

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO
LICENCIATURA EN MULTIMEDIA

Todas y Todos
Tenemos los mismos derechos

AMES

CAMPAÑA DE EXPECTACIÓN PARA PROMOCIONAR A AMES

PROYECTO DE GRADUACIÓN REALIZADO POR:
CELENA MARÍA JOSÉ CARPIO GALINDO
CARNÉ: 9813639
PREVIO A OPTAR EL TÍTULO DE:
LICDA. EN DISEÑO GRÁFICO

GUATEMALA , JULIO 2007

PROYECTO

CAMPAÑA DE EXPECTACIÓN PARA PROMOCIONAR A AMES

Mujeres en Solidaridad

AMES

Mujeres en Solidaridad

AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

NÓMINA
DE AUTORIDADES

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE ARQUITECTURA
PROGRAMA DE DISEÑO GRÁFICO
LICENCIATURA EN MULTIMEDIA

NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

DECANO: Arq. Carlos Valladares Cerezo

VOCAL I: Arq. Jorge González Peñate

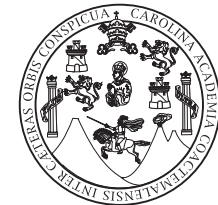
VOCAL II: Arq. Raúl Monterroso Juárez

VOCAL III: Arq. Carlos Martini Herrera

VOCAL IV: Br. Javier Girón Díaz

VOCAL V: Br. Omar Serrano De La Vega

SECRETARIO: Arq. Alejandro Muñoz Calderón



DISEÑOgráfico

TERNA EXAMINADORA

Lic. Víctor Pacheco

Lic. Guillermo García

Arq. Brenda Penados



DEDICATORIA

A Dios:

Ser supremo que me guía por el buen camino y quien oriento mis esfuerzos a la culminación de este proyecto.

A mis Padres:

Quienes me dieron la vida, gracias por apoyarme a alcanzar mis metas, por estar conmigo siempre y brindarme su amor. Les dedico a ustedes este logro en mi vida.

A mis hermanos:

Cinthia, Carlos Roberto, Claudia, Paola, Bárbara, Vilma y Ana Lucrecia, por ser las personas que me han enseñado a crecer y por apoyarme en todo momento.

A mis sobrinos:

Sabrina, Dresser, Pamela, Fernanda, Katy, Jimmy, Melanie, Ian, a todos ustedes los llevo conmigo siempre.

A Dani:

Por su apoyo incondicional, paciencia y por todo el amor que me has brindado. Te amo mucho.

A mi abuelita Conchita:

Con mucho amor y respeto y por ser una mujer muy fuerte.

Mujeres en Solidaridad

AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

DEDICATORIA

A mis tíos:

Les agradezco a todos su apoyo.

A mis mejores amigas:

Danna, Jessika, Ondina y Maerilyn las quiero mucho, gracias por brindarme su amistad sin esperar nada a cambio.

A mis amigos:

Por estar siempre conmigo.

AGRADECIMIENTOS



GRACIAS.....

A mis asesores de Proyecto de Graduación, Lic. Victor Pacheco, Lic. Guillermo García y Arq. Brenda Penados, por brindarme sus conocimientos en virtud de elaborar un buen proyecto con objetivos a largo plazo.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de graduación pretende construir un mensaje de comunicación sobre sólidos conocimientos de diseño, mediante la creación de una campaña publicitaria que contiene material gráfico, interactivo y multimedia.

La creación de esta campaña ayuda a que se lleve a cabo el proceso de comunicación integral que AMES brinda a la sociedad, ya que su función principal es hacer valer los derechos de las mujeres marginadas por la sociedad.

La elaboración de este proyecto consta de una campaña publicitaria que contiene las siguientes piezas gráficas: Valla, Volante, Banner, Cortinilla y Página Web; las cuales constan de un concepto gráfico claro que guían al lector y usuario a entender el mensaje.

En el capítulo uno se describen los antecedentes, el planteamiento del problema, su delimitación, la capacidad del programa, la justificación del problema y los objetivos.

El capítulo dos describe el perfil del cliente, se da a conocer la empresa, donde se encuentran, cuál es su misión, visión, los objetivos que pretenden alcanzar, sus propósitos y actividades, así como nuestro grupo objetivo.

En el capítulo tres se encuentran los conceptos fundamentales del tema y de diseño propiamente, los cuales son necesarios para el desarrollo del proyecto.

En el capítulo cuatro se desarrolla el concepto creativo utilizado en el proyecto,



INTRODUCCIÓN

el cual es muy importante porque es el enfoque de toda la campaña, también se encuentra el método de bocetaje que cuenta con los primeros prebocetos, bocetos y bocetos finales a validar.

Por último, el capítulo cinco está constituido por la validación, la cual es una evaluación de las piezas que conforman la campaña, esta consistió en evaluar si las piezas realizadas cumplen con los objetivos planteados al inicio del proyecto, validación que se efectuó con nuestro grupo objetivo de mujeres que trabajan en maquilas, los cambios surgidos en la validación y fundamentación de las piezas finales.

Para concluir, se encuentran los lineamientos para realizar las piezas que conforman la campaña: anexos, bibliografía y conclusiones.

ÍNDICE

NOMBRE DEL PROYECTO
NÓMINA DE AUTORIDADES
DEDICATORIA
AGRADECIMIENTOS
PRESENTACIÓN

CAPÍTULO I

1.1 Antecedentes	1
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Justificación	3
1.3.1 Magnitud	3
1.3.2 Trascendencia	3
1.3.3 Vulnerabilidad	3
1.3.4 Factibilidad	4
1.4 Objetivos	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.4.2 Objetivos específicos	4

CAPÍTULO II

2.1 Perfil del Cliente	6
2.1.1 Misión	6
2.1.2 Visión	6
2.1.3 Objetivos	6
2.1.4 Propósitos	7
2.1.5 Actividades	7

ÍNDICE

2.1.6 Grupo Objetivo de AMES	8
2.1.7 Necesidades de Comunicación Visual	8
2.2 Grupo Objetivo	8
2.2.1 Perfil Geográfico	9
2.2.2 Perfil Conductual	9
2.2.3 Perfil Psicológico	9
CAPÍTULO III	
3.1 Conceptos Fundamentales del Tema	10
3.2 Conceptos Fundamentales de Diseño	17
CAPÍTULO IV	
4.1 Concepto Creativo	28
4.1.1 Tipográficos	28
4.1.2 Cromáticos	28
4.1.3 Icónicos	29
4.1.4 Lingüísticos	29
4.1.5 Formatos de Diagramación	29
4.1.6 Piezas Gráficas	30
4.2 Procesos de Bocetaje	31
4.2.1 Prebocetos	31
4.2.2 Bocetos	33
4.2.3 Bocetos a Validar	40

ÍNDICE

CAPÍTULO V

5.1 Validación de las Piezas	46
5.1.1 Técnicas	46
5.1.2 Instrumento	47
5.1.3 Técnica de Recolección de Datos	47
5.1.4 Resultados Y Graficación de la Encuesta	48
5.1.5 Análisis de Resultados y Cambios Sugeridos	52
5.2 Piezas Finales y su Fundamentación	52

CONCLUSIONES

LINEAMIENTOS GRÁFICOS

BIBLIOGRAFÍA

GLOSARIO

ANEXOS

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES

CAPÍTULO 1

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

• 1.1 ANTECEDENTES

AMES es reconocida por las mujeres como defensora de los derechos Humanos y Laborales y la promoción de la Salud Integral. Reconocida también por organizaciones nacionales en Guatemala, a nivel regional en Centroamérica y a nivel Latinoamericano.

Se cuenta con un espacio de capacitación política y técnica que se activa desde diferentes instancias como: la multisectorial, la Instancia Coordinadora de la Maquila, la Red de la No Violencia Contra la Mujer, la Red Centroamericana de Organizaciones de Mujeres en Solidaridad con Trabajadoras de la Maquila, Sector de Mujeres, Coordinadora 25 de noviembre, Coordinadora 8 de marzo y la Red Latinoamericana de Salud.

Como toda organización, AMES ha experimentado altas y bajas, pero mujeres y hombres que han acompañado en este proceso han sido fundamentales en la búsqueda de cambios y la construcción que permita contribuir a la transformación y erradicación de las desigualdades, a promover una conciencia democrática y de equidad, como también un espacio donde las mujeres puedan recibir atención profesional, solidaria y de calidad para el cuidado de su salud, en condiciones de enfermedad y en el nivel preventivo.

Actualmente, se cuenta con una clínica hospital y un espacio de acompañamiento así como asesoría legal y psicológica, para atender los conflictos laborales y familiares.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

Así pues, se quiere lograr una concientización en la sociedad con énfasis del valor de la mujer, esto con el fin de lograr una Guatemala balanceada y por tanto, los mismos derechos para todos.

• 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante varios años AMES ha tenido una limitante para el proceso de comunicación integral, esto es la falta de material visual e informativo para poder lograr su función principal, hacer valer los derechos de las mujeres marginadas por la sociedad. Debido a esta escasez de material no ha podido abarcar completamente el movimiento autónomo no lucrativo en beneficio de la mujer marginada y sometida a trabajos exhaustos y pesados en las cuales muchas de ellas son maltratadas y ultrajadas, pero debido a su ignorancia ellas no hacen valer sus derechos como ciudadanas y especialmente como Mujeres.

AMES posee actualmente, un material gráfico que carece de elementos comunicativos en general para una buena publicidad, no posee un concepto creativo y no tiene funcionalidad el mensaje que quiere transmitir hacia su grupo objetivo. La creación de material visual que dé a conocer a AMES como una asociación; la cual brinda atención integral, pues es una de las necesidades que se debe cubrir por medio de una campaña que la promocióne en diferentes medios publicitarios, así como la creación de una página web, la cual posea toda aquella información necesaria para toda persona que desea consultar. Es por ello que surge la necesidad de la creación de una campaña donde se de

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

a conocer AMES. De esta forma, se contribuye con la sociedad, para conseguir de alguna manera ayuda de otras organizaciones afines y de esta manera seguir creciendo en el ámbito internacional.

Por esta razón, se presenta el siguiente proyecto: Campaña Publicitaria para promocionar a AMES. Proyecto de investigación comunicación realizado en la ciudad de Guatemala, en el período de julio a noviembre de 2005.

• 1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 Magnitud:

El número de personas que atiende es de 4,000 que viene a ser un 0.2 % de la población femenina de mujeres maquiladoras, en las áreas rurales y urbanas. La escolaridad de las mismas oscila entre:

1ro. a 5to. primaria 40%.

6to. Primaria 50 %.

1ro. a 3ro. Básico 10%.

1.3.2 Trascendencia:

La Mujer en su ignorancia por falta de información no conoce sus derechos como ciudadana y más importante, como Mujer, por lo que sigue siendo ultrajada y abusada.

1.3.3 Vulnerabilidad:

Contribuir con la creación de la campaña, en función de promover la observancia

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

y defensa de los Derechos Humanos y Laborales; en el fomento de la salud integral; por la erradicación de la no violencia contra las mujeres y la discriminación. De esta manera AMES puede ir solidificándose a nivel de organización para poder contribuir mejor a la sociedad femenina.

1.3.4 Factibilidad:

Esta campaña requiere de recursos financieros, pero la organización cuenta con la sostenibilidad y sustentabilidad económica para poder financiar este tipo de material.

• **1.4 Objetivos**

1.4.1 Objetivo general:

Colaborar con la organización AMES en la creación de una campaña publicitaria para darla a conocer y promocionarla en la sociedad guatemalteca.

1.4.2 Objetivos específicos:

Dar a conocer a las mujeres que existe una organización que vela por los derechos de la mujer marginada y oprimida en Guatemala.

Contribuir con la sociedad creando una campaña de concientización y un espacio interactivo, especialmente para la mujer marginada.

Impulsar los cambios en las comunidades marginadas para que ellas puedan

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

consultar material de apoyo, con el fin de integrarlas a la organización.

Contribuir creando estrategias que las ayuden a crecer dentro de ese ámbito social. Por medio de la campaña publicitaria concientizar los cambios políticos, culturales, sociales, etc.

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES

CAPÍTULO 2

CAPÍTULO II

PERFIL DEL CLIENTE Y
GRUPO OBJETIVO

• 2.1 PERFIL DEL CLIENTE

AMES (Asociación de Mujeres en Solidaridad), se encuentra ubicada en la 20 Av. 2-44 Z. 6 Colonia Los Angeles, Tels.: 2289-0820, 2254-5434. A su cargo se encuentra Rosa Escobar Presidenta de la Junta Directiva, Representante Legal y Coordinadora General de la Asociación.

2.1.1 Misión

Promueve el desarrollo integral y los derechos de las mujeres haciendo énfasis en la defensa, promoción y aplicación de los derechos humanos, laborales, la salud integral, la no violencia contra las mujeres, para erradicar la discriminación a través de la atención, sensibilización, concientización, formación, capacitación acompañamiento e incidencia a nivel nacional y regional.

2.1.2 Visión

En el año 2010, AMES, será una institución sustentable y sostenible reconocida por su modelo de atención, promoción y defensa de los Derechos Humanos y Laborales, la Salud Integral y la No Violencia contra las mujeres, en la contribución para alcanzar la construcción de una sociedad equitativa y justa en Guatemala y el resto de América.

2.1.3 Objetivos

2.1.3.1 Contribuir al desarrollo integral de las mujeres que atiende y sus familias, a través de la prevención, atención, capacitación, formación, promoción e

CAPÍTULO II

PERFIL DEL CLIENTE Y
GRUPO OBJETIVO

incidencia con el propósito de transformar su calidad de vida.

2.1.3.2 Promover la vigencia y defensa de los Derechos Humanos y Laborales de las mujeres que trabajan en las maquilas a nivel nacional y regional. Fomentar la salud integral de las mujeres y sus familias en las áreas urbanas y rurales.

2.1.3.3 Incidir en la elaboración y monitoreo para la eficaz implementación de las políticas públicas a favor de las mujeres a nivel nacional.

2.1.3.4 Alcanzar el 50% de la sostenibilidad de AMES.

2.1.4 Propósitos

El propósito de AMES es dirigir sus esfuerzos a brindar atención integral, conscientizar, formar, capacitar y organizar a las mujeres de las comunidades marginales urbanas y no urbanas de nuestra sociedad.

2.1.5 Actividades

Dentro de las actividades que AMES realiza se encuentran:

2.1.5.1 Programas de derechos humanos

Capacitaciones en:

- a) Derechos laborales
- b) Prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres.

CAPÍTULO II

PERFIL DEL CLIENTE Y
GRUPO OBJETIVO

2.1.5.2 Programa de salud integral:

- a) Atención médica
- b) Atención hospitalaria
- c) Salud sexual y reproductiva
- d) Jornadas médicas
- e) Atención psicológica y salud mental
- f) Salud preventiva.

2.1.6 Grupo Objetivo de AMES

Se dirige especialmente a las mujeres trabajadoras de maquila, de igual manera a jóvenes y niños, está familiarizada con otras entidades que forman una corporación no lucrativa, en donde velan por los derechos humanos, laborales, con la red de la no violencia, etc.

2.1.7 Necesidades de comunicación visual

Una de las necesidades primordiales es darle sentido creativo a la imagen, es decir, la creación de una nueva imagen visual que conceptualice de una forma creativa y comunicativa, la función de la organización con el fin de despertar el interés del grupo objetivo al que va dirigido, como por ejemplo: los nuevos íconos, los cambios de color en toda la imagen de Ames, las frases, etc.

• 2.2 GRUPO OBJETIVO

De acuerdo con los datos obtenidos, el grupo objetivo de la campaña es la muestra a quien dirige sus esfuerzos AMES, en este caso la sociedad de las mujeresmaquileras.

CAPÍTULO II

PERFIL DEL CLIENTE Y
GRUPO OBJETIVO

Sexo = Femenino.

Comprendidas entre 13 a 40 años.

Estado civil: 40% en una relación, 30% unidas con otra persona y un 30% solteras.

Composición familiar: el 40% que está en una relación tienen entre 3 a 5 hijos, el 30% tienen entre 3 a 4 y el 30% viven con sus padres y hermanos.

Conocimientos: son personas de clase baja-baja, solamente algunos estudian los domingos que es el día libre para ellos.

Ingresos: el sueldo mínimo.

2.2.1 Perfil Geográfico

Personas provenientes de Chimaltenango, San Juan Sacatepéquez, San Lucas, Villa Nueva, Mixco, asentamientos y zonas aledañas a la capital en su mayoría. Muchas de estas personas estudian cursos de computación y algunos otros están sacando bachillerato por madurez.

2.2.2 Perfil Conductual

Sus actitudes son normales teniendo en cuenta que son un grupo de personas con un grado de ignorancia alto. Son personas las cuales su tiempo libre lo disfrutan acudiendo a ferias de productos de consumo o visitando los diferentes parques de la ciudad.

2.2.3 Perfil Psicográfico

De clase social baja, sus ingresos se mantienen en el sueldo mínimo y su personalidad es muy similar entre ellos, se distinguen por su tímidez ante la sociedad.

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES

CAPÍTULO 3

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

- 3.1 CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL TEMA

3.1.1 Sociedad

La sociedad es el conjunto de personas que comparten fines, preocupaciones y costumbres, y que interactúan entre sí constituyendo una comunidad. También es una entidad poblacional o hábitat, que considera los habitantes y su entorno, todo ello interrelacionado con un proyecto común, que les da una identidad de pertenencia.

(Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.)

3.1.1.1 Comunidad

Una comunidad es un grupo o conjunto de personas (o agentes) que comparten elementos en común, elementos tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión de mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles, etc. Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, en base a diferenciarse de otros grupos o comunidades (generalmente signos o acciones), que es compartido y elaborado entre sus integrantes y socializado.

(Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.)

3.1.1.2 Justicia Social

Es un término bastante reciente que es empleado por analistas sociales y teólogos para referirse a la responsabilidad política y social Cristiana de ser misericordioso y justo. El amor al prójimo, interesarse por los pobres y el deseo de construir un orden social que respete la dignidad humana, son los elementos básicos de la

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

justicia social Cristiana. La justicia social implica juntarse con otros para cambiar las instituciones de la sociedad.

(Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.)

3.1.1.3 Democracia

La democracia es la doctrina política favorable a la intervención del pueblo en el gobierno. En este régimen político la soberanía reside en el pueblo y es ejercida por éste de manera directa o indirecta en la sociedad.

(Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.)

3.1.2 Conciencia

En el uso moderno, término que denota varios factores esenciales en la experiencia moral. Así, el reconocimiento y aceptación de un principio de conducta obligada se denomina conciencia. En teología y ética, el término hace referencia al sentido inherente de lo bueno y lo malo en las elecciones morales, al igual que a la satisfacción que sigue a la acción considerada como buena y a la insatisfacción y remordimiento que resulta de una conducta que se considera mala. En las teorías éticas antiguas, la conciencia se consideraba como una facultad mental autónoma que tenía jurisdicción moral, bien absoluta o como reflejo de Dios en el alma humana.

(Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.)

3.1.2.1 Equidad

Lo equitativo, si bien es justo, no lo es de acuerdo con la ley, sino como una corrección de la justicia legal. La causa de ello es que toda ley es universal y que

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

hay casos en los que no es posible tratar las cosas rectamente de un modo universal. En aquellos casos, en los que es necesario hablar de un modo universal, sin ser posible hacerlo rectamente, la ley acepta lo más corriente, sin ignorar que hay algún error.

(Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.)

3.1.2.2 Solidaridad

La cualidad de continuar unido con otros en creencias, acciones y apoyo mutuo, aún en tiempos difíciles.(www.busunnescol.com)

3.1.3 Mujer

Una mujer es el ser humano de sexo femenino, en contraste al masculino, el hombre. El término mujer se usa para indicar diferencias sexuales biológicas, distinciones de género en su papel atribuido culturalmente, o ambas cosas.(www.busunnescol.com)

3.1.3.1 Discriminación

Proceso mediante el cual uno o varios miembros de un grupo socialmente definido son tratados de forma diferente, y especialmente de forma injusta, debido a su pertenencia a ese grupo. Este tratamiento injusto nace de "creencias de origen social que cada grupo tiene acerca del otro" y de "estructuras de dominación y opresión", vistas como expresiones de una lucha por el poder y los privilegios. (es.wikipedia.org/wiki/discriminacion)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

3.1.3.2 Violencia contra la Mujer

Esta incluye la violencia física, sexual y psicológica que tiene la mujer en la casa y en la comunidad y que es perpetrado o tolerado por el estado. Una manifestación grave del ciclo de violencia contra la mujer es la Impunidad. La violencia es un comportamiento deliberado que resulta también de daños psicológicos a otros seres humanos, o más comúnmente a otros animales y se lo asocia, aunque no necesariamente, con la agresión, ya que también puede ser psicológica o emocional, a través de amenazas u ofensas.

(CALDH. Agosto, 1998)

3.1.3.3 Capacitación

Proceso didáctico que consiste en proporcionar a las mujeres las herramientas teóricas y prácticas para adquirir, mantener, reforzar, actualizar y las aptitudes necesarias requeridas para su buen desempeño en sus ámbitos de trabajo en las maquilas.

(es.wikipedia.org/wiki/capacitacion)

3.1.3.4 Taller para mujeres

Es la modalidad de enseñanza y estudio para las mujeres caracterizada por la actividad en que se desempeñan, la investigación operativa, el descubrimiento científico y el trabajo en equipo de mujeres que en su aspecto externo se distingue por el acopio, la sistematización y el uso de material especializado acorde con el tema para la elaboración de un producto tangible, por ejemplo: el de corte y confección. (CALDH. Agosto, 1998)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

3.1.4 Derechos humanos

Los derechos que se confieren al individuo y las libertades fundamentales de que goza: el derecho a la vida, a la vida privada, a pensar y a practicar una religión, libertad de expresión, libertad de unión y protección en contra de todas las formas de discriminación basada en, por ejemplo: el sexo, la raza o religión, incluyen también el derecho a participar en la vida pública, económica, social y cultural. (Suplemento al décimo informe sobre derechos humanos. Guatemala, enero 2000.)

3.1.4.1 Derechos Laborales

Es el derecho al trabajo que cualquier persona posee, derecho a prestaciones, según la ley, derecho a un salario mínimo, derecho a la seguridad social. (Suplemento al décimo informe sobre derechos humanos. Guatemala, enero 2000.)

3.1.4.2 Derechos de las Humanas

Es el derecho a ser reconocidas como seres humanas, ser respetadas, gozar de igualdad de derechos, vivir una vida libre de violencia, gozar de igualdad de derechos en el acceso a los recursos productivos, de crédito y asistencia técnica y laboral. (Asociación de Mujeres en Solidaridad AMES Mayo 2005)

3.1.4.3 Derechos de la mujer según el Estado

Guatemala está obligado a aplicar la debida diligencia para prevenir la violencia contra la mujer, y enjuiciar y sancionar a quienes perpetran actos de esta naturaleza, así como adoptar medidas para erradicar tal violencia en su sociedad. Las normas nacionales y regionales brindan garantías fundamentales contra la violencia y la discriminación por razones de género. Tras la firma de los Acuerdos de Paz el Estado

CAPITULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

Guatemalteco ha adoptado pasos importantes para mejorar el marco normativo e institucional encaminado a superar formas históricas de discriminación y violencia contra la Mujer.

(Asociación de Mujeres en Solidaridad AMES Mayo 2005)

3.1.4.4 Derechos de la Mujer según la Constitución

Guatemala se compromete a adoptar medidas para eliminar la violencia de género, y bajo la Convención de Las Naciones Unidas para la protección de los derechos del niño, se compromete a proteger a todas las mujeres adolescentes contra todo tipo de abuso físico, psicológico y sexual, incluyendo las jornadas de trabajo demasiado largas y las condiciones de trabajo excesivamente duras. Los hombres y las mujeres tienen los mismos derechos y oportunidades y la discriminación por motivo del estado reproductivo es ilegal. (Asociación de Mujeres en Solidaridad AMES Mayo 2005)

Artículo 3:

Derecho a la vida: El Estado garantiza y protege la vida humana desde su concepción, así como la integridad y la seguridad de la persona.

Artículo 4:

Libertad e igualdad: en Guatemala todos los seres humanos son libres e iguales en dignidad y derechos. El hombre y la mujer, cualquiera que sea su estado civil, tienen iguales oportunidades y responsabilidades.

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

Ninguna persona puede ser sometida a servidumbre ni a otra condición que menoscabe su dignidad.(Constitución de la República de Guatemala. 1998)

3.1.5 Maquila

Son plantas dedicadas a toda clase de manufacturas, a donde llegan algunos insumos del exterior, le aplican la mano de obra, dan una terminación a los productos que luego son reexportados. Son empresas ensambladoras. Proceso de confección a terceros. Es una forma de producción que se establece como un compromiso del dueño de la producción y/o de una marca con la persona que se realiza el trabajo. (Asociación de Mujeres en Solidaridad AMES Mayo 2005)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

- 3.2 CONCEPTOS FUNDAMENTALES DE DISEÑO

3.2.1 Diseño:

Es un proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco racional económico y cultural determinado; y que mediante metodología tiende a la optimización de las soluciones de acuerdo con la disponibilidad de recursos, lo que conduce a la modificación de la realidad.

Muchos piensan en el diseño como un tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. Ciertamente, el solo embellecimiento es una parte el diseño, es mucho más que eso.(Wong, 1997: 143)

3.2.1.1 Diseño Gráfico:

El diseño se divide en tres áreas principales: el diseño creativo, la producción de originales que interpreten este diseño y la coordinación de los diversos procesos necesarios para la producción.

El Proceso del diseño y la coordinación está determinado por tres factores: la experiencia, preferencias y capacidades intransferibles del diseñador. (Herrera, 1999:16)

3.2.1.2 Material Gráfico:

Es el material que combina letra, imágenes, símbolos y signos de manera creativa, para transmitir algún mensaje.(Herrera,1999:16)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

3.2.1.3 Promoción:

En marketing, la promoción de ventas es uno de los cuatro pilares de la publicidad. Las otras tres partes son realización de anuncios, venta personal y publicidad/relaciones públicas.

(Es.wikipedia.org/wiki/promoción)

La promoción de ventas:

Elemento esencial del marketing, se ha convertido en una gran industria. Durante los últimos años, los gastos en promoción de ventas han superado los gastos en publicidad y todo parece indicar que esta pauta de crecimiento va a continuar. (Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.)

Técnicas de promoción:

Las técnicas de promoción de ventas se utilizan tanto para motivar a los vendedores a mejorar sus resultados como inducir a los consumidores para que compren bienes y servicios. Aunque la promoción de ventas está estrechamente vinculada a la publicidad, también está vinculada a otros elementos del marketing: los servicios de producción, empaquetado, precios y distribución. En cuanto a la distribución, existen dos técnicas especiales para incentivar a los vendedores: por un lado se les ofrecen ciertos incentivos materiales (un regalo, un viaje, dinero); por otro lado se suelen organizar concursos entre vendedores para incentivar la competitividad entre ellos.

(Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

Logotipo:

Marca comercial presentada en una forma distintiva. De alguna manera recuerda a la antigua acción de marcar un producto. Signo identificador de una marca o producto puede estar constituido por palabras o cualquier otro signo gráfico o símbolo. (Carro s.f.:42)

Equilibrio:

Se origina con la colocación prudente de los elementos de acuerdo con su peso. El color agrega más peso a los elementos, los colores brillantes resultan más ligeros, a diferencia de los oscuros que son más pesados.

(Enciclopedia práctica del Estudiante, s.f.: 278)

Composición:

Es la manera de llamar a la unión de varias piezas gráficas, las cuales se unen para formar un concepto o diseño.

(Enciclopedia práctica del Estudiante, s.f.: 278)

3.2.2 Publicidad:

grandes grupos humanos y suele recurrirse a ella cuando la venta directa de Es preciso distinguir entre publicidad y otro tipo o medios de comunicación de masas. Desde sus inicios en el mundo antiguo, la publicidad ha evolucionado hasta convertirse en una enorme industria. La publicidad puede tener un alcance local,

3.2.2.1 Campaña Publicitaria:

Una campaña está formada por uno o más grupos de anuncios. Los anuncios de una campaña determinada presentan idéntico presupuesto diario, segmentación

CAPÍTULO III

CONCEPTOS FUNDAMENTALES

3.2.3 Internet:

Red de ordenadores a nivel mundial. Ofrece distintos servicios, como el envío y recepción de correo electrónico (e-mail), la posibilidad de ver información en las páginas Web, de participar en foros de discusión (News), de enviar y recibir ficheros mediante FTP, de charlar en tiempo real mediante IRC, etc.

Es una red mundial de redes privadas y públicas de computadoras que pueden conectarse entre sí, independiente de la plataforma que utilicen, gracias a un protocolo estándar de comunicación denominado TCP/IP (Transport Control Protocol/Internet Protocol) desarrollado por la agencia de Investigación de Proyectos Avanzados (ARPA) del Departamento de Defensa de los Estados Unidos. (es.wikipedia.org/wiki/internet)

3.2.3.1 Página Web:

Las páginas web son espacios (hosting) en el internet que una persona adquiere, el cual se identifica con un nombre (dominio). Existen dos estilos de páginas Web:

Páginas Interactivas o Multimedia:

Estas son páginas muy dinámicas, contienen textos, imágenes, sonidos, de una presentación diferente.

Páginas Genéricas o de Hipertexto:

La navegación de la misma es de una forma muy sencilla, son básicamente de información.

(Construya su Propio Web, Louis Kanh Laura Logan, Microsoft)

3.2.3.2 Hipermedia:

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

Con la aparición en Internet de herramientas capaces de trabajar con textos, gráficos, sonidos, entre otros, el concepto de hipertexto se ha generalizado, dando

lugar a la definición de hipermedia. Un documento hipermedia puede contener texto, enlaces, hipertexto, imágenes y sonido. Este tipo de documento son los que podemos encontrar en World Wide Web de Internet.

(Construya su Propio Web, Louis Kanh Laura Logan, Microsoft)

3.2.3.3 Navegación:

Es explorar en el Internet, tratando de ver todas las páginas que se desean o según sea la necesidad. [es.wikipedia/glosario.htm](http://es.wikipedia.org/glosario.htm)

3.2.3.4 Interactividad

Tipo de relación que hace que el comportamiento de un sistema modifique el comportamiento del otro. Por extensión, un equipo o programa se denomina interactivo cuando su usuario puede modificar su comportamiento o desarrollo.

[es.wikipedia/glosario.htm](http://es.wikipedia.org/glosario.htm)

3.2.3.5 Links

Normalmente se les llama enlaces. Consisten en líneas de texto o imágenes que se encuentran dentro de ciertos documentos, generalmente en páginas web, y que permiten acceder a otros documentos. Estos enlaces establecen conexiones con otras páginas en Internet para que el navegador pueda visualizarlas. Cuando se hace click sobre un enlace, el navegador abrirá automáticamente la página de información a la que hace referencia.

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

es.wikipedia.org/glosario.htm

3.2.3.6 HTML

Es un lenguaje informático diseñado para estructurar textos y presentados en forma de hipertexto, que es el formato estándar de las páginas web. Gracias a Internet y a los navegadores del tipo Explorer o Netscape, el HTML se ha convertido en uno de los formatos más populares que existen para la construcción de documentos. (es.wikipedia.org/glosario.htm)

3.2.4 Computadora:

Es utilizada en todo tipo de industria, para cálculos científicos, el cine, la pantalla grande entre otras. Está compuesta por una hardware que es la unidad central del proceso de datos (cpu, central procesing unit) teclado, unidades de almacenamiento como lo son, chips, diskets, cds, zip, quemador, dvd, memoria, tarjetas de red, de sonido, etc., y el software que se compone de todos los programas que la computadora tendrá como por ejemplo: windows, office, macromedia, adobe, etc.

(Construya su Propio Web, Louis Kanh Laura Logan, Microsoft)

3.2.4.1 Software

Llamados también Sistema de Computación al conjunto de elementos de Software (serie de programas).

El trabajo que antes era largo y tedioso, ahora se ha convertido en un procesamiento de datos tratado fácilmente utilizando diferentes tipos de software.(Construya su Propio Web, Louis Kanh Laura Logan, Microsoft)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

3.2.5 Color

Es la impresión que produce en la vista la luz reflejada en un cuerpo. Por medio del color se puede llegar a persuadir, ayuda a recordar lo visto y a retener la atención. El color es parte importante en todos los proyectos realizados en diseño gráfico. Este es el elemento gráfico en el cual se diferencia de la competencia un producto o servicio. (Jurado, 1997: S.N.)

3.2.5.1 El color en el diseño gráfico:

El color es un factor clave en la mayoría de las imágenes que constituyen elementos familiares del panorama del diseño gráfico. El color es quizás el elemento gráfico más inmediatamente identificable, diferenciando de la competencia al diseño de un producto o servicio. (Swan, 1998: 7)

3.2.5.2 Psicología del color:

Esta teoría comprende la aplicación del color en sus distintas facetas. Nos explica el significado de cada color, lo que representa, como se utiliza, etc. es.wikipedia.org/glosario.htm

3.2.6 Ilustración:

Dibujo, figura, grabado, estampa o dibujo que adorna un libro ilustrado. Adornar un impreso con láminas o grabados alusivos al texto. Son elementos con imágenes dentro de un diseño. Estos pueden ir dentro de un recuadro en diferentes tamaños o dimensiones o pueden presentarse las imágenes únicamente con un contorno irregular. (Eva Paz, s.f.:72).

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

3.2.6.1 Imágen:

Es una representación visual de un objeto mediante técnicas diferentes de diseño, pintura, fotografía, video. El conjunto de imágenes seguidas forman una animación o un video. Existen diferentes formatos de imágenes dependiendo de la calidad, de la compresión, etc. Los más conocidos son: .BMP (gráfico/fotográfico) .GIF (gráfico/animaciones), .JPG (fotografías), .PCX (gráfico/fotográfico), etc. Cada uno tiene determinadas características. Un gráfico es una imagen pero no es real. (Es.wikipedia.org/wiki/imagen)

3.2.6.2 Dibujo:

Técnica gráfica basada en el uso de la línea. Se realiza normalmente sobre papel, cartón, etc. Puede emplear el color o prescindir de él. (es.wikipedia/glosario.htm)

3.2.6.3 Animación:

Serie de imágenes consecutivas dibujadas o fotográficas que, bajo ciertas condiciones, reproducen la sensación de movimiento. Las imágenes se pueden obtener sobre una película y proyectarse, como en los dibujos animados, o pegarse en las páginas de un libro y observarse en rápida frecuencia. (Enciclopedia Práctica del Estudiante)

3.2.6.4 Fotografía:

Pueden ser de diferentes tamaños. Esta visto como un arte, en donde la creatividad, la luz, el ambiente se relacionan para formar una imagen. (Enciclopedia Práctica del Estudiante)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

3.2.7 Tipografía:

Se refiere al estudio de diferentes tipos de letras existentes, así como a cada una de sus características.

Las letras presentan modalidades en su forma como son:

3.2.7.1 Por su posición:

Romana o Recta (A,B,C,a,b,c), que facilita la lectura.

Itálica o Inclinada (A,B,C,a,b,c), se usa para enfatizar o reclacar.

3.2.7.2 Por su Versión:

Mayúsculas o altas y minúsculas o bajas.

3.2.7.3 Por su Ancho:

Condensadas, regulares o expandidas.

3.2.7.4 Por su peso:

Delgadas (light), medianas (medium), gruesas (bold), y extra gruesas (extra bold).
(Hidalgo, 1995:1)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

3.2.8 Grafismo:

Signo empleado, dibujado, grabado o impreso, en sentido estricto. Sistema de escritura, empleo de signos determinados para expresar las ideas. Sinónimo de escritura.

3.2.8.1 Grafía:

Sistema de escritura empleando signos determinados para expresar ideas. Arte de proyectar y realizar ediciones en su aspecto material.
(Tórtola, 1,999:14)

3.2.9 Caja Negra:

“Es un proceso en el cual no se puede explicar cómo y porque se realizó el diseño, el proceso está dominado por la mente. Es el más utilizado por los diseñadores.”
(Jones, 80:40)

3.2.9.1 El diseñador como caja negra:

“El diseñador es capaz de producir resultados en los que confía y en los que a menudo tiene éxito sin que pueda decir cómo los obtuvo.”
(Jones, 80:40)

CAPÍTULO III

CONCEPTOS
FUNDAMENTALES

3.2.9.2 Caja de Cristal:

En este método se amplía la búsqueda de la solución con pleno conocimiento del problema de diseño.

3.2.9.3 El diseñador como caja de cristal:

El diseñador con base a este método seguirá una secuencia planeada hasta que reconoce la mejor de todas las soluciones posibles.

3.2.9.4 Plan Creativo:

Es un documento escrito que examina los hechos de mayor importancia, identifica los problemas y oportunidades, propone una estrategia a largo plazo para conocer estos problemas, recomienda técnicas de venta y publicidad.

3.2.9.5 Estrategias:

Es la técnica que deberá utilizar el comunicador visual para hacer llegar el mensaje. Debe prepararse una estrategia que sea precisa y decisiva que tenga la aprobación del usuario comunicador visual.

3.2.9.6 Brief:

Se conce como brief a la información que la empresa envía a la agencia de publicidad para que genere una comunicación.

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES

CAPÍTULO 4

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS
DE DISEÑO Y BOCETAJE

- 4.1 CONCEPTO CREATIVO

El concepto creativo es fundamentalmente “Valorizar a la mujer”. Este concepto se desarrolló después de obtener toda información referente al trato hacia las mujeres, los cuales muchos de ellos son negativos, existe tanta violencia en contra de ellas, esta es una frase clave que encierra el verdadero valor hacia la mujer, pues en nuestra actualidad el índice de maltrato hacia ellas ha ascendido un 70% que en décadas anteriores, la violencia física y el maltrato psicológico crece cada día más en nuestra ciudad, pero contamos con entidades como Ames que vela porque estos tipos de abusos cesen y que todas esas mujeres maltratadas tengan conocimiento de que estos abusos deben de ser castigados por la ley. Para reforzar el concepto creativo nos basamos en los siguientes códigos:

4.1.1 Tipográficos:

Se utilizaron tipografía como Moderna, que su estilo se caracteriza por ser como su nombre lo dice moderna y que a la vez es legible su lectura, Denmark que es una tipografía palo seco, y para la frase principal : Todas y todos tenemos los mismos derechos se utilizó la Augie, que es una tipografía no tan formal para darle un poco mas de creatividad a la frase. Para finalizar los textos de direcciones se utilizó Arial Bold que es la que comunmente se utiliza por ser sencilla y legible.

4.1.2 Cromáticos:

El color morado, violeta, o púrpura es reconocido a nivel mundial como el color representativo para las mujeres. Pertenece a los colores secundarios, que estos se crean de la mezcla de los colores primarios: 31% de azul y 78% de rojo que

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS
DE DISEÑO Y BOCETAJE

en arte final sería 31% de Cian y 78% de magenta. Este color se pudo obtener con una combinación de magentas, utilizando pantallas, degradados y porcentajes. Este color significa éxito, dignidad, prestigio, reconocimiento social y elevación. Este se aplicará con sus variaciones de tonos o matices, también con el color negro ya que este estiliza y acerca las imágenes que van a ser utilizadas en el diseño de las piezas, la combinación de estos dos hace del diseño un impacto visual muy intenso.

4.1.3 Icónicos:

La imagen que se utiliza será la de una mujer guatemalteca que pertenece a las trabajadoras de maquila. En la parte inferior de las piezas se utilizarán los nuevos íconos para el Sanatorio AMES, cada uno de ellos representa los servicios que presta y el logotipo.

4.1.4 Lingüísticos:

Todas las personas tienen los mismos derechos, según el gobierno.
Tu vales como mujer, como persona, como trabajadora.
Defendamos los derechos de las mujeres.
Todas y Todos tenemos los mismos derechos.
Hagamos valer los derechos de las mujeres.
La página que te ayuda a hacer valer tus derechos como Mujer.

4.1.5 Formatos de Diagramación:

Para las piezas gráficas a imprimir la diagramación no es simétrica, pues se utilizará un formato más libre en las áreas de su contenido, es un formato horizontal ya

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS
DE DISEÑO Y BOCETAJE

que es el que comunmente se utiliza para este tipo de información, es de fácil lectura ,es el que trae la computadora como predeterminado. Los textos están alineados en forma horizontal. A diferencia de la página, que ésta si es simétrica, ya que estará diagramada en Dreamweaver (programa para hacer páginas html).

La función principal de este material es que a raíz de que las personas se identifiquen con el material impreso, entren a la Página Web y se informen de que es AMES.

4.1.6 Piezas Gráficas:

Las piezas a validar son las siguientes:

4.1.6.1 Banner:

Se imprimirá a full color, con un tamaño de 1.50 x 1 mts., los colores utilizados son siempre morado y negro y de este se realizarán dos copias, la primera para AMES y la otra para colocarla en cada evento.

4.1.6.2 Volante:

Full color, es igual que el banner solamente que está adaptado a tamaño 8.5 x 11", para el cual se sacarán 3,000 copias.

4.1.6.3 Valla:

Impresión a full color, con un tamaño de 3.5 x 2 mts, con los mismos colores solo que en esta ocasión lleva la fotografía de la mujer guatemalteca.

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

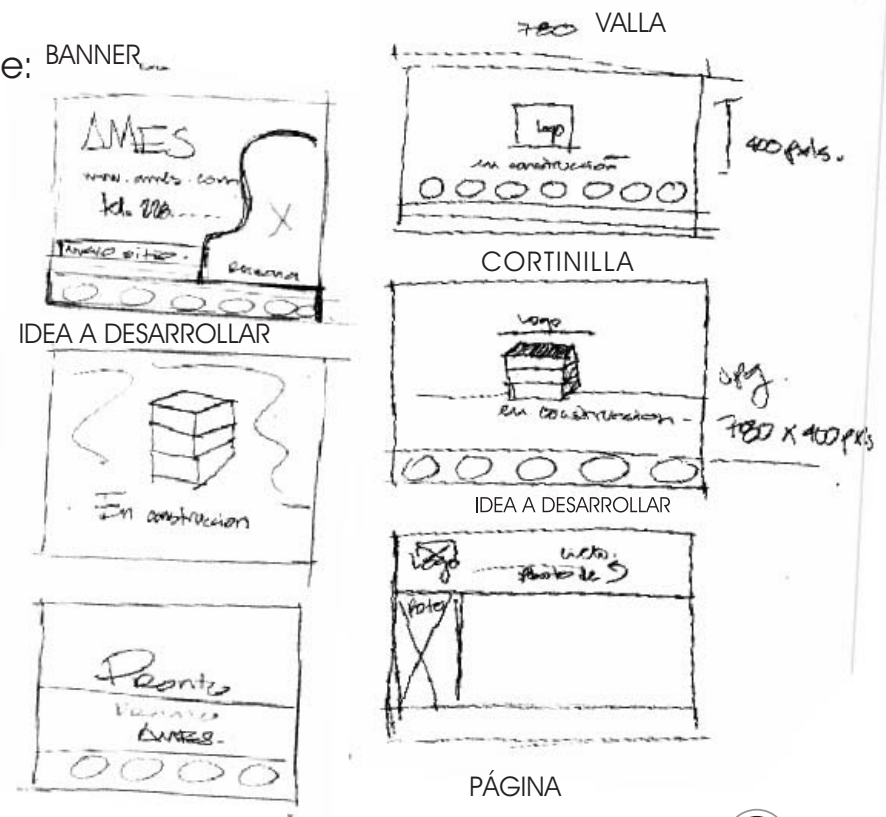
4.1.6.4 Página Web:

Se comprará un Hosting(espacio en internet) el cual contendrá un dominio (nombre de la página web: www.ames.com/ www.ames.com.org), se realizarán dos actualizaciones por mes en las cuales se cambiarán fotografías, cambios de textos, etc.

4.2 Procesos de Bocetaje: BANNER

Medios Impresos.

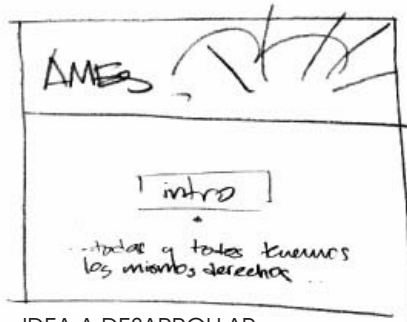
4.2.1 PREBOCETOS:



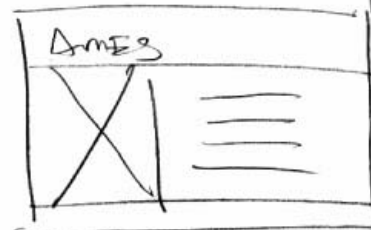
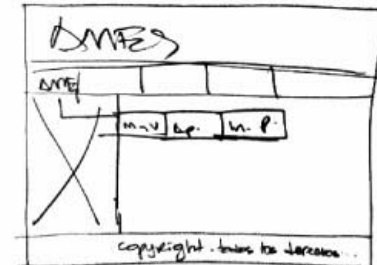
CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

HEAD

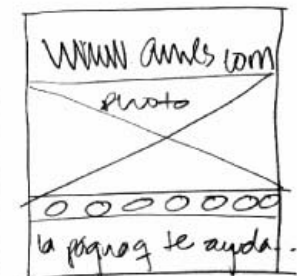
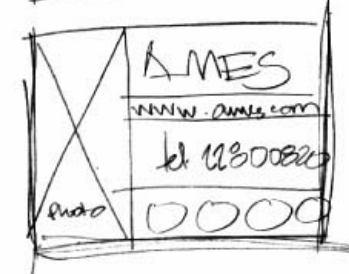
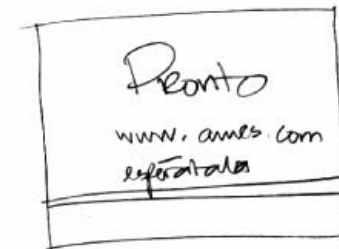


IDEA A DESARROLLAR



PÁGINA WEB

VOLANTE



VALLA

IDEA A DESARROLLAR

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

• 4.2.2 BOCETOS:

VOLANTE



1 1ra. Propuesta



2 2ra. Propuesta



3 Boceto Final

- En el proceso de bocetaje se fueron haciendo varios cambios, los cuales fueron:
1. El cliente sugirió que se le cambiara el texto "Todos tenemos los mismos derechos" por "Todas y todos tenemos los mismos derechos"
 2. El texto de la frase principal se cambió y el cliente sugirió quitar la dirección. Se cambiaron los íconos antiguos por los nuevos diseños que la ONG utiliza.
 3. En esta última se le colocó nuevamente la dirección y se le cambió el color negro en los íconos por morado. Así quedó como terminada la primera pieza.

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

BANNER



Boceto Final

Se presentó la misma propuesta al cliente. Se le explicó que sería un banner y la función de este sería la misma que el volante. A este se le hicieron los mismo cambios que al volante, es decir, los íconos cambiaron, los colores y por último las modificaciones a tamaño banner.

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE



1

1ra. Propuesta

VALLA



2

2ra. Propuesta



3

Boceto Final

Como las tres piezas gráficas se presentaron en el mismo momento, había que hacerle las mismas correcciones. En este caso fueron las mismas que las del volante y el banner, la única diferencia es que tiene la imagen de la mujer .

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

CORTINILLA

1



1ra. Propuesta

2



Boceto Final

En esta pieza sólo hubo un único cambio, ya que se realizó luego de que el cliente tuviera clara la idea.

1. El cliente pidió que se le agregará el logotipo de la Asociación.
2. Así quedó el boceto final de esta pieza.

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

PAGINA WEB

1



Boceto Final

Se le presentó al cliente el Layout de la página con los colores correspondientes, la botonería, la forma en la que se navegaría.

1. En ésta última pieza, es esta no hubo ningún cambio, solamente algunos textos en cuanto a redacción.

Esta es la Sección INICIO.

Luego se le presentaron todas las secciones que contendría la página según el mapa que se le presentó. Esta es la sección sobre lo que es AMES.

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

2



4



3



5



CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

6



8



CAPÍTULO IV

CONCEPTOS
DE DISEÑO Y BOCETAJE

• 4.2.3 BOCETOS A VALIDAR

Después de la aprobación de Rosa Escobar, quien es la representante y directora de AMES se proceden a validar las siguientes piezas:

4.2.3.1 Validación de la primera pieza:

Volante:

Esta pieza se escogió como final después de hacerle los respectivos cambios solicitados por la directora de la asociación. El contenido de ésta pieza gráfica es el siguiente:

Es un volante media carta full color, el color predominante es el morado porque es reconocido a nivel mundial como el color que representa a las mujeres, el PRONTO que es la parte que representa a la campaña de espectación, la dirección de la página que es una de las piezas más importantes dentro de este volante, la frase principal "Todas y Todos tenemos los mismos derechos", los íconos ya finales del Sanatorio AMES para amarrarlo a la publicidad, y los teléfonos de la Asociación.



CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

Banner:

Esta es la pieza que continúa después del volante, que funciona de la misma manera a diferencia de su tamaño (1.50 x 1 mts) es decir, es la misma pieza que será utilizada más grande por lo que tiene una mejor visualización, además el punto fijo donde será colocado tiene bastante plusvalía, ya que está escaso de publicidad, cual hace que se visualice más. Esta pieza no cambió en nada al volante.



CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

Valla:

En ésta pieza ya se da a conocer la Página Web, con un titular que dice: VISITA www.ames.com, la frase principal "Todas y Todos tenemos los mismos derechos", aquí existe un texto nuevo que dice: " la página que te ayuda a hacer valer tus derechos como mujer", este texto se colocó en esta pieza porque aquí ya se habrá lanzado el volante que es la pieza clave de la campaña y que va ligado con la secuencia de la misma. El texto que aparece en la pieza anterior que es el de los teléfonos y los íconos nuevos para el Sanatorio AMES para seguir haciéndole publicidad.

Sus medidas son de 1.50 x 1.10 Mts. ya que es un tamaño adecuado para su visualización.

VALLA



CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

Cortinilla:

Esta es la pieza número tres de la campaña. Esta se colocará unos 15 días antes de subir la página a el internet, siempre siguiendo el concepto de campaña de espectación para mantener al público con interés hacia la misma. Esta pieza está compuesta de la frase principal "Todas y Todos tenemos los mismos derechos", el logotipo de AMES, los teléfonos y los íconos de el Sanatrio AMES. Sus dimensiones son de 780 x 400 pxls.

CORTINILLA



CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

Página Web:

Esta es la pieza final de la campaña. Aquí se encuentra toda aquella información que contienen las piezas gráficas anteriores, y además la información que no aparece como por ejemplo: quienes son las organizaciones con las cuales AMES está asociada, como se pueden hacer aportaciones que es una de las expectativas de la campaña, una galería de fotos en donde muestran la labor que lleva la asociación a todas las mujeres, y un sin fin de información importante que por espacio no aparece en las piezas gráficas. Las dimensiones de la página son de 780 x 600 pxls., el cual es el tamaño adecuado para que cualquier monitor lo pueda visualizar, está montada en una plataforma html.

PÁGINA WEB



Esta es la introducción de la Página Web.

CAPÍTULO IV

CONCEPTOS DE DISEÑO Y BOCETAJE

SECCION MISION Y VISION



SECCION INCIDENCIA POLITICA



Esta sección muestra información acerca del programa de incidencia política que presenta AMES como asociación, acerca de los programas de comunicación social, reformas, aplicación de leyes, estrategias de negociación, etc.

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES

CAPÍTULO 5

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS
PIEZAS GRÁFICAS

• 5.1 VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS

La validación es una evaluación de las piezas que conforman la campaña, esta consiste en evaluar si las piezas realizadas cumplen con los objetivos planteados al inicio de el proyecto.

5.1.1 Técnica:

La técnica es el procedimiento o el conjunto de procedimientos que tienen como objetivo obtener un resultado determinado, con el objetivo de realizar algo en función de un fin concreto.

Dentro de las técnicas más utilizadas para la recolección de datos están: la encuesta, la entrevista y por último el cuestionario, en este proyecto se utilizará la encuesta porque en ella se obtiene la información directa (Es.wikipedia.org/wiki/tecnica)

Encuesta:

Es una técnica de recopilación de información, las encuestas tienen por objeto obtener estadísticas definidas mediante la elaboración de un cuestionario sobre temas relacionados al tema a validar. Una "encuesta" recoge información de una "muestra." Una "muestra" es usualmente sólo una porción de la población bajo estudio.

(Es.wikipedia.org/wiki/encuesta)

Entrevista:

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone la persona que la realiza a el grupo potencial que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación propuesta,

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS
PIEZAS GRÁFICAS

es un intercambio de información que se efectúa cara a cara.
(Es.wikipedia.org/wiki/entrevista)

Cuestionario:

Un conjunto de preguntas escritas y utilizadas para recopilar datos de los encuestados.

(Es.wikipedia.org/wiki/cuestionario)

5.1.2 Instrumento:

El instrumento a utilizar en esta campaña es la encuesta. Las encuestas pueden ser clasificadas por su método de recolección de datos. Las encuestas por correo, telefónicas y entrevistas en persona son las más comunes. Las preguntas pueden ser abiertas ("¿Por qué siente así?"), o cerradas ("¿Aprueba usted o desaprueba?"). Esta se compone de dos tipos:

- a). Encuesta para diseñadores.
- b). Encuesta para el grupo objetivo de AMES.

Para los dos grupos se realizaron 10 preguntas, las cuales 8 de ellas eran de tres opciones y las otras dos eran preguntas directas.

¿Por qué?

5.1.3 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La encuesta se llevará a cabo a través de una reunión con cada uno de los grupos seleccionados. El día 10 de noviembre del año 2005, se llevará a cabo

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS
PIEZAS GRÁFICAS

la primera que corresponde al grupo núm. uno, el cual estará conformado por los estudiantes de diseño gráfico que cursan el octavo semestre, dicha encuesta se realizará a las 17:00 Hrs., ya que es el último semestre del técnico en diseño gráfico, por lo cual son estudiantes que tiene conocimientos de diseño para analizar las piezas a validar.

La encuesta para el grupo mun. dos, se realizará el día 10 de noviembre del mismo año, ésta será efectuada en las instalaciones de la asociación a mujeres que componen el grupo objetivo la cual se realizará 6:00 de la tarde.

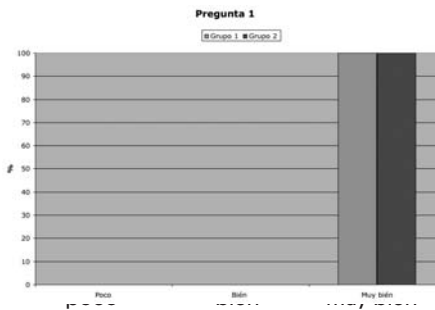
• 5.1.4 RESULTADOS Y GRAFICACIÓN DE LA ENCUESTA

Los resultados de la encuesta fueron de un 90% para un bueno y un 10% para regular, esto quiere decir que el trabajo fué muy bién aceptado por el grupo objetivo.

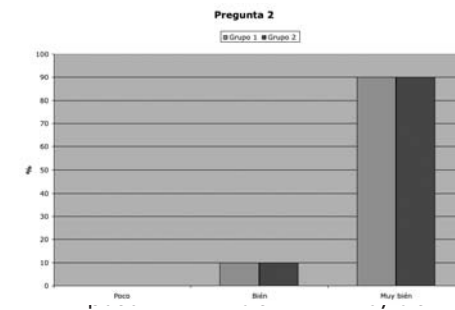
CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS
PIEZAS GRÁFICAS

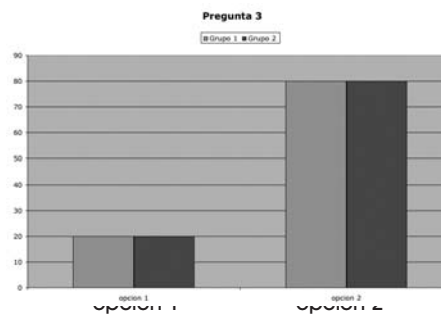
Los datos que a continuación se muestran son los resultados de las Gráficas, el color celeste es para la encuesta que se realizó en Ames (grupo 1), y la morada es para la muestra de diseñadores gráficos(grupo 2):



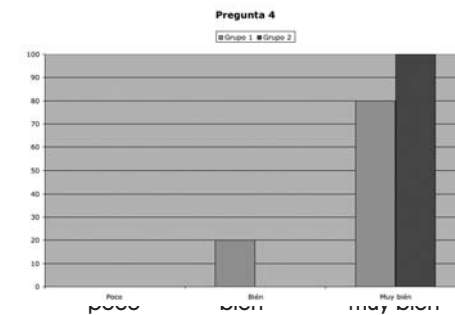
¿Considera que los colores utilizados en las piezas son los adecuados?



¿Cree que las imágenes fueron bien utilizadas?



¿Cuál de las dos propuestas considera usted que es la mejor?

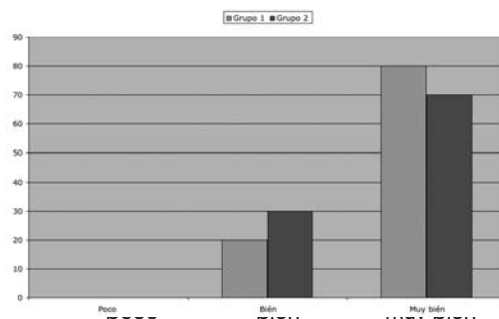


¿Cree que se logró transmitir el mensaje?

CAPÍTULO V

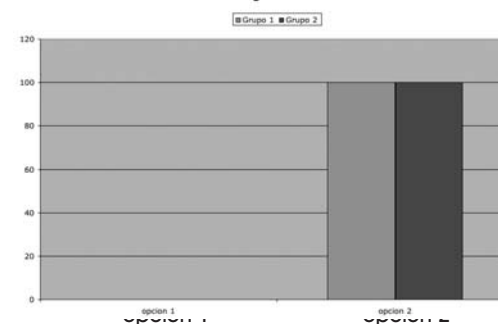
VALIDACIÓN DE LAS
PIEZAS GRÁFICAS

Pregunta 5



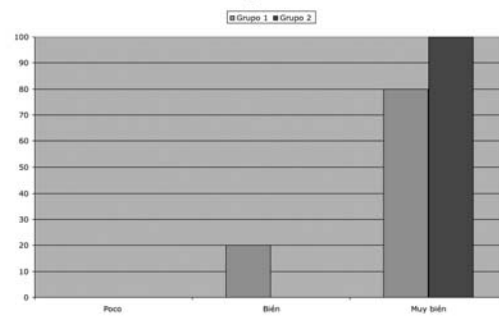
¿Cree que las piezas de diseño que se le mostraron sean efectivas para promocionar a la asociación?

Pregunta 6



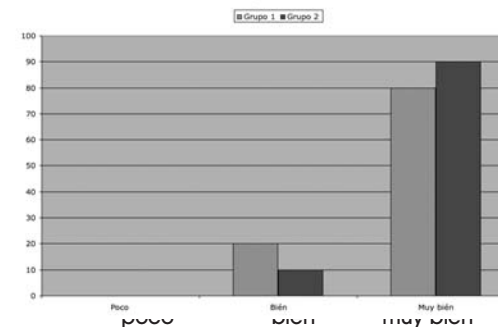
¿Cree que la asociación será beneficiada con la Página Web?

Pregunta 7



¿Cree que la Página Web cumple con su objetivo que es el de dar a conocer a la asociación?

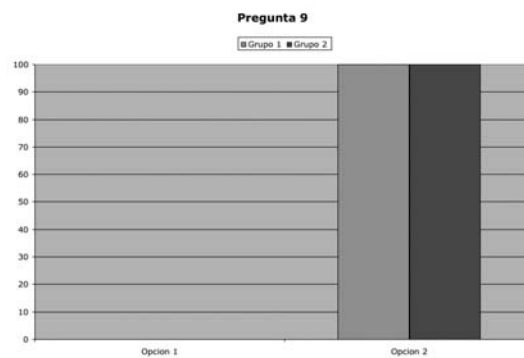
Pregunta 8



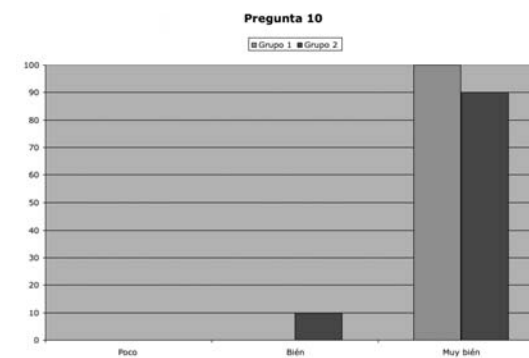
¿Considera que la información que contiene la Página Web es suficiente?

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS



¿Cree que la navegación de la Página Web es fácil?



¿Cree que los elementos utilizados en la Página Web son los correctos?

Dentro de las principales preguntas están:

1. Si los colores fueron adecuados.
2. Si la imagen es adecuada, esta es muy importante ya que es el concepto principal de la campaña.
3. Si se logró transmitir bien el mensaje, pues tiene que ser fácil de entender.
4. Si la navegación de la página es fácil, ya que las personas que la visitarán son de estudios inferiores, por tanto no conocen mucho sobre tecnología.

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS
PIEZAS GRÁFICAS

• 5.1.5 ANÁLISIS DE RESULTADOS Y CAMBIOS SUGERIDOS

Con base a los resultados obtenidos en las encuestas de la muestra encuestada el 90% coinciden en que las piezas son buenas, por los colores, diagramación, navegación, información, etc. y el otro 10% está enfocado más que todo al contenido de la página web. De esta manera se realizarán los cambios de textos en las secciones de Aportaciones y de Servicios ya que en la primera no hay el suficiente contenido. En la segunda existe de más, por lo que estos cambios se realizarán, ya que es una necesidad muy importante para AMES que su grupo objetivo tenga la facilidad de comprender el mensaje en todas las piezas, desde la más sencilla (volante) hasta la más complicada (página web).

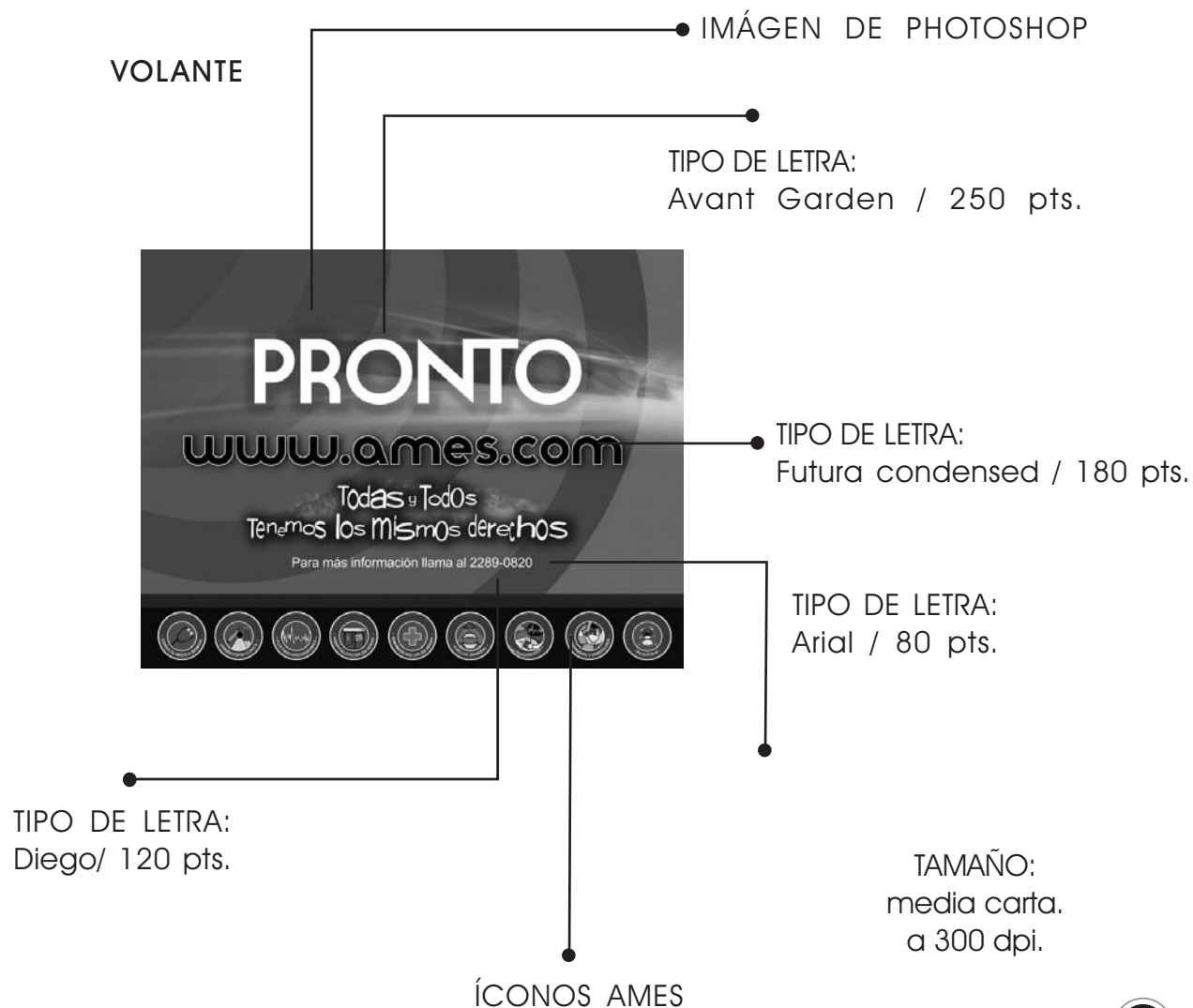
• 5.2 PIEZAS FINALES Y SU FUNDAMENTACIÓN

A continuación se presentan los diseños finales, no hubo cambios en las piezas de la campaña después de validados, pues los cambios sugeridos se enfocaron específicamente en el contenido de la página web. Los colores utilizados fueron el color púrpura en sus variaciones, ya que es el que representa a la mujer y el negro que es un color que trasmite seriedad, el estilo de la tipografía es palo seco para que su lectura sea clara, la diagramación es sencilla para que sea fácil su lectura, el formato en la pieza gráficas son el tamaño adecuado para una buena visualización, en la página Web es por medio de columnas, la navegación es sencilla ya que es necesario para las personas que la visitarán, las imágenes que aparecen en la campaña son de personas del grupo objetivo, mujeres del área maquilera ya de esta manera se muestra el perfil de las personas que integran y las que se integrarán a AMES.

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS

VOLANTE



CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS

BANNER



• IMÁGEN DE PHOTOSHOP

TIPO DE LETRA:
Avant Garden / 75 pts.

TIPO DE LETRA:
Futura condensed / 60 pts.

TIPO DE LETRA:
Arial / 20 pts.

TIPO DE LETRA:
Diego / 40 pts.

TAMAÑO:
8.5 x 5.5"
a 300 dpi.

ÍCONOS AMES

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS

VALLA



• IMÁGEN DE PHOTOSHOP

TIPO DE LETRA:
Avant Garden / 600 pts.

TIPO DE LETRA:
Futura condensed / 475 pts.

TIPO DE LETRA:
Avant Garden / 350 pts.

TIPO DE LETRA:
Diego / 300 pts.

TIPO DE LETRA:
Arial / 130 pts.

TAMAÑO:
3.5 x 2 mts.
a 72 dpi.

ÍCONOS AMES

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS

CORTINILLA

• IMÁGEN DE PHOTOSHOP

• TIPO DE LETRA:
Diego / 40 pts.



• TIPO DE LETRA:
Ticoon Bold / 30 pts.

• TIPO DE LETRA:
Arial / 20 pts.

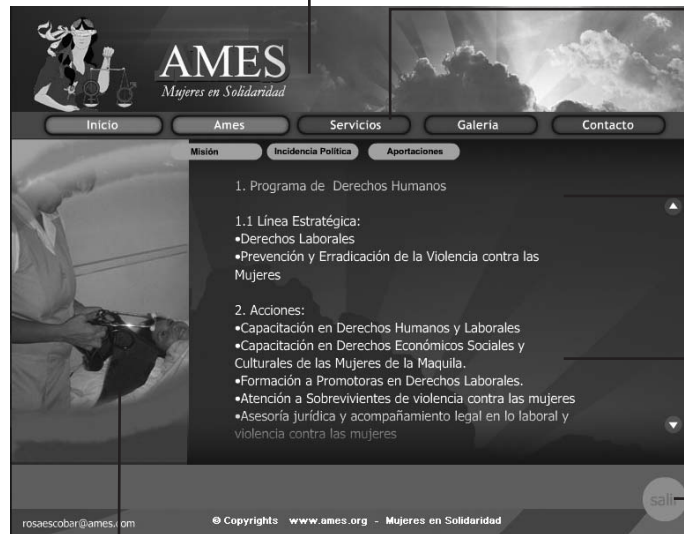
• ÍCONOS AMES

TAMAÑO:
550 x 200 pxls.
a 72 dpi.

CAPÍTULO V

VALIDACIÓN DE LAS PIEZAS GRÁFICAS

PÁGINA WEB



● CINTILLO ANIMADO

● BOTONES

● ESPACIO PARA
INFROMACIÓN

● TIPO DE LETRA:
Verdana / 11pts.

● SALIDA

● IMÁGENES POR
SECCIÓN

TAMAÑO:
780 x 600 pxls. EN
PLATAFORMA
DREAMWEAVER

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES
CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

La realización de la campaña publicitaria para promocionar a AMES como una asociación que ayuda a mujeres abusadas y maltratadas por la sociedad es el beneficio de un futuro mejor para ellas, a través del diseño de volante, banner, cintillo, valla y página web.

La página web funciona debidamente, la navegación es sencilla para no confundir al usuario que la visita. Además, posee un menú principal que contiene: inicio, quiénes somos, misión visión, servicios, galería y contacto. Con estos links la página es funcional porque cuenta con la información necesaria para identificar a la asociación AMES.

En la validación de las piezas se constató un 90% de aprobación con respecto al contenido, color, funcionalidad del material en los dos grupos evaluados, como muestra de un buen mensaje.

Con este material realizado para la asociación AMES, se da conocer los beneficios de la institución a todas aquellas personas que necesitan de su apoyo y además la facilidad de contactarse con la misma por medio de su página web.

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES
LINEAMIENTOS GRÁFICOS

LINEAMIENTOS

LINEAMIENTOS PARA REALIZAR LAS PIEZAS

- La campaña tiene la siguiente duración:

Las primeras piezas a lanzar son el volante y el banner, sus funciones son mantener al grupo a la expectativa, los volantes se van a repartir en todo el sector donde se encuentra Ames (zona 6) y en la entradas de las maquilas en la capital y al mismo tiempo en las que se encuentran en el interior del país, los cuales serán repartidos por dos semanas. Los banners serán colocados en las instalaciones de Ames, par que todas las mujeres que lleguen a Ames lo puedan visualizar. La tercera pieza es la valla, la cual ya contiene la información acerca de Ames y de la nueva página, estas vallas serán 3 y estarán colocadas de la siguiente manera: la primera arriba de las instalaciones de Ames, la segunda en la zona 1 cerca de Aprofam y la tercera se le buscará un lugar en el interior del país, dependiendo de la cantidad de dinero que se reúna se tomará la desición de imprimir más, estas serán colocadas durante un período de dos meses para que el grupo se identifique con la asociación.

La cuarta pieza es la cortinilla, que se publicará una semana después de haber colocado la valla, durará 5 días.

Las última pieza es la página web, que permanecerá en la web por tiempo indefinido, la cual se actualizará dos veces al mes. La forma de contactarse será por medio de las mujeres líderes de cada entidad, a las cuales se les capacitará por medio de Ames para que puedan enseñarle a sus demás compañeras cómo navegar en ella.

Los costos para realizar las piezas gráficas están en las siguientes cotizaciones:

LINEAMIENTOS

LINEAMIENTOS PARA REALIZAR LAS PIEZAS

- Para la impresión del volante se necesita que la imprenta posea el programa de Macromedia FreeHand 11, y que su impresión sea en papel couché 60 gr. full color.

Para la impresión del banner y la valla, se necesita llevar este material a una empresa que se dedique a la impresión de rótulos, banners o vallas, en este caso tenemos dos opciones, la empresa Evolution y Mottionminds. La impresión de estos dos tiene que ser impresión digital en lona vinílica ultravioleta, y que se le coloqué ojete en cada esquina o un forro para poder colocarle una estructura en los lados de los anchos.

Para la cortinilla solamente se necesita que esté publicada una semana antes en el servidor donde se compre el hosting (espacio en internet) como muestra de que la página está todavía en construcción.


Para la publicación de la página, es necesario comprar un hosting y un dominio (nombre de su espacio interactivo en el internet), en este caso será www.ames.com. Luego de comprarlo se procede a entregar los archivos correspondientes para poder subirla a el servidor de la empresa contactada.

Se necesita de una persona que se encargue de mantenerla actualizada una a dos veces al mes. Para ello, se necesita que la persona que realizó la página entregue los materiales editables para sus respectivos cambios cuando estos sean solicitados.

LINEAMIENTOS

LINEAMIENTOS PARA REALIZAR LAS PIEZAS

Cotización No.1
Guatemala 25/11/2005



Srita. María José

Es un gusto saludarle, a continuación se le presenta la siguiente cotización referente a las impresiones de los siguientes materiales:

Impresión de banner 1.50 x 1 Mts.
Q.350.00

Impresión de volante 3,000 impresiones full color .
Q.2,900.00

Impresión de valla 3.5 x 2 Mts. a full color
Q.1300.00

Publicación de la cortinilla, Hosting y dominio en el servidor (al año, con derecho a 30 cuentas de correo, un dominio extra y 2 gigas de espacio en el disco duro.
Q.1,800.00

El material final será entregado sólo a la persona responsable del material.

El material deberá ser cancelado en el transcurso de 8 días.

Estos precios ya incluyen el IVA

f. Juan carlos Cifuentes f. Srita. María José Carpio

LINEAMIENTOS

LINEAMIENTOS PARA REALIZAR LAS PIEZAS

mottionminds

Guatemala 10 de enero del 2006

Respondiendo a las necesidades de su organización, elemento, presenta esta propuesta con el fin de poner a sus órdenes nuestros servicios de Diseño, Estructuración y Diagramación de un Sitio Web.

Objetivo del proyecto propuesto:

El objetivo es brindar a su empresa servicio completo y personalizado que tiene como propósito realizar efectivamente el diseño gráfico de las páginas web.

Diseño y Desarrollo del Website:

1 websites

- 1-Adaptación de imagen.
- 2-Navegación/interactividad.
- 3-Contenido
- 4-Retoque de imágenes y composiciones.

Costo Total de diseño y estructuración..... \$ 650.00

2-Banner 1.5mts. x 1mts.

Costo..... Q 300.00 c/u

3,000-volantes media carta fullcolor impression digital

Costo..... Q 3,300.00

1 valla de 3.5mts. x 2mts.

Costo..... Q 800.00 (impression)

Forma de pago 50% de anticipo y 50% al entregar el material terminado.

* ESTOS PAGOS SE REALIZAN UNA SOLA VEZ

Daniel Monroy | dmonroy@mottion.com

Diseñador Creativo

www.mottionminds.com

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES
BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFIA

- Biblioteca del diseño gráfico, Naves Internacional de Ediciones S.A., México. 200 pg.
- Carro Jorge, Vocabulario de Términos Publicitarios, URL, Guatemala, 120 pg.
- Constitución de la República, 1.998. Guatemala, 118 pg.
- Paz Eva, Fundamentos de Tipología, 1,992, Editorial Piedra Santa, Guatemala, 132 pg.
- Senning Simon, Guía del Diseñador Gráfico Profesional, 1,985, editorial trias, México, 252 pg.
- Swan Alan, El Color en el Diseño Gráfico, 1,993, Editorial Gustavo Gili S.A, España, 141pg.
- Wong Wucius, Fundamentos del Diseño, 1,982, Editorial Gustavo Gili, S.A., España, 245 pg.

Sitios Web y enciclopedia interactiva consultados:

- Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2004. © 1993-2004 Microsoft Corporation.
- www.emocionol.com
- www.wolkoweb.com
- www.wikipedia.org
- www.emocionol.com
- www.busunnescol.com

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES

GLOSARIO

GLOSARIO

Asociación: acción y efecto de asociar o asociarse. Grupo de personas o cosas asociadas. Sociedad, agrupación, entidad.

Comunicación: aviso, comunicado, escrito, oficio. Correspondencia, relación, transmisión, trato, unión.

Cruel: que hace sufrir o se deleita en el sufrimiento. Duro, inhumano. sangriento, violento.

Derecho: reglas que prohíben o hacen obligatorios ciertos tipos de conducta bajo la amenaza de aplicar una pena.

Dignidad: especial merecimiento a la persona humana, por ser poseedora de la naturaleza humana que la hace ser tal.

Dominio: es la representación de una empresa o entidad en el mundo de Internet. Se compone de un nombre seguido de una extensión que define el tipo de dominio. A partir del dominio se definen el sitio WEB (lo que llamamos Página), y las direcciones de correo electrónico de la empresa.

Género: estado personal, social y legal que distingue a la persona como varón o mujer. Las palabras que describen el género son femenino o masculino

Hosting: alojamiento. Servicio ofrecido por algunos proveedores, que brindan a sus clientes (individuos o empresas) un espacio en su servidor para alojar un sitio web.

Instancia: solicitud, documento que se presenta con el fin de realizar alguna petición.

Interactivo: acción que se refiere entre dos o más objetos, acción mutua entre

GLOSARIO

dos sistemas que no depende de su contacto físico.

Lucrativo: lograr. conseguir beneficio en un negocio o empresa. Enriquecerse.

Pauta: planificación estratégica que selecciona los medios adecuados para lograr los objetivos de comunicación planteados en la campaña.

Simetría: la propiedad de un objeto cuando las características (forma, tamaño y posición relativa de sus partes) son las mismas en ambos lados de una línea divisora o en torno a un centro.

Sindicación: es una red en la que varios sitios se asocian para compartir contenido y aplicaciones.

Mujeres en Solidaridad

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

AMES

ANEXOS

ANEXOS



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



Campaña publicitaria para promocionar a AMES
(Asociación de Mujeres en Solidaridad)

A continuación se le presenta una serie de preguntas, deberá marcar con una X la respuesta que considere correcta. Por favor utilizar pluma de tinta negra o azul.

1. ¿Considera que los colores utilizados en las piezas son los adecuados?

Malo regular bueno

2. ¿Cree que las imágenes fueron bien utilizadas?

Malo regular bueno

3. ¿Cual de las dos propuestas considera usted que es la mejor?

Uno dos

4. ¿Cree que se logro transmitir el mensaje?

Malo regular bueno

¿Por qué?

5. ¿Cree que las piezas de diseño que se le mostraron sean efectivas para promocionar a la asociación?

Malo regular bueno

¿Por qué?

6. ¿Cree que la asociación será beneficiada con la Página Web?

Si no

7. ¿Cree que la Página Web cumple con su objetivo que es el de dar a conocer a la asociación?

Malo regular bueno

8. Considera que la información que contiene la Página Web es suficiente?

Malo regular bueno

Que información agregaría?

¿Por qué?

9. ¿ Que que la navegación de la Página Web es fácil?

¿Por qué?

10. ¿Cree que los elementos utilizados en la Página Web son los correctos?

Malo regular bueno

Cuál cambiaría?

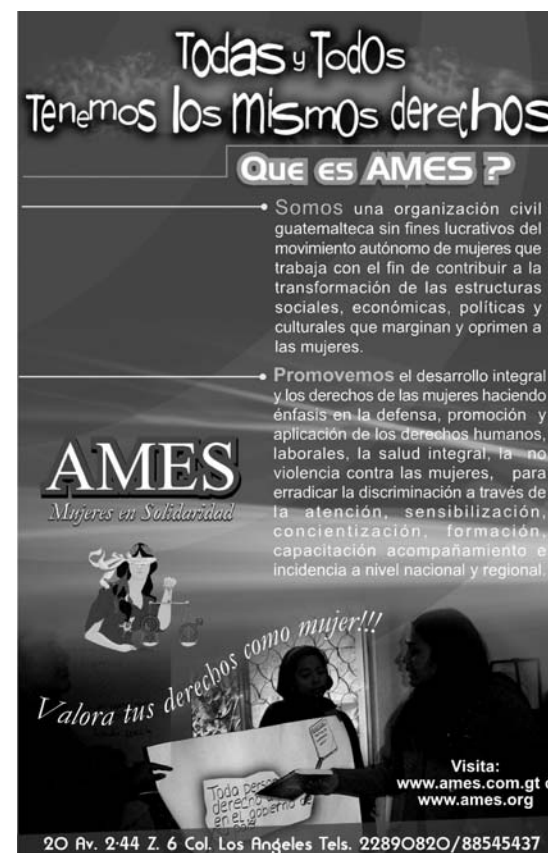
Mujeres en Solidaridad

AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

ANEXOS

- PIEZAS REALIZADAS DURANTE EL EPS



Afiche 11 x 17"

Mujeres en Solidaridad

AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

ANEXOS



Brochure 8.5 x 11"

Mujeres en Solidaridad

AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

ANEXOS



Hoja membretada

Mujeres en Solidaridad

AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

ANEXOS



Sobre oficio



Tarjeta presentación

Mujeres en Solidaridad

AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

ANEXOS



Todas y Todos
Tenemos los mismos derechos

Que es AMES ?

- Somos una organización civil guatemalteca sin fines lucrativos del movimiento autónomo de mujeres que trabaja con el fin de contribuir a la transformación de las estructuras sociales, económicas, políticas y culturales que marginan y oprimen a las mujeres.
- Promovemos el desarrollo integral y los derechos de las mujeres haciendo énfasis en la defensa, promoción y aplicación de los derechos humanos, laborales, la salud integral, la no violencia contra las mujeres, para erradicar la discriminación a través de la atención, sensibilización, concientización, formación, capacitación acompañamiento e incidencia a nivel nacional y regional.

AMES
Mujeres en Solidaridad

Valora tus derechos como mujer!!!

Visita:
www.ames.com.gt ó
www.ames.org

20 Av. 2-44 Z. 6 Col. Los Angeles Tels. 22890820/88545437

Volante 5.5 x 8.5"

Mujeres en Solidaridad

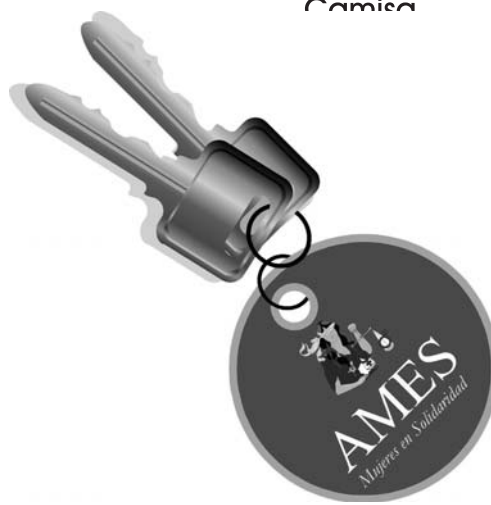
AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES

ANEXOS



Camisa



Tasa



Llavero

Mujeres en Solidaridad

AMES

DEFENDAMOS LOS DERECHOS DE LAS MUJERES



NOTA:

El DOMINIO está sujeto a cambios dependiendo en el período de tiempo en el que se registre, ya que si éste es registrado POR OTRA ENTIDAD Ó PERSONA se procederá a comprar el dominio: www.ames.com.gt, si en caso este también fuera adquirido por otra entidad, se tendrá que buscar un dominio alternativo y así sucesivamente hasta obtener uno que no exista en línea.