en cuanto a las **figuras del logotipo de ASODEM** que aparece al inicio de la encuesta.
 - Respecto al tamaño de las figuras:

<input type="checkbox"/> son muy grandes	<input type="checkbox"/> son del tamaño adecuado
<input type="checkbox"/> son muy pequeñas	<input type="checkbox"/> algunas son muy grandes y otras muy pequeñas
 - Respecto al color de las figuras:

¿son colores atractivos?	<input type="checkbox"/> Mucho	<input type="checkbox"/> Poco	<input type="checkbox"/> Nada
¿están los colores bien combinados?	<input type="checkbox"/> Mucho	<input type="checkbox"/> Poco	<input type="checkbox"/> Nada
¿representan bien a la asociación?	<input type="checkbox"/> Mucho	<input type="checkbox"/> Poco	<input type="checkbox"/> Nada
 - Respecto a la cantidad de figuras:

<input type="checkbox"/> Muchas	<input type="checkbox"/> cantidad adecuada	<input type="checkbox"/> Pocas
---------------------------------	--	--------------------------------
 - Respecto a la representación:

<input type="checkbox"/> Representa de manera <u>excelente</u> a la asociación
<input type="checkbox"/> No representa <u>muy bien</u> a la asociación
<input type="checkbox"/> No representa <u>para nada</u> a la asociación
- Marque con una "X" lo que usted piensa de la **letra del logotipo de ASODEM** que aparece al inicio de la encuesta.
 - Respecto al tamaño de la letra:

<input type="checkbox"/> Muy grande	<input type="checkbox"/> Del tamaño adecuado	<input type="checkbox"/> Muy pequeña
-------------------------------------	--	--------------------------------------
 - Respecto al tipo de la letra:

<input type="checkbox"/> Muy formal	<input type="checkbox"/> Es adecuado	<input type="checkbox"/> Muy informal
-------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------
 - Respecto a la posición de la letra:

<input type="checkbox"/> Es confusa	<input type="checkbox"/> Es adecuada	<input type="checkbox"/> No se
-------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------
 - Respecto a los colores de la letra:

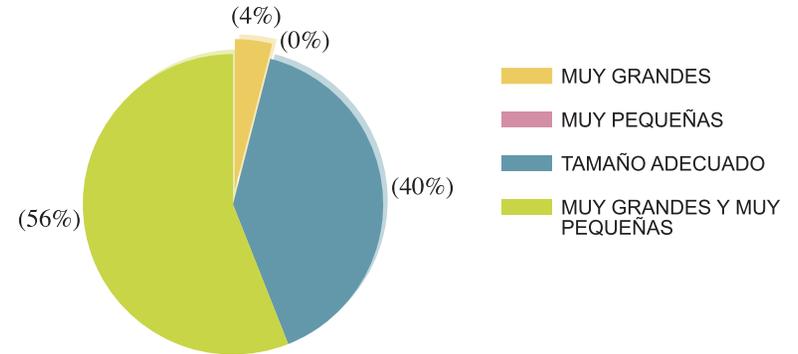
¿la combinación de los colores es adecuada?	<input type="checkbox"/> Mucho	<input type="checkbox"/> Poco	<input type="checkbox"/> Nada
¿los colores representan a la asociación?	<input type="checkbox"/> Mucho	<input type="checkbox"/> Poco	<input type="checkbox"/> Nada
- Marque con una "X" aquellas figuras que usted quitaría al logotipo actual.

<input type="checkbox"/> Manos	<input type="checkbox"/> Familia	<input type="checkbox"/> Recuadro	<input type="checkbox"/> Personas	<input type="checkbox"/> Todas	<input type="checkbox"/> Ninguna
--------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	----------------------------------
- Si usted pudiera agregarle figuras al logotipo actual, ¿cuáles añadiría? Marque con una "X"

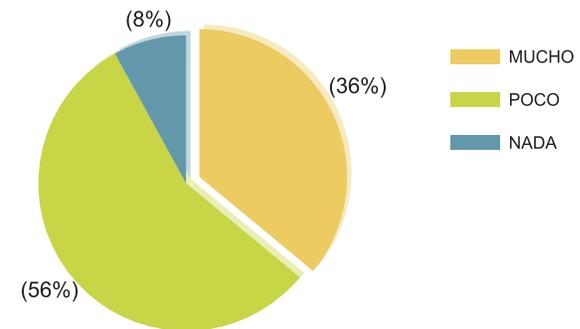
<input type="checkbox"/> cruz	<input type="checkbox"/> corazones	<input type="checkbox"/> casa	<input type="checkbox"/> líneas	<input type="checkbox"/> ninguna
-------------------------------	------------------------------------	-------------------------------	---------------------------------	----------------------------------
- Compare las siguientes dos columnas, marque con una "X" cuál de las dos opciones por línea es su respuesta. Cuando usted ve el logotipo piensa:

<input type="checkbox"/> Que representa muy bien a la asociación	<input type="checkbox"/> Que no es representativo de la asociación
<input type="checkbox"/> Que es atractivo	<input type="checkbox"/> Que no es atractivo
<input type="checkbox"/> Que es fácil de recordar	<input type="checkbox"/> Que no es fácil de recordar
<input type="checkbox"/> Que comunica un mensaje claro	<input type="checkbox"/> Que no comunica un mensaje claro

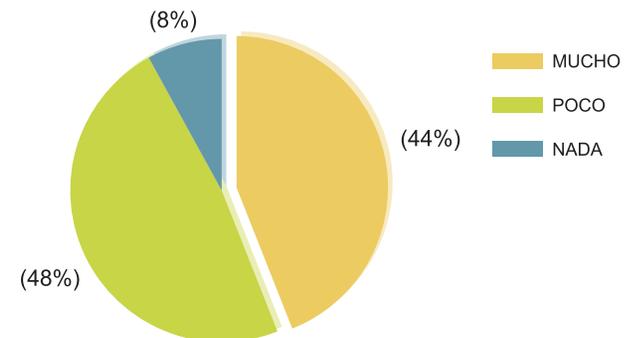
Pregunta 1 - gráfica 1



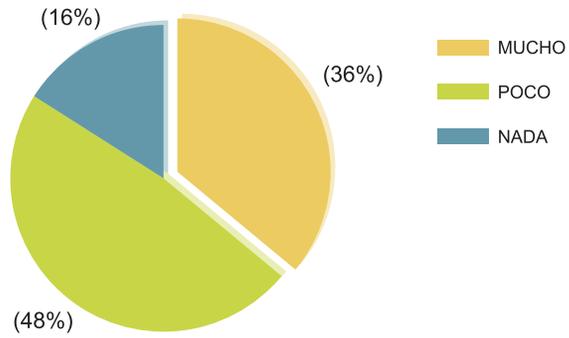
Pregunta 1 - gráfica 2



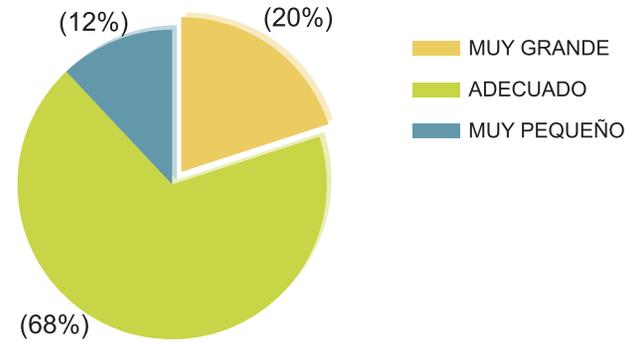
Pregunta 1 - gráfica 3



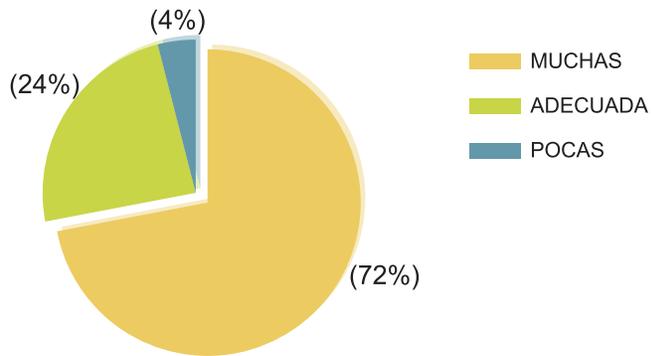
Pregunta 1 - gráfica 4



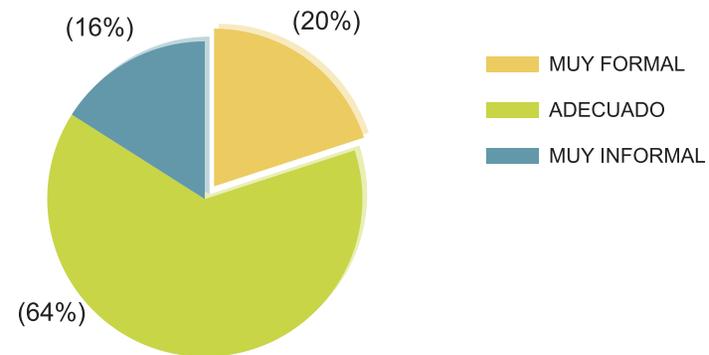
Pregunta 2 - gráfica 7



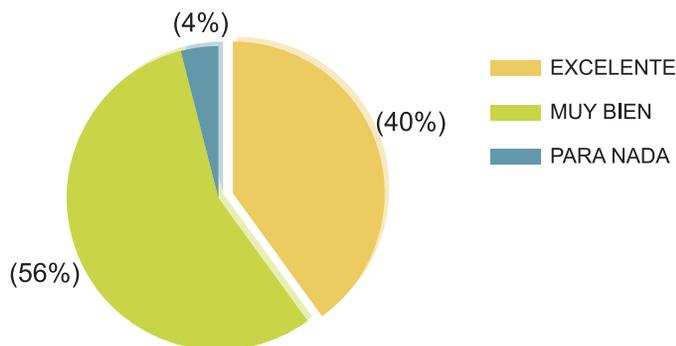
Pregunta 1 - gráfica 5



Pregunta 2 - gráfica 8



Pregunta 1 - gráfica 6



Pregunta 2 - gráfica 9

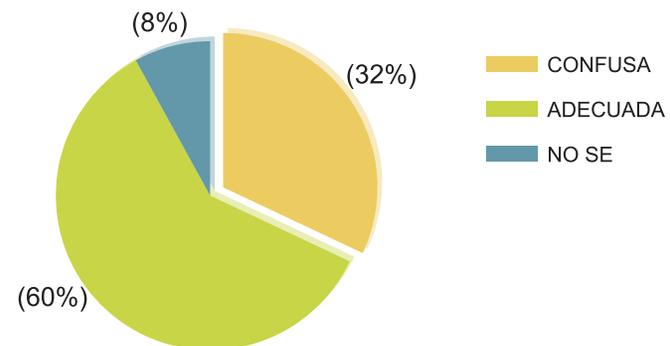
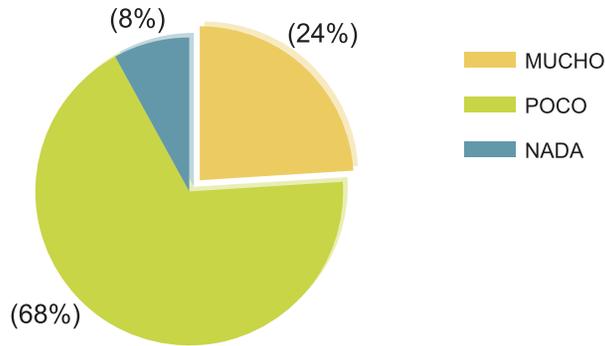
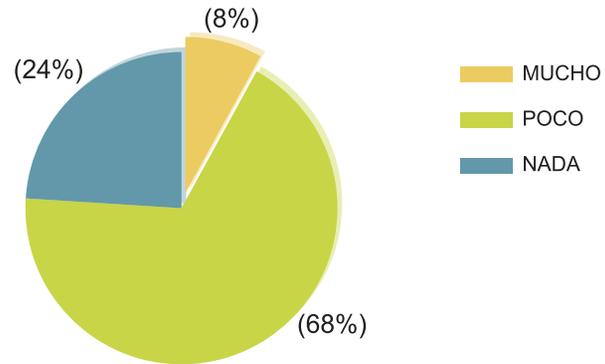


Imagen Corporativa - ASODEM -

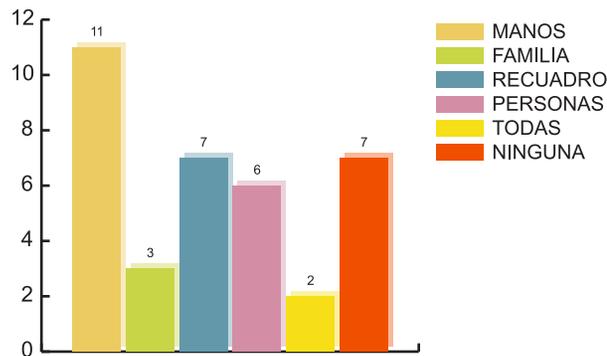
Pregunta 2 - gráfica 10



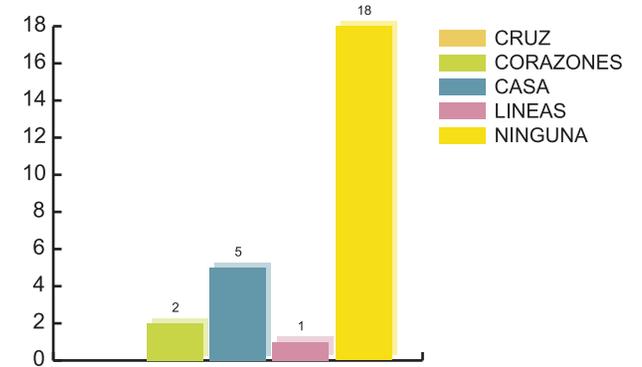
Pregunta 2 - gráfica 11



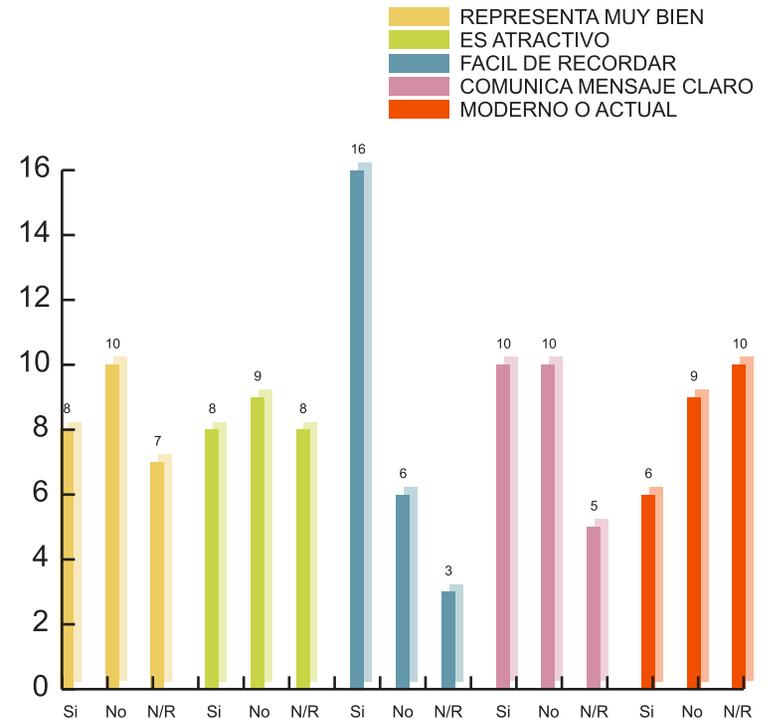
Pregunta 3 - gráfica 12



Pregunta 4 - gráfica 13



Pregunta 5 - gráfica 14





Anexos

Anexo 2

Universidad de San Carlos de Guatemala
 Facultad de Arquitectura
 Programa de Diseño Gráfico
 Encuesta



**PROPUESTA DE IMAGEN CORPORATIVA PARA
 LA ASOCIACION DE ORGANIZACIONES DE DESARROLLO METROPOLITANAS**

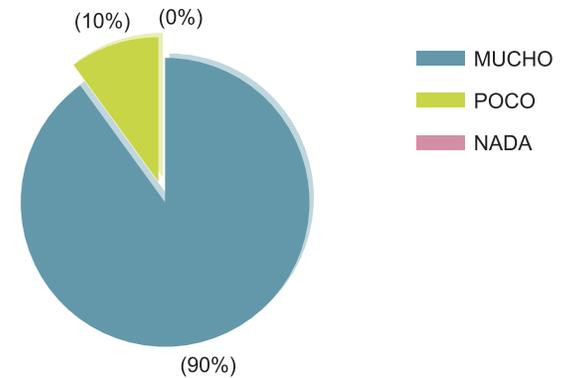
Esta encuesta pretende recopilar información, basada en su opinión, para verificar la eficacia de cada una de las piezas diseñadas, que forman parte de la propuesta de imagen corporativa de ASODEM.

EDAD: _____ SEXO: F ___ M ___

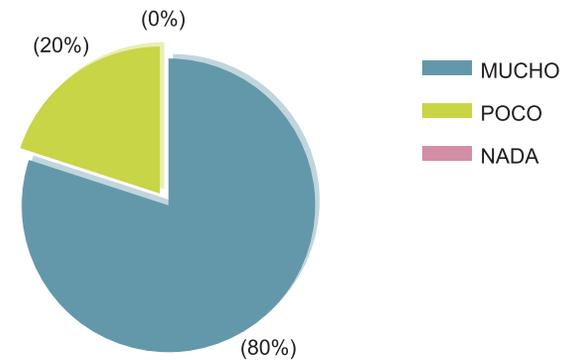
INSTRUCCIONES: Marque con una **X** solo una respuesta por cada pregunta que se plantea.

1. ¿Considera que las imágenes (dibujos, fotografías, figuras) utilizadas en las piezas gráficas son adecuadas?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____
2. ¿Los colores corporativos (azul y naranja) son atractivos y bien combinados?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____
3. ¿Los diferentes tipos de letra utilizados en los textos son fáciles de leer?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____
4. ¿Considera que la posición de los elementos gráficos está bien ubicada?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____
5. El mensaje que transmite cada uno de los elementos gráficos es:
 CONFUSO _____
 ADECUADO _____
 NO SE _____
6. ¿El diseño de los formularios de la papelería administrativa y comercial tienen unidad?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____
7. ¿El diseño de las piezas gráficas publicitarias y promocionales dan a conocer a la asociación de forma clara, ordenada y sencilla?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____
8. ¿Se siente identificado (a) con el diseño de la nueva propuesta de imagen de la asociación?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____
9. ¿Es de su agrado la forma en que está diseñada la nueva propuesta?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____
10. ¿Considera que este material gráfico contribuirá a dar una mejor y más clara imagen de lo que es y lo que hace la asociación?
 MUCHO _____
 POCO _____
 NADA _____

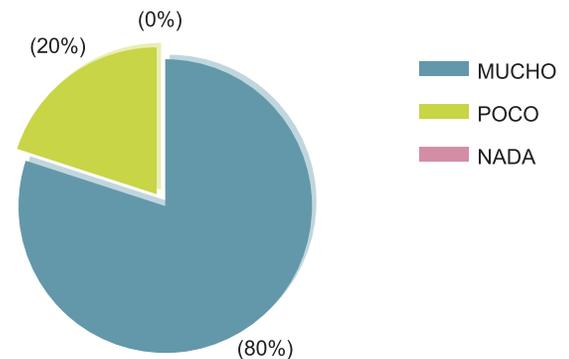
Pregunta 1 - gráfica 1



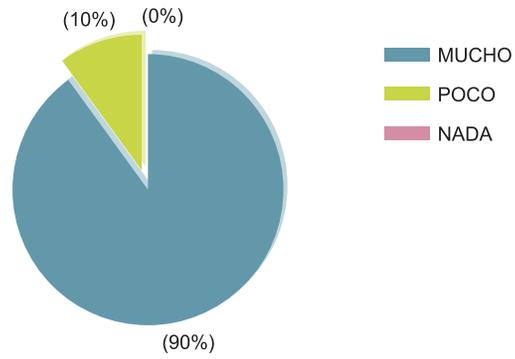
Pregunta 2 - gráfica 2



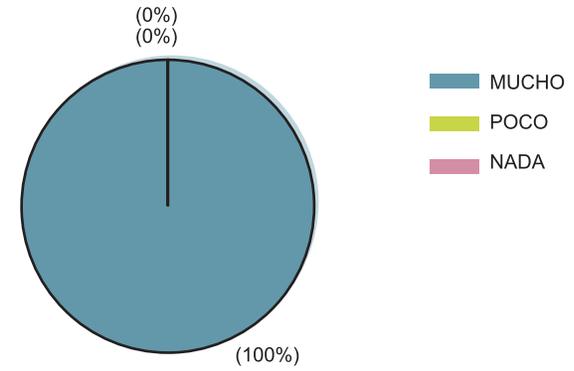
Pregunta 3 - gráfica 3



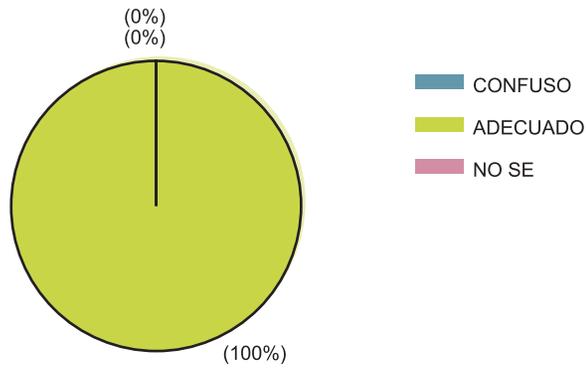
Pregunta 4 - gráfica 4



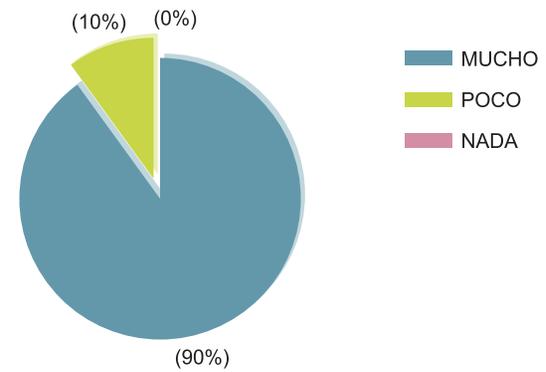
Pregunta 7 - gráfica 7



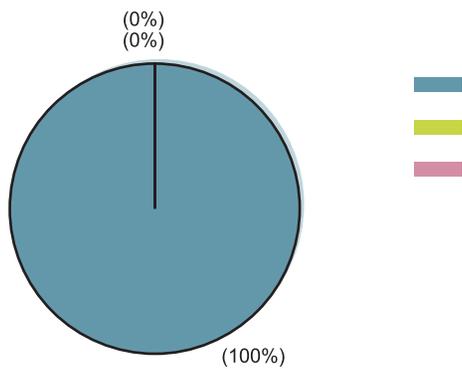
Pregunta 5 - gráfica 5



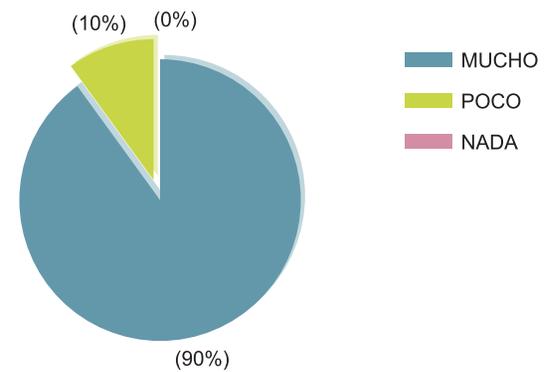
Pregunta 8 - gráfica 8



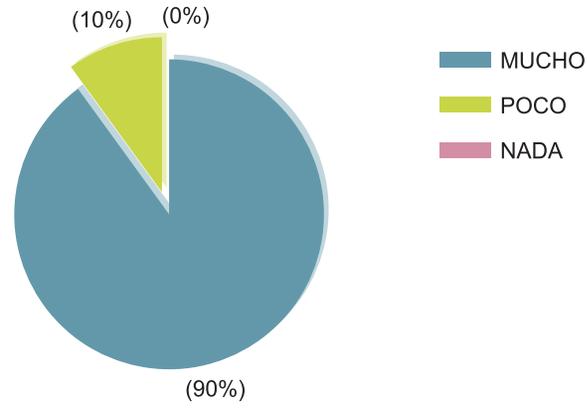
Pregunta 6 - gráfica 6



Pregunta 9 - gráfica 9



Pregunta 10 - gráfica 10



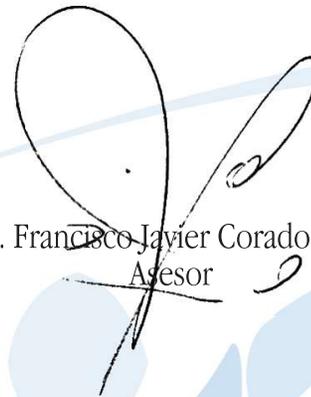
IMPRIMASE



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO



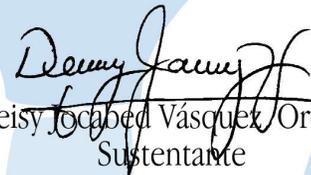
Arq. Brenda María Penados Baldizón
Asesora



D.G. Francisco Javier Corado Rivera
Asesor



Heidy Elizabeth Tzoc Echeverría
Sustentante



Deisy Lucibel Vásquez Orozco
Sustentante

Miembros Junta Directiva

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	DECANO
Arq. Jorge Arturo González Peñate	VOCAL I
Arq. Raúl Estuardo Monterrozo Juárez	VOCAL II
Arq. Jorge Escobar Ortiz	VOCAL III
Br. Hellen Denisse Camas Castillo	VOCAL IV
Br. Juan Pablo Samayoa García	VOCAL V
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	SECRETARIO

Terna Examinadora

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo	DECANO
Arq. Alejandro Muñoz Calderón	SECRETARIO
Arq. Salvador René Galvez Mora	EXAMINADOR
D.G. Sonia Jeanneth Trejo Pérez	EXAMINADOR
D.G. Jorge Daniel Samayoa Borrillo	EXAMINADOR