

# RECICLA y la vida continúa

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

## “CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PARA EL RECICLAJE DE DESECHOS A BENEFICIO DE FUNDACIÓN DONARÉ”

Proyecto de Graduación

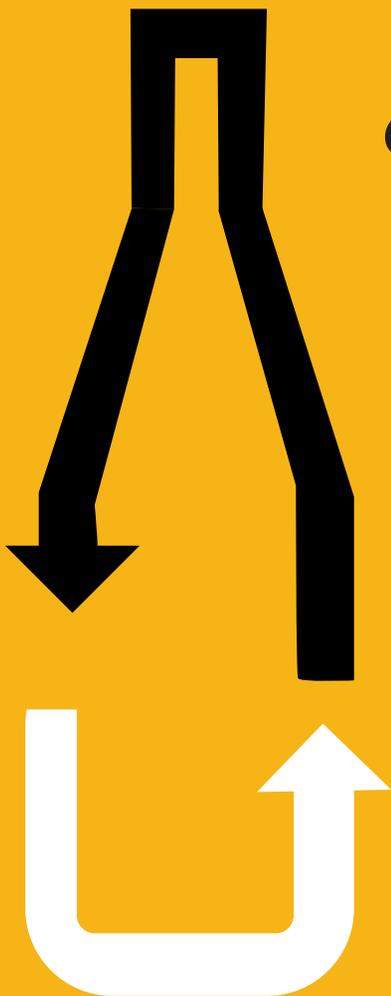
Presentado por:

Jose Luis Bosarrejes

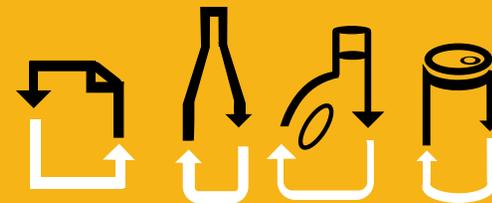
Previo a optar al título de:

Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, septiembre de 2009



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS  
DE GUATEMALA



## NÓMINA DE AUTORIDADES

### Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Decano: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo.  
Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón  
Vocal I: Arquitecto Sergio Mohamed Estrada Ruiz.  
Vocal II: Arquitecto Efraín de Jesús Amaya Caravantes.  
Vocal III: Arquitecto Carlos Enrique Martini Herrera.  
Vocal IV: Bachiller Carlos Alberto Macilla Estrada.  
Vocal V: Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva.  
Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón.

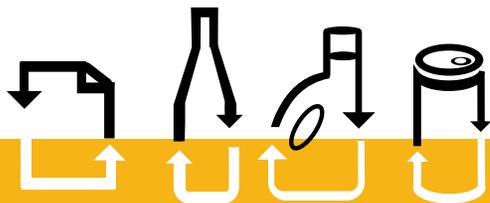
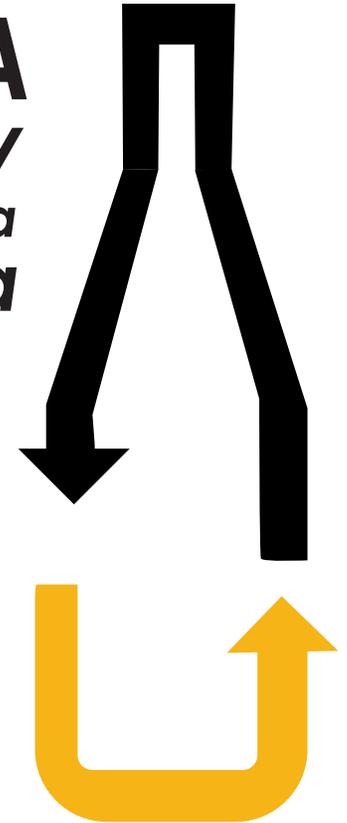
### Tribunal Examinador

Decano: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón.

### Asesores

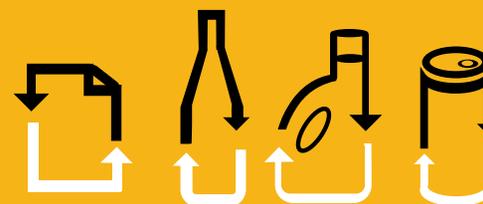
Licenciado Francisco Chang  
Licenciada Lourdes Pérez  
Licenciado Stuardo Samayoa

**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continúa**



Campana de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré

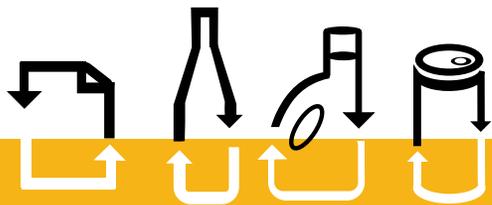
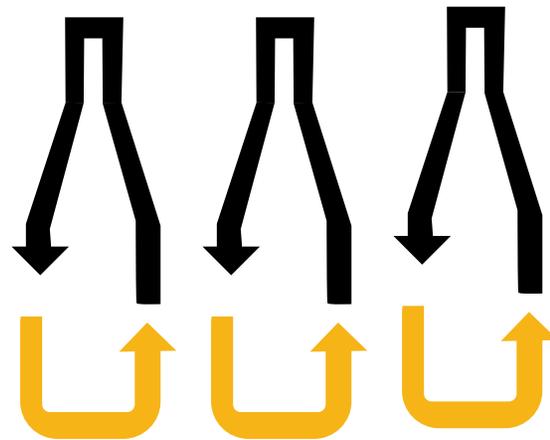
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



“CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN  
PARA EL RECICLAJE DE  
DESECHOS A BENEFICIO DE  
FUNDACIÓN DONARÉ”



# RECICLA y la vida continúa



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE ARQUITECTURA  
ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

“CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN  
PARA EL RECICLAJE DE  
DESECHOS A BENEFICIO DE  
FUNDACIÓN DONARÉ”



Proyecto de Graduación

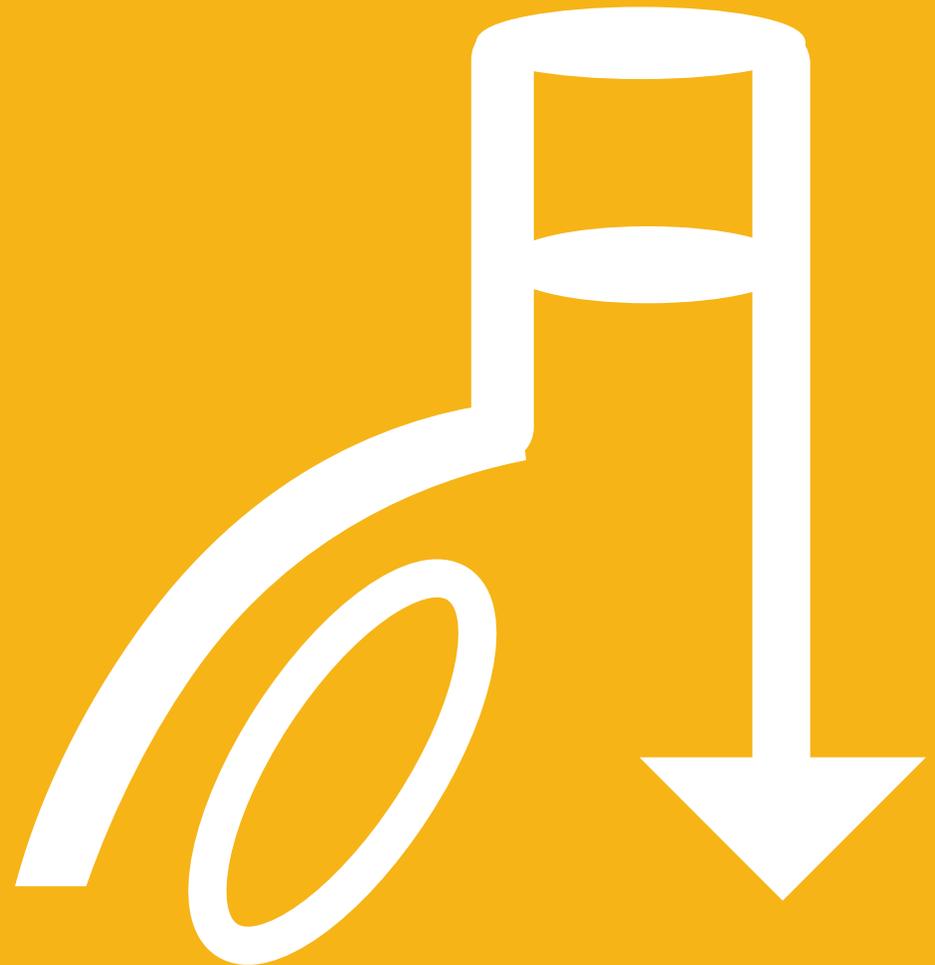
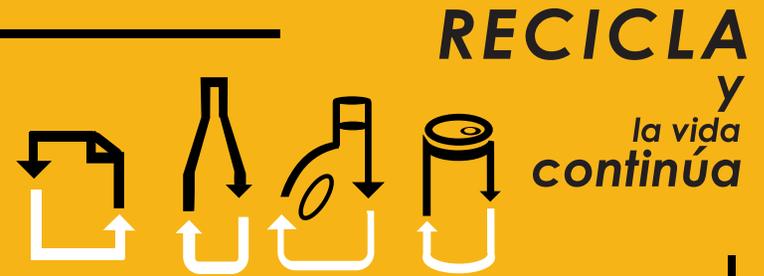
Presentado por:

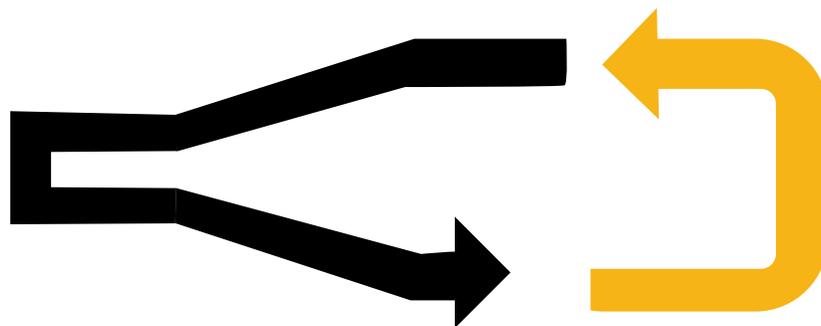
Jose Luis Bosarreyes

Previo a optar al título de:

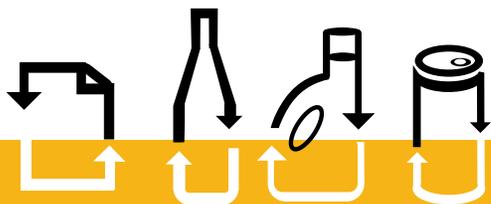
Licenciado en Diseño Gráfico

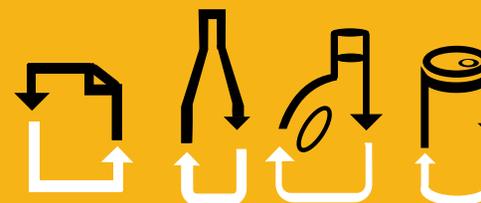
Guatemala, septiembre 2009





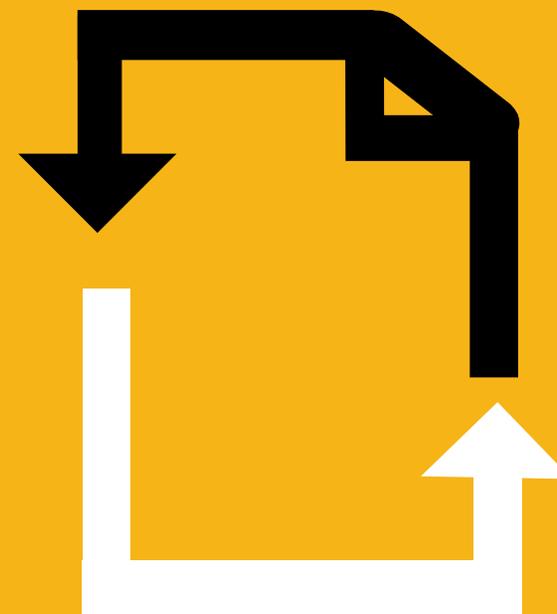
**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continúa**

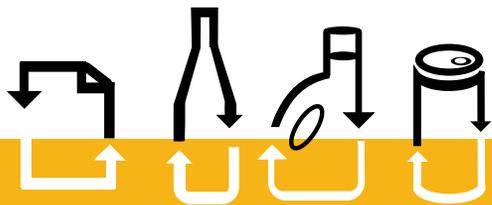




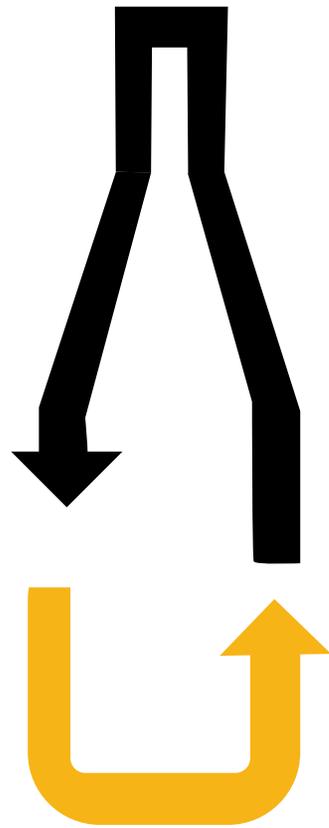
## ÍNDICE

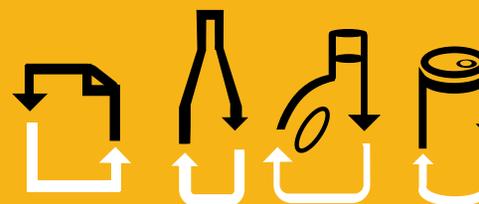
NÓMINA DE AUTORIDADES .....	9
AGRADECIMIENTOS.....	11
INTODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO 1 Notas Introdutorias.....	15
CAPÍTULO 2 Marco Referencial.....	25
CAPÍTULO 3 Propuesta Gráfica.....	33
CAPÍTULO 4 Propuesta Gráfica.....	41
CAPÍTULO 5 Propuesta Operativa.....	81
CONCLUSIONES.....	129
GLOSARIO .....	131
BIBLIOGRAFÍA.....	139
ANEXOS.....	143





# RECICLA y *la vida* continúa





## NÓMINA DE AUTORIDADES

### Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Decano: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo.

Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón

Vocal I: Arquitecto Sergio Mohamed Estrada Ruiz.

Vocal II: Arquitecto Efraín de Jesús Amaya Caravantes.

Vocal III: Arquitecto Carlos Enrique Martini Herrera.

Vocal IV: Bachiller Carlos Alberto Macilla Estrada.

Vocal V: Secretaria Liliam Rosana Santizo Alva.

Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón.

### Tribunal Examinador

Decano: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo

Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón.

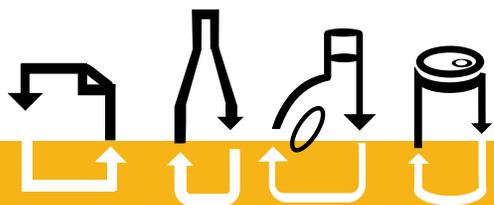
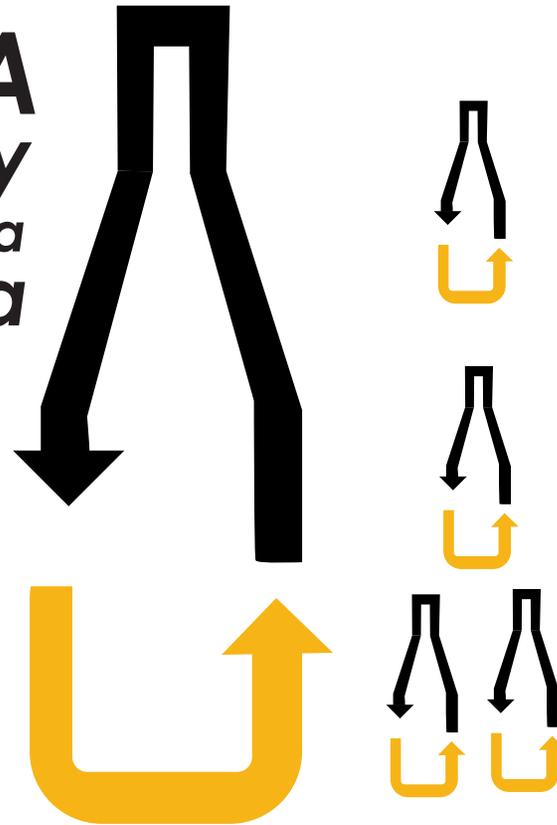
### Asesores

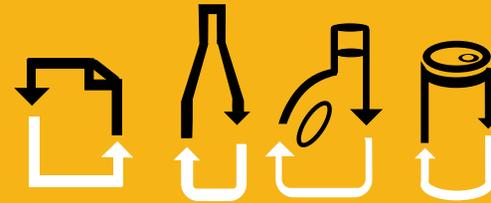
Licenciado Francisco Chang

Licenciada Lourdes Pérez

Licenciado Stuardo Samayoa

**RECICLA**  
y  
la vida  
*continúa*





# AGRADECIMIENTOS

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura y Escuela de Diseño Gráfico:

Por llenarnos de conocimientos y en sus aulas permitimos forjar nuestro futuro.

A nuestros catedráticos y asesores:

A Julieta Molina , Lourdes Pérez, Stuardo Samayoa, Francisco Chang , Carolina Aguilar, por sus valiosos consejos, enseñanzas y apoyo incondicional.

## ACTO QUE DEDICO A:

A Dios:

Mi guía, mi amigo, por el infinito amor y cariño que me tiene por permitirme alcanzar este sueño, e iluminar mi sendero.

A mis padres:

Ángeles que Dios nos regaló en esta tierra tan maravillosa, por ese amor que me han brindado desde niño y por el tiempo y la paciencia para cuidarme, gracias por creer en mí y ayudarme a salir adelante.

A mi hermano:

Por apoyarme en cada momento, gracias por estar a mi lado.

A mis compañeros:

Por compartir junto a nosotros esta felicidad, por ser tan especiales en nuestra vida.

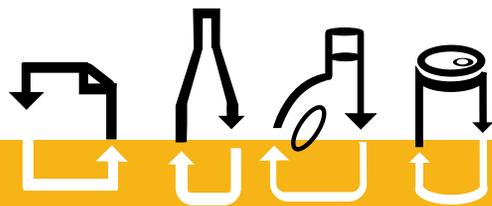
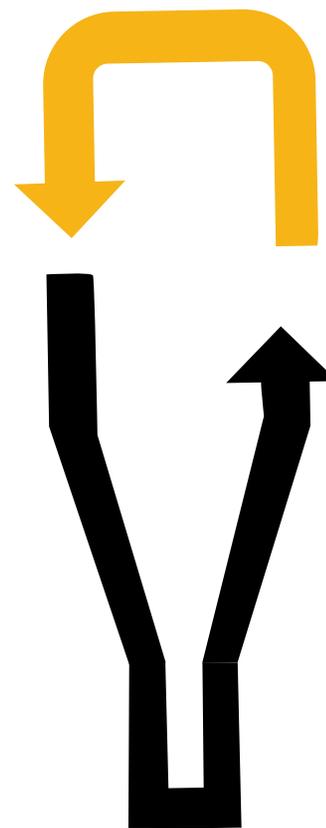
A Eric Bradley:

Por tenderme esa mano amiga y apoyarme .

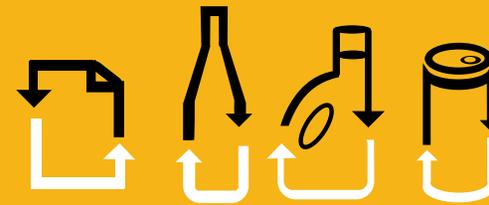
A mi familia:

A todos y cada uno de los que integran mi familia, ya que han sido guías en mi vida y educación.

# RECICLA y la vida continúa



Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré



## Introducción

Este proyecto es una propuesta para fomentar, por medio del diseño y la publicidad, actividades de beneficio colectivo en la sociedad guatemalteca, en este caso:

La sensibilización de la población con respecto a la donación de órganos humanos para trasplante quirúrgico y el desarrollo de la cultura del reciclaje de basura.

El proyecto está realizado a beneficio de Fundación DONARÉ; Institución que se dedica a facilitar y divulgar el proceso de donación de órganos en el país.

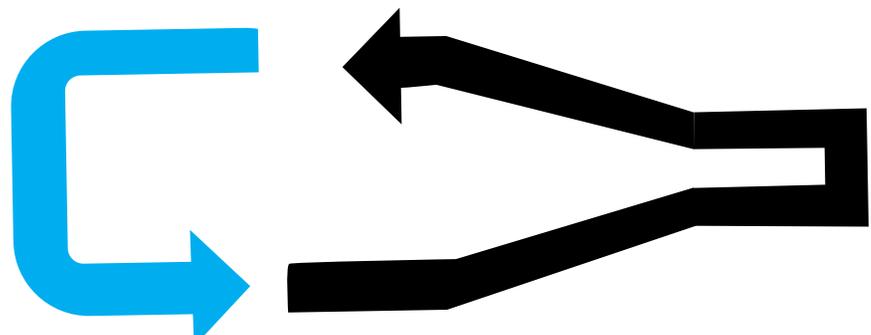
Para realizar sus metas DONARÉ necesita de respaldo económico, por lo cual éste proyecto propone vender una campaña de reciclaje de desechos, para obtener recursos económicos a beneficio de Fundación DONARÉ.

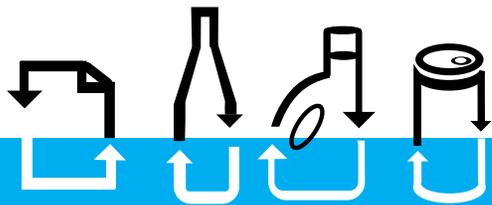
El estudio toma en cuenta el análisis del público, para visualizarla forma de persuadirlo respecto a la adquisición de un bien o un servicio.

Lo más importante será la sensibilización respecto a la función humanitaria de DONARÉ, para que el público comprenda el valor de la donación de órganos.

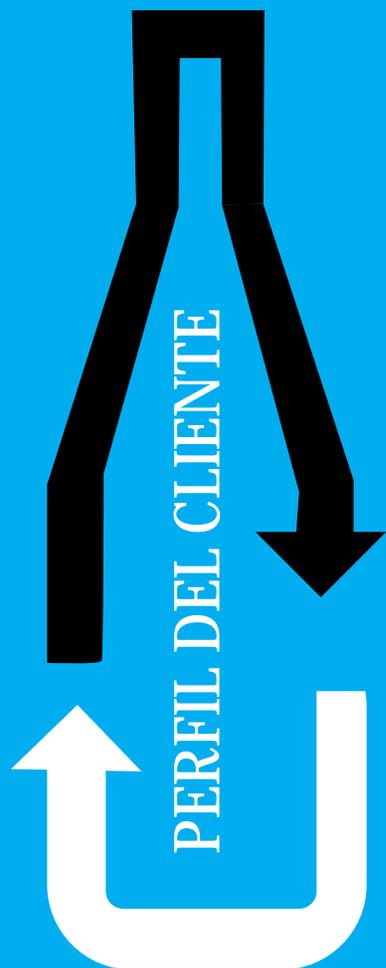
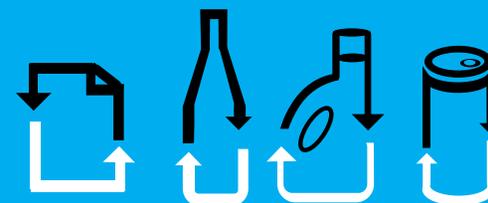
Al mismo tiempo se vende la oferta del reciclaje, como medio para adquirir los fondos económicos que coadyuvarán al funcionamiento de DONARÉ.

De esta manera se aplica la investigación documental, científica y de campo de forma integral, de acuerdo a la misión y visión de los estudios universitarios. En este caso, de acuerdo a las competencias desarrolladas en los estudios de la carrera de Diseño Gráfico.

**RECICLA**  
y  
la vida  
*continúa*

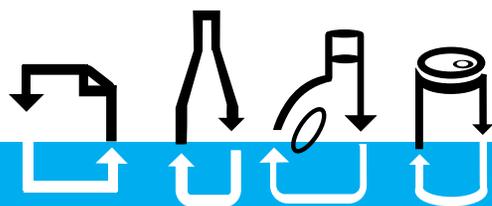
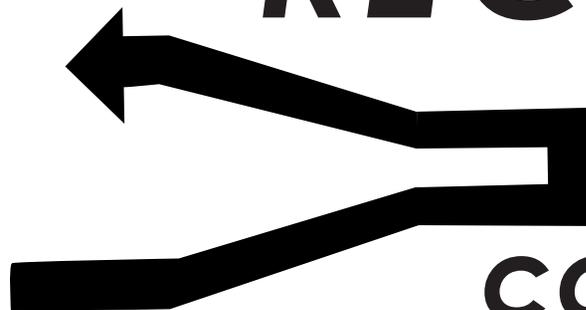
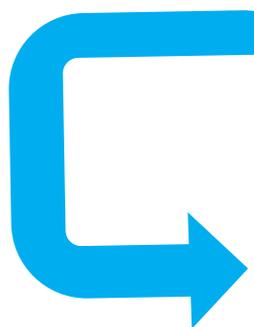


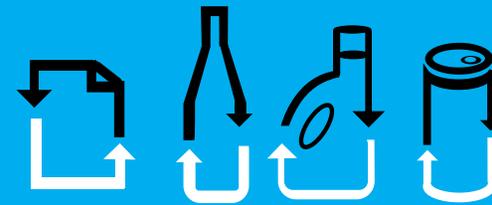
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



# CAPÍTULO 1

**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continúa**





## Perfil del Cliente

Fundación Donaré actualmente tiene una serie de necesidades, entre las cuales se encuentra la de medios y sistemas de comunicación eficientes que le permitan divulgar y promover sus actividades dentro de la población guatemalteca. Para esto ha implementado un plan promoviendo la cultura del reciclaje a la población infantil en centros educativos. Por esta razón es que se realizará el proyecto denominado “Campaña de Comunicación para el Reciclaje de Desechos a beneficio de Fundación Donaré”

El poco conocimiento de esta Fundación en la población guatemalteca, hace que la misma no cuente con los recursos económicos necesarios para expandirse y a la vez atender a más población afectada con problemas en cuanto a donación de órganos.

Con este proyecto se pretende generar ingresos económicos, que permitan y le de la capacidad a Fundación Donaré para crecer y así atender a un número mayor de personas afectadas dentro de la población.

### MISIÓN

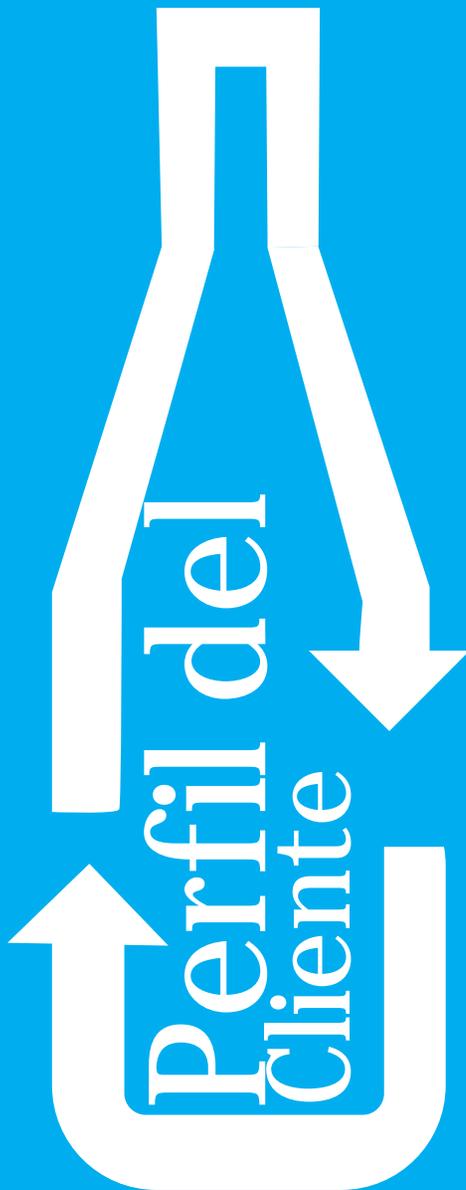
Dedicarse a la continua y constante difusión de la información del entendimiento de muerte cerebral para así facilitar la donación de órganos a todo nivel, haciendo conciencia en los médicos, tanto de los hospitales como de centros de salud, para que faciliten y ayuden a la familia del donante.

### VISIÓN

Crear la cultura de donación de órganos en el guatemalteco, para que tenga siempre presente la posibilidad de ayudar a mejorar o salvar la vida de una persona necesitada de un trasplante.

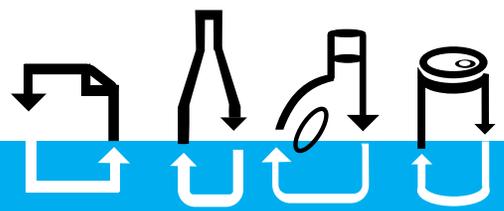
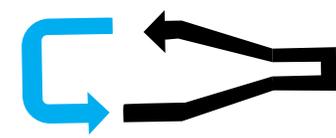
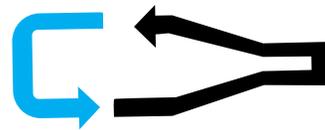
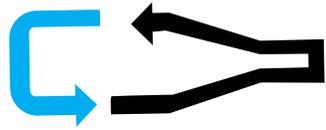
Colaborar y apoyar en la reinstalación a su vida normal a las personas que han recibido trasplantes y ayudar a proveerles los medicamentos necesarios.

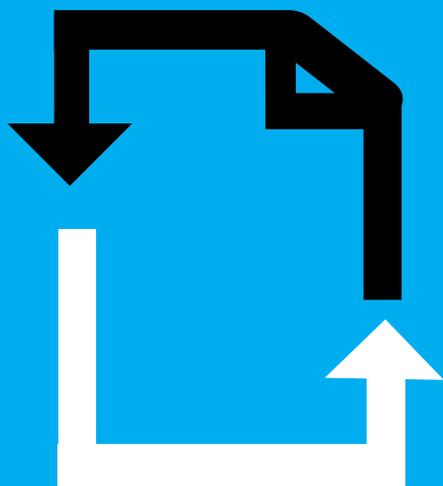
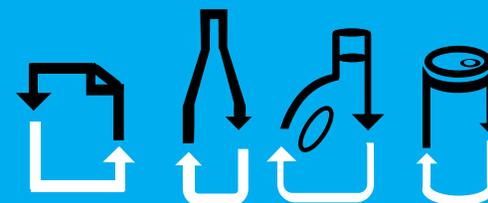
Ser una Fundación altamente profesional, que cuente con personas que respeten al prójimo, tengan valores y principios bien fundamentados.





# RECICLA y la vida continúa





## Antecedentes

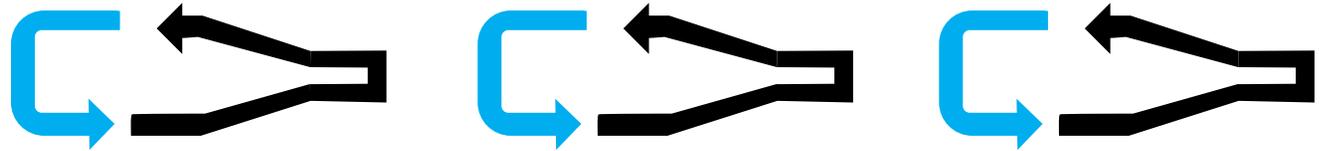
Fundación Donaré es una institución sin fines de lucro, que promueve la donación de órganos en el país. Fue constituida legalmente en febrero del año 2004, con la inquietud de dos madres, que unidas por el mismo dolor de haber perdido en ambos casos a uno de sus hijos, se proponen hacer positivo a partir de este trágico incidente. Una de ellas, con una donación efectiva de los órganos de su hijo en los Estados Unidos EEUU y la otra, con una donación frustrada en Guatemala. Conjuntamente con el Dr. Rudolf García Gallont se dio inicio a un sueño que hoy es realidad : ayudar en el tema de la Donación de órganos en Guatemala.

Ubicación: Av. Las Américas 18-81 zona 14 Edificio Columbus Center 3Av. 34-51, zona 12 Colonia El Carmen Ciudad de Guatemala.

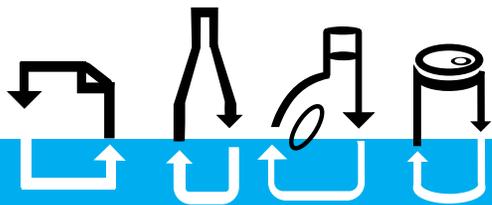
### JUSTIFICACIÓN

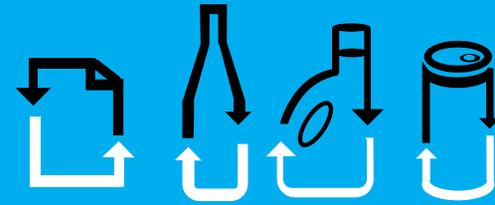
Fundación Donaré ha solicitado el apoyo en cuanto a la creación de material gráfico impreso publicitario, que llame la atención y que a la vez incida de una forma positiva en el grupo objetivo, sobre el reciclaje de desechos a beneficio de Fundación Donaré. Éstos son medios de comunicación fáciles de reproducir que tienen alcance efectivo y son económicos. Estas características lo hacen accesible, de forma que se pretende incrementar el número de personas que conozcan sobre la labor de Fundación Donaré en el país.

El proyecto es factible ya que se cuenta con la colaboración de Fundación Donaré, quien a su vez ayudará a satisfacer una de sus necesidades, la económica.



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa





## Antecedentes

### DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

La unidad de oftalmología del hospital Rodolfo Robles, destaca que muchas personas podrían recuperar la vista gracias a un trasplante de membrana. Sin embargo, es lamentable que en Guatemala no exista una cultura para donar órganos, ya que la gente considera que es como mutilar a su familiar. En este caso, además de legislarse al respecto, es importante llevar a cabo campañas de concientización, desde las escuelas para que la participación de los posibles donantes sea voluntaria.

Según el Comité Prociegos y Sordos de Guatemala, se estima que el 42 por ciento de la población padece de cataratas y vista opaca a partir de los 40 años, mientras que unas 60 mil personas tienen lesiones en alguna de sus córneas. Actualmente, en lista de espera en el Hospital Rodolfo Robles hay unos 60 adultos y 40 niños. Cada año realiza aproximadamente 150 operaciones, dependiendo de la disponibilidad de córneas. Éstas vencen dos semanas después de donadas y deben colocarse de inmediato.

La Unidad de Trasplante de Riñón, del Seguro Social de la zona 9, también atiende un número similar.

Los órganos que provienen de personas fallecidas pueden ser extraídos, sólo con autorización de los familiares y cuando se haya establecido la muerte cerebral del donante, entre dos a cuatro horas después.

En Guatemala se han dado los primeros pasos para

efectuar trasplantes, con el apoyo de expertos e instituciones de ayuda que manejan programas de donación de córneas y riñón. El Banco de Ojos ha comenzado a abrir un nuevo camino en la cultura de donaciones gracias al trabajo de los clubes Rotarios y de Leones. Su objetivo es captar donantes locales. Con ello se reducirán costos y se lograría satisfacer la demanda, pues las escasas membranas de que dispone, provienen de Estados Unidos o Panamá.

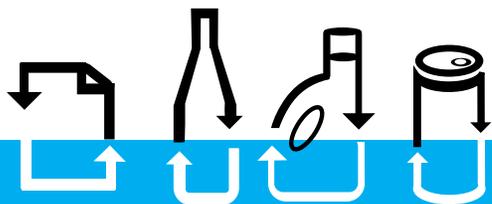
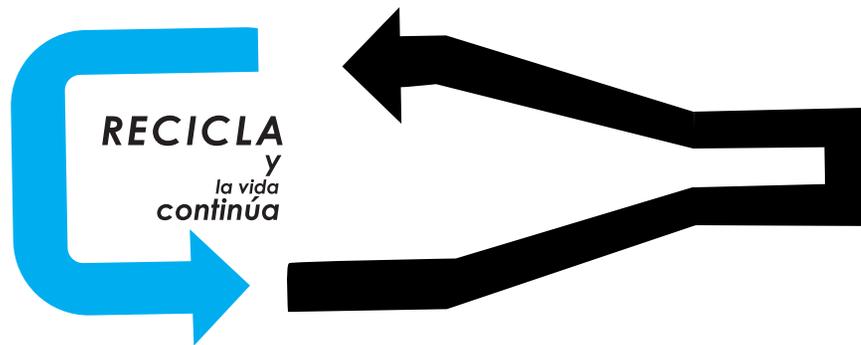
### LA DONACIÓN EN GUATEMALA

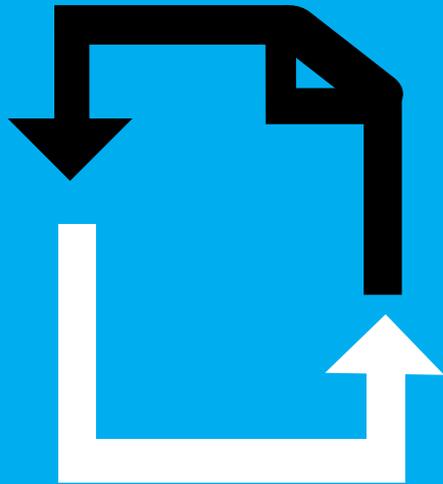
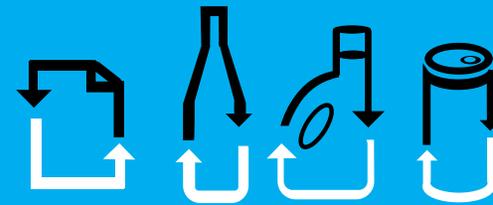
La donación de órganos es una forma eficaz de salvar vidas, por lo que constituye un acto de solidaridad, aunque en Guatemala todavía no existe la costumbre de donar partes del cuerpo para salvar otras vidas. Siendo en los países desarrollados donde más se lleva a cabo esta práctica.

Según el Ministerio de Salud, aunque existe una legislación que ampara la donación, factores económicos, culturales y de infraestructura no han permitido consolidar el tema. De hecho, en Guatemala sólo se llevan a cabo trasplantes de córneas y riñones.

### CENTROS DE DONACIÓN

En Guatemala solamente existe Fundación Donaré que es la encargada de promover la donación de órganos en nuestro país.





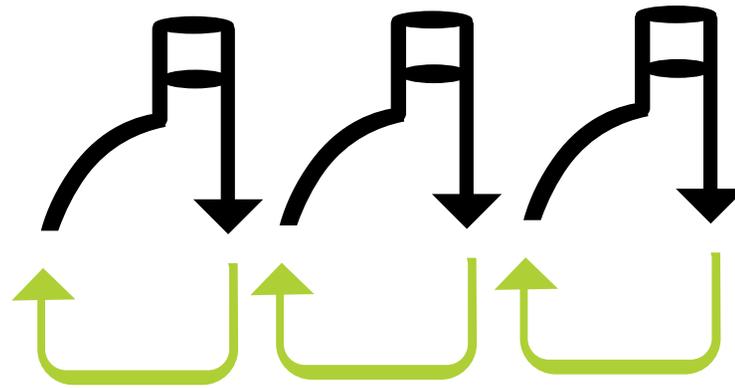
## Objetivos

### GENERAL:

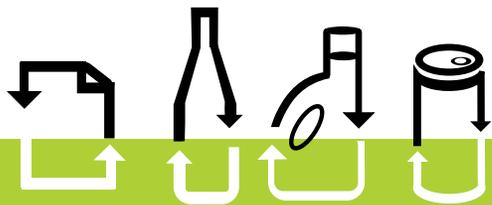
- Diseñar una campaña de divulgación que informe sobre el reciclaje de desechos a beneficio de Fundación Donaré.

### ESPECÍFICOS:

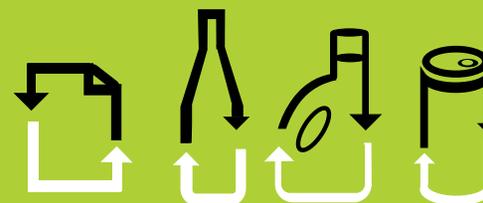
- Diseñar elementos gráficos que despierten el interés sobre el tema del reciclaje.
- Utilizar el material gráfico diseñado para la campaña en las exposiciones y charlas a beneficio de Fundación Donaré.



**RECICLA**  
y  
la vida  
*continúa*

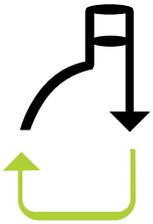
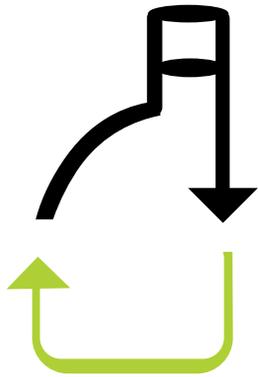


**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

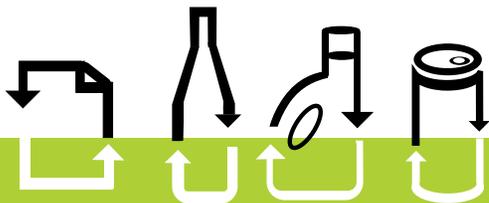


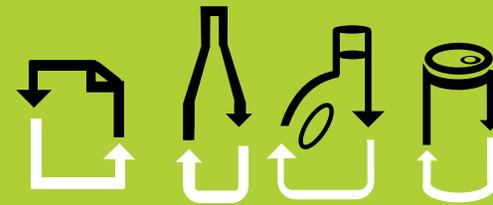
Recopilación y  
selección de  
información

# CAPÍTULO 2



**RECICLA**  
y  
la vida  
**continúa**





# Recopilación y selección de información

## 2.1 Sobre el Contexto:

Una de las alternativas posibles para solucionar el problema de la contaminación ambiental que origina la basura, es el reciclaje o reciclamiento de materiales de desecho como el papel, el cartón, el vidrio, y los metales.

El reciclaje de los desechos es un proceso que consta de las siguientes etapas:

- Separar los componentes de la basura en orgánicos e inorgánicos.
- Clasificar los componentes inorgánicos en papel, cartón, vidrio y metales.
- Llevar todos estos materiales a las industrias correspondientes que los reciclan.
- Procesar cada material de desecho con un tratamiento adecuado.

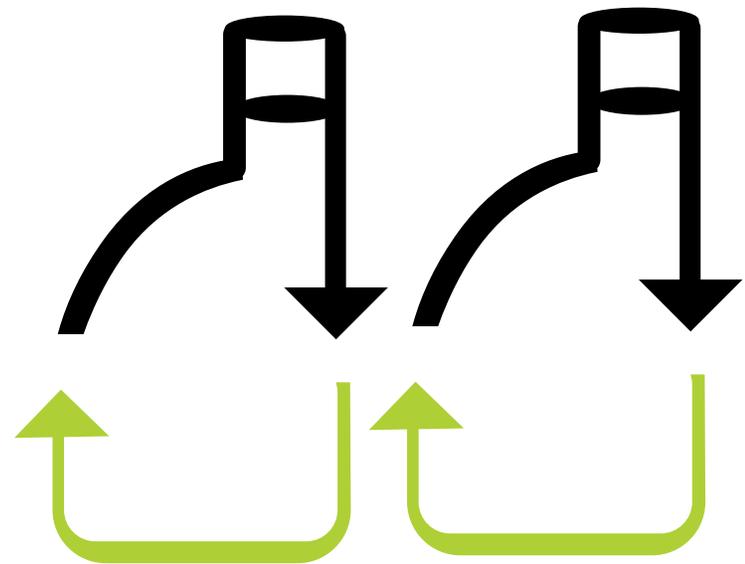
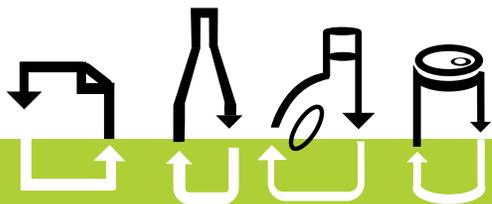
Materiales reciclables:

El reciclaje de algunos de los componentes de la basura los convierte en materia prima útil y de menor costo para las industrias. El tratamiento industrial de la basura depende del tipo de desecho:

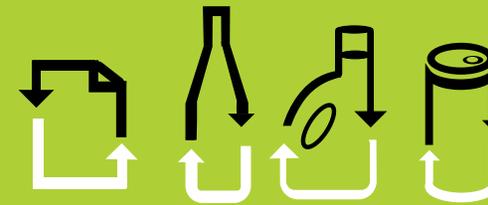
- El papel y el cartón, se procesan por tratamiento químico para disolverlos, quitarles las impurezas y luego se presionan y se presanan para producir nuevo papel.
- El vidrio, se procesa por fundición a grandes temperaturas, para luego formar nuevos envases y una gran variedad de objetos de adorno.

- Los metales, como el hierro y el aluminio, se procesan también por fundición a altas temperaturas, para formar envases de latas y otros productos diversos como juguetes.
- Los desechos orgánicos, incluyendo los restos de alimentos, se procesan quitándole la humedad por calentamiento, para luego triturarlos y convertirlos en abono para las plantas.
- La basura es la mezcla de dos o más desperdicios que provocan contaminación, así que se ha tomado como una solución el no generar basura, es decir, no revolver los desperdicios que producimos en nuestras actividades diarias. Tal vez parezca difícil pensar que el ser humano deje de generar basura, pero se ha tomado como opción la creación de una cultura de protección al medio ambiente por medio de la separación de los desperdicios. Debido a que existen muchos tipos de desperdicios, se ha optado por algunas clasificaciones; la más sencilla es la de desechos orgánicos e inorgánicos. En los orgánicos se encuentran los desechos animales, vegetales, restos de comida, telas de fibras naturales como el algodón, lino, etc. Entre los inorgánicos podemos encontrar a los metales, vidrio, plásticos y materiales de origen sintético. Hay otro tipo de desechos como el cartón y el papel, que también son orgánicos pero que manteniendo limpios y separados a parte, pueden reciclarse. Actualmente existen también los lugares destinados a la concentración de los desechos y se llaman centros de acopio. Ahí se reciben el vidrio, plástico, metal y papel para ser reciclados.

# RECICLA y la vida continúa



Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré



## Recopilación y selección de información

- Constantemente, se generan muchos productos para satisfacer las necesidades de una sociedad cada vez más materializada. Al aumentar la población y la reacción de nuevos objetos, se incrementa también el desecho de esos productos cuando ya no son utilizados. Al dejar de ser utilizados y además mezclados con otros, los productos se convierten en basura.
- La basura no existe por naturaleza, sino que es generada por el ser humano debido a la irresponsabilidad, malos hábitos o falta de cultura. Se genera diariamente, en todos los entornos en que nos encontremos: la escuela la oficina, la fábrica, la casa, etcétera.
- A veces por malos hábitos no hacemos un esfuerzo mayor para no generar basura o bien, para evitar que se mezcle y acumule.

Generalmente, en los ambientes como escuelas, fábricas, oficinas y hasta en la casa, hay personas que se encargan de recolectar la basura, concentrarla en un solo lugar y hacerla llegar a algún centro de acopio o un tiradero. Sin embargo, existe una gran cantidad de basura que se acumula en las calles sin que alguna persona se haga cargo de eliminarla.

- El hombre ha buscado por muchos medios, tratar de "desaparecer" la basura, para que ésta no le genere problemas mayores, y así ha inventado: la incineración, la pepena, los entierros, la compactación y la trituración y el reciclaje, entre otros métodos. Sin embargo, casi todos los métodos implican una inversión fuerte de dinero y por otra parte, no se han obtenido los resultados óptimos para la desaparición de los desechos.

Existe un dato interesante: El hombre ha producido más basura de 1960 a nuestros días que desde que comenzó

la vida humana en el planeta.

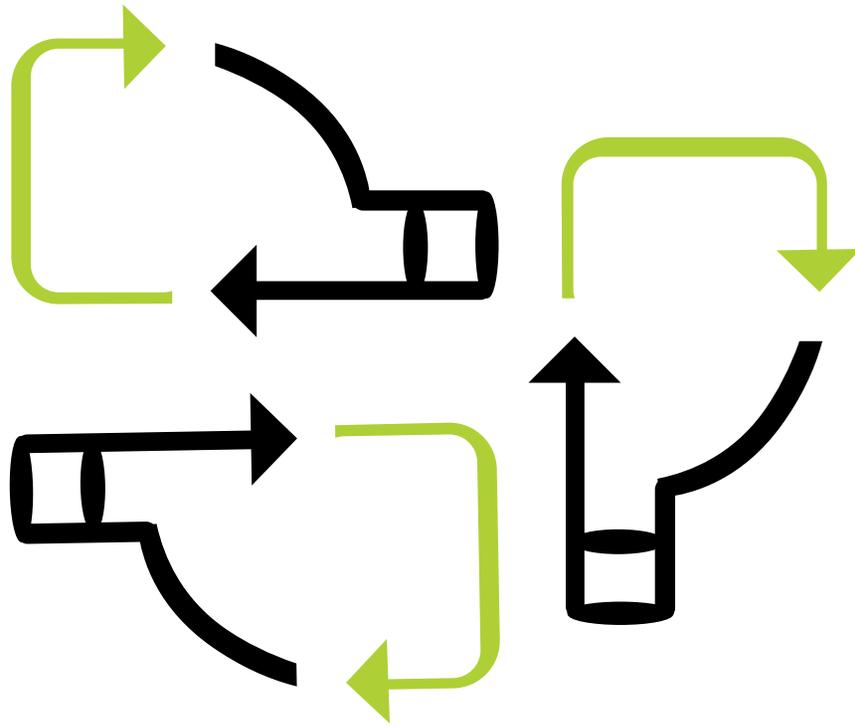
### 2.2 Sobre el Grupo Objetivo

Con la finalidad de realizar un proyecto de comunicación eficiente, se establece un grupo objetivo de la manera siguiente:

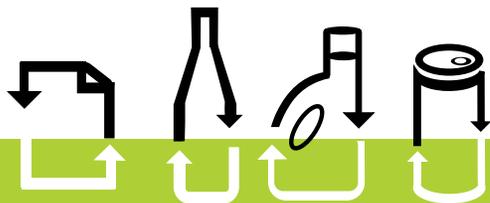
**Perfil demográfico:** El grupo objetivo al que se pretende llegar con esta campaña son jóvenes pre y adolescentes estudiantes comprendidos entre las edades de 12 a 19 años, ambos sexos, nivel socio cultural mediano (estudiantes de 6to. primaria a último año de enseñanza media) religión indiferente, jóvenes con principios y valores éticos, con nivel económico medio y alto.

**Perfil geográfico:** jóvenes ubicados en el centro capitalino.

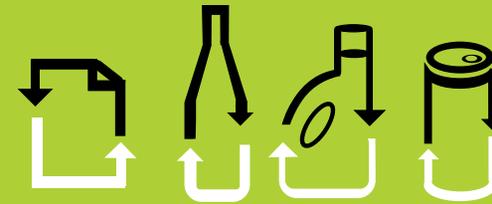
**Perfil psicográfico:** Jóvenes influenciados por las nuevas tendencias y modas, dentro de los cuales los medios de comunicación masiva como la televisión, la radio y el internet, ejercen gran influencia sobre sus gustos y preferencias. Sus medios de diversión y recreación son los videojuegos, juegos de computadora, tienen bastante preferencia por los medios electrónicos, pasan buena parte de su tiempo en sus casas. Sus espacios de convivencia son los centros de estudio y los centros comerciales, jóvenes en la etapa de exploración y curiosidad a diversos temas.



**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continúa**



# Recopilación y selección de información



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

## Caracterización de la audiencia:

Nuestro grupo objetivo al que se enfoca la campaña son jóvenes pre adolescentes en una etapa en la que buscan respuestas a muchas inquietudes e interrogantes deseosos de conocer y de participar en actividades atractivas y novedosas, abiertos a muchos temas como lo es el reciclaje y la donación de órganos.

## 2.3 Sobre la Temática

Fundación Donaré plantea una campaña de concientización sobre el reciclaje de desechos, con el objetivo de generar ingresos que le permitan expandirse y poder sufragar las necesidades económicas que toda organización benéfica y no lucrativa padece.

El tema del reciclaje es muy oportuno, ya que en Guatemala se genera grandes cantidades de basura y solo un 30% de esta se recicla. El otro 70% es desperdicio el cual ya no se reutiliza siendo este otro problema para la sociedad.

De los 331 municipios, unos 125 tienen tren de aseo, barrido de calles y recolección domiciliar de desechos, pero el problema es dónde depositarlos.

La basura es un tema de mucha preocupación en las actuales corporaciones del país, porque los desechos sólidos contaminan los ríos y los mantos freáticos, el problema rebasa el ámbito municipal, para ser una prioridad nacional.

No hay rellenos sanitarios “Nuestro problema es no tener un lugar donde depositar la basura, por eso la enviamos al basurero de la zona 3. (Carlos Rodríguez)

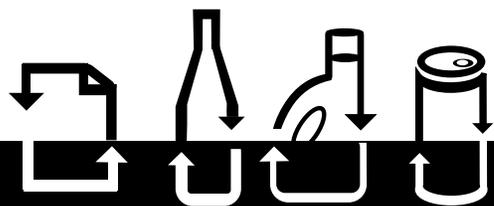
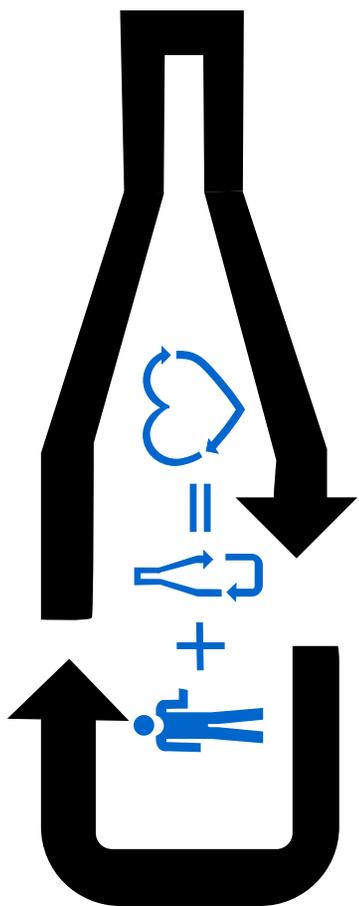
## Mal ejemplo:

En cuanto al tratamiento de los desechos sólidos, los municipios del país han tomado como ejemplo la capital, que en los últimos 50 años no ha hecho más que rellenar barrancos. Tirar la basura en barrancos, en la entrada de pueblos, a orillas de ríos o quemarla sin normas técnicas, tiene efectos negativos, como la contaminación de aguas superficiales y subterráneas, o la generación de humo dañino a la salud humana. En Guatemala, el mayor impacto de la basura se observa en el sistema respiratorio de las personas, y que en todo el país no existe un verdadero relleno sanitario.

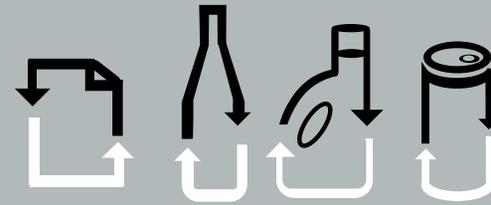
## Productiva:

Los desechos sólidos pueden ser aprovechables:

- Abono orgánico: de la basura húmeda se puede elaborar abono.
- Energía: los desechos producen un gas llamado metano, que puede mover turbinas para generar electricidad.
- Con la basura que actualmente llega al vertedero de la zona 3, se podrían generar seis megavatios de electricidad.
- De los desechos no orgánicos, como metales, vidrio y plásticos, se puede fabricar block para la construcción.

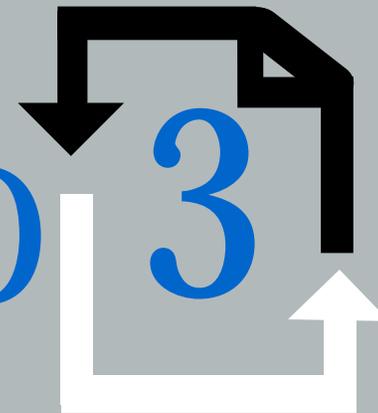


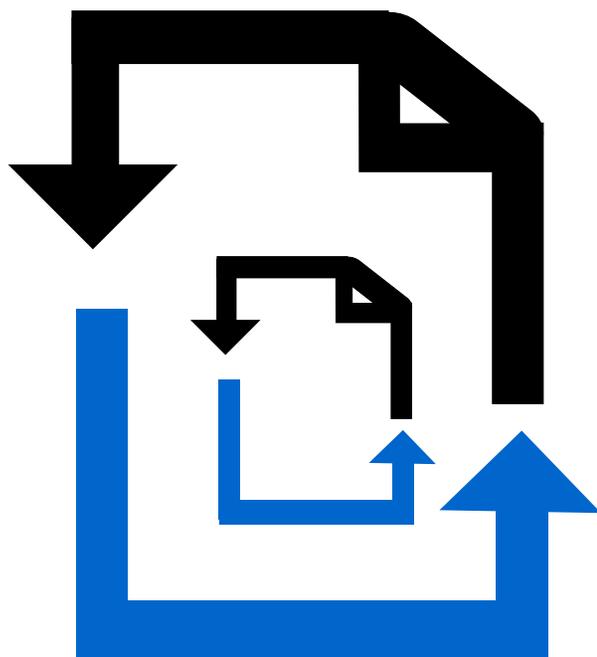
RECICLA  
Y  
la vida  
continúa



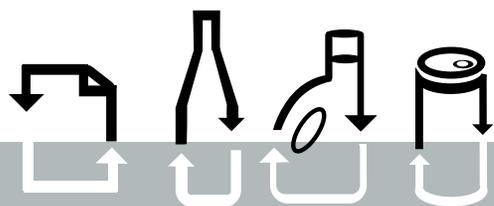
Reflección y Definición  
del Concepto Creativo

# CAPÍTULO 3

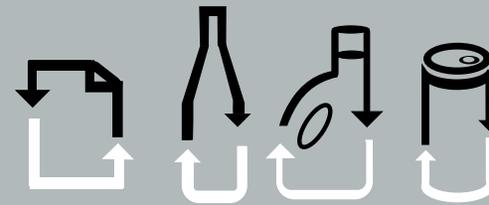




**RECICLA**  
y  
la vida  
**continúa** 



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



# Reflección y Definición del Concepto Creativo

## Dimensión Conceptual:

El tema del reciclaje y cuidado del medio ambiente son temas de gran importancia en la actualidad, los cambios culturales en que viven los jóvenes han permitido conocer más de este tema, ya que han crecido con este problema.

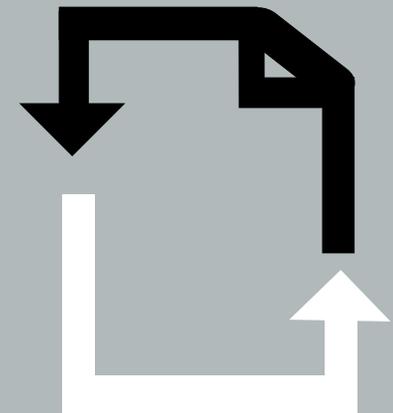
Las instituciones educativas y ambientalistas son las encargadas de difundir información a las personas sobre el reciclaje, pero la falta de información y concientización sobre este problema, hace que sea más difícil su divulgación, pasando a un segundo plano si no es decir que a un tercero.

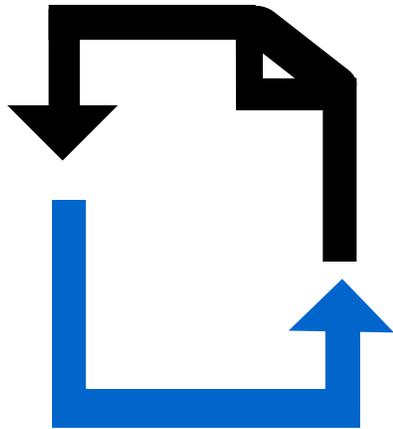
La juventud tiene tantos distractores, que los temas sociales y culturales pasan a ser de menor importancia, haciendo que nuestra cultura tenga menos valores y principios, haciéndonos cada vez más individualistas. Asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que afectan a la humanidad como lo es la contaminación ambiental pueden provocar catástrofes no solo en nuestra sociedad sino en todo el mundo.

## Dimensión Ética:

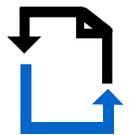
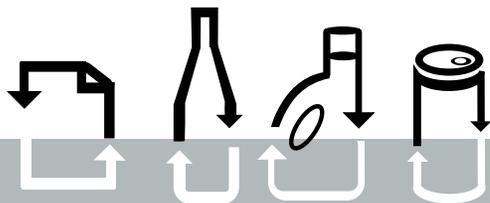
El primer lugar donde iniciamos con el aprendizaje de valores y buenas costumbres es en el hogar, el ejemplo de nuestros padres y familiares, de nuestro entorno social, y es desde ahí donde traemos esas normas de educación para luego ponerlas en práctica dentro de la sociedad. La responsabilidad de las instituciones educativas de hacer conciencia en los temas éticos morales y ambientales en los alumnos es de gran importancia ya que recalcan una decisión voluntaria y no impuesta.

Concepto





**RECICLA**  
y  
la vida  
**continúa**



# Reflección y Definición del Concepto Creativo

## Dimensión Estética:

La línea gráfica y los diseños deben ser elegantes, sobrios y atractivos para llamar la atención.

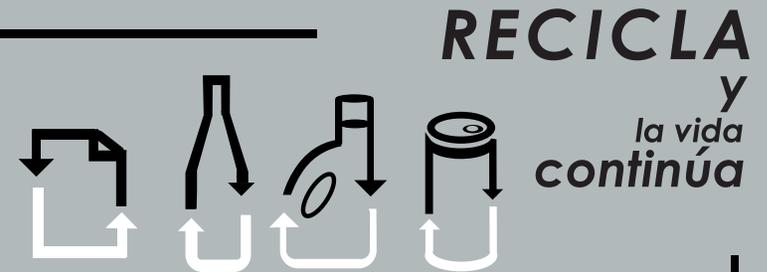
La diagramación debe ser sencilla, con una retícula compositiva que sea legible y sencilla. Los colores deberán ser llamativos, en armonía, los colores a utilizar deberán ser celeste, café, rojo, gris y blanco. El uso de tipografía sencilla y sin reamtes o serif. Con tamaños adecuados que sean legibles. Además deberá llevar detalles de curvas para realzar las estilizaciones diseñadas. Enriquecido con fotografías de texturas para dar a entender el material a reciclar; el plano que llevará el material informativo debe ser sencillo y claro para dar una idea clara del mensaje a transmitir. Todo esto para que el concepto y mensaje sean comprendidos sin ninguna dificultad.

## Dimensión Funcional:

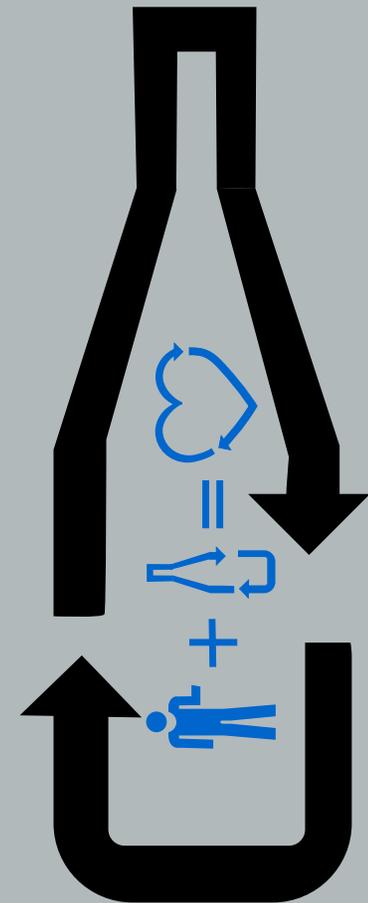
Se analizaron los distintos tipos de piezas gráficas, sus espacios y medios de distribución, para poder realizar un diseño de comunicación efectivo, así como la cantidad y los puntos clave donde se instalarán.

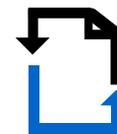
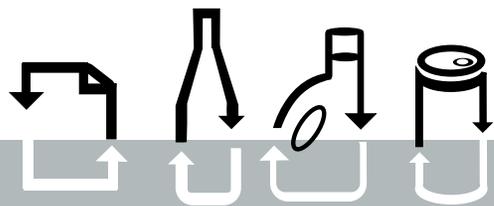
Los materiales deben ser de la mejor calidad. El diseño de las piezas, afiches, volantes, adhesivos, separadores, publicidad exterior, contará con lenguaje icónico, con tipografías legibles y sencillas, en un tamaño adecuado, comprensivos y elegantes. Para la mejor comprensión del receptor, el material gráfico deberá estimular al público para que interprete el mensaje en función de los intereses y necesidades de la campaña.

La publicidad exterior, deberá estar colocada en un lugar donde sea visible y sea perceptible a la distancia o ángulo por cualquier persona; además deberán contar con suficiente luz y resistir a cualquier condición de sol o lluvia.



Concepto





# Reflección y Definición del Concepto Creativo

## Concepto Creativo:

El concepto creativo de la campaña es "Recicla y la vida continúa". Cuando se utiliza esta frase o eslogan se pretende que las personas capten la idea de que cuando algo se recicla este sigue teniendo vida al ser reutilizado, de igual forma sucede cuando un órgano es donado es reciclado para continuar con la vida de alguien más. En la campaña se da a entender que reciclar abarca más que eso, más que una simple acción a seguir, posee dos beneficios la de reciclar y la de colaborar con una fundación como lo es Donaré y de continuar con su labor social, la de ayudar a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

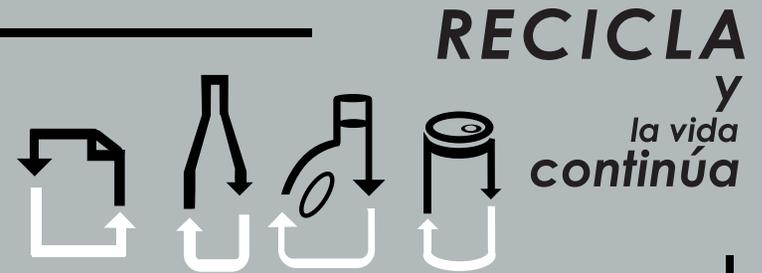
## Metodo Creativo

### Brainstroming

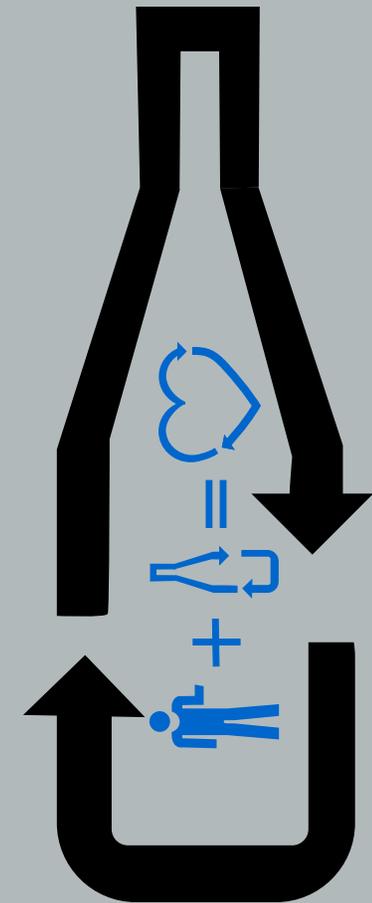
El uso de la técnica brainstorming (lluvia de ideas) también denominada, tormenta de ideas, es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas es una técnica de grupo para generar ideas originales en un ambiente relajado.

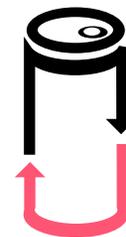
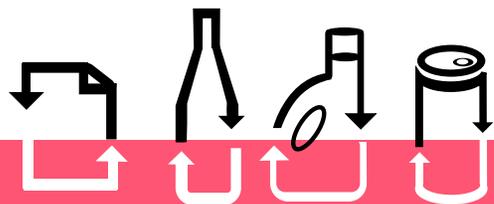
## Estrategia de Comunicación:

La estrategia de comunicación será por medio de publicidad exterior (rótulos) y publicidad directa.

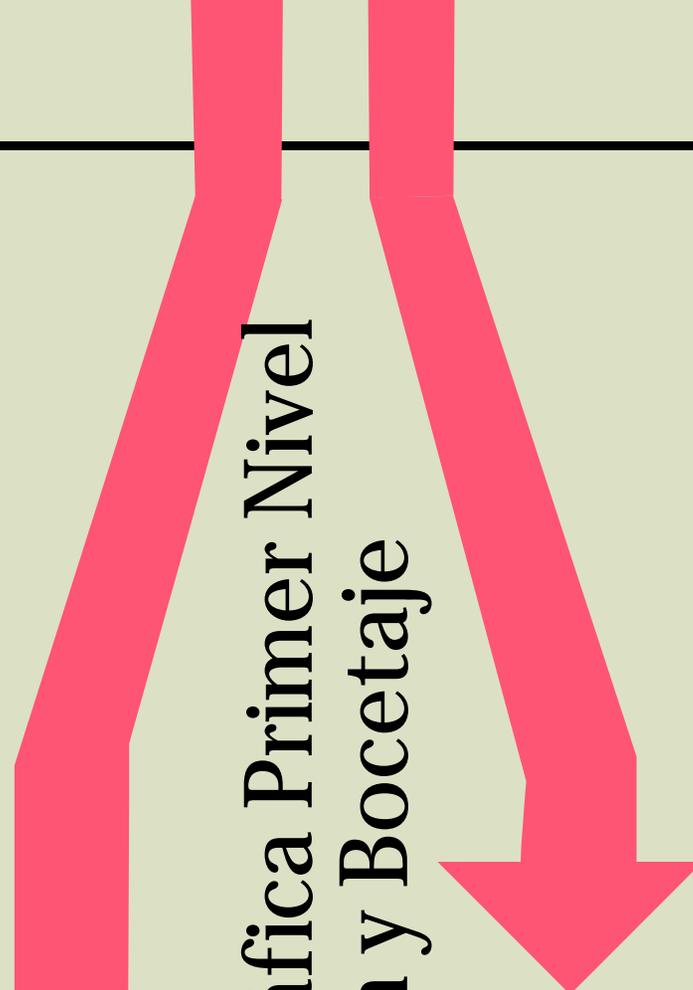
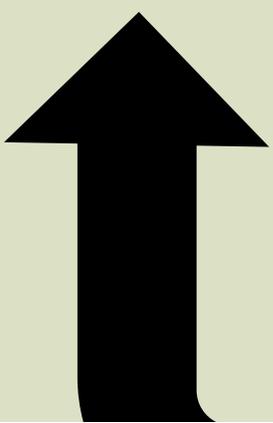


Concepto



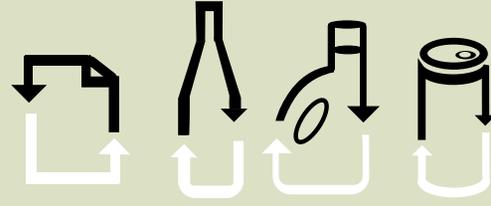
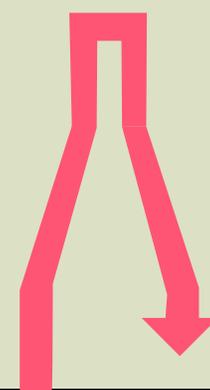


**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

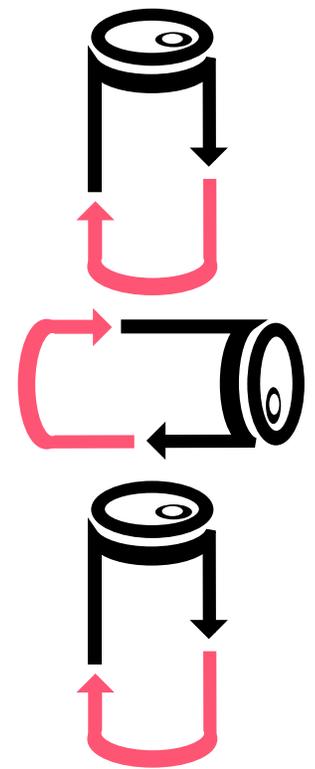
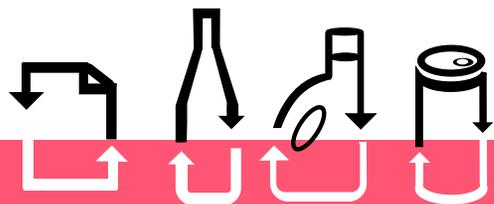


# Propuesta Gráfica Primer Nivel de Graficación y Bocetaje

## CAPÍTULO 4



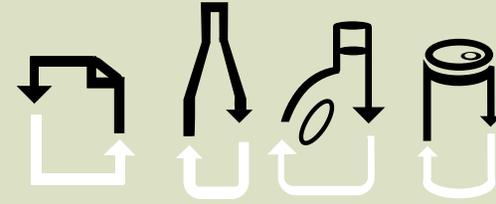
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré

# Propuesta Gráfica Primer Nivel de Graficación y Bocetaje

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



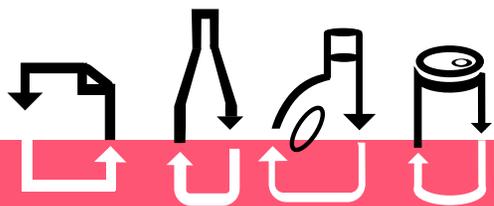
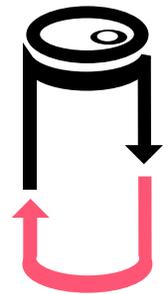
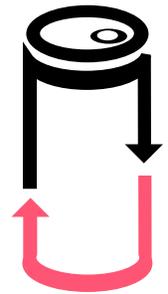
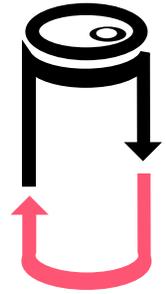
## Bocetaje

Esta fase es la que consiste fundamentalmente, en desarrollar la serie ideas de piezas de una campaña

informativa, con base en la información que ha sido recopilada en las fases anteriores.

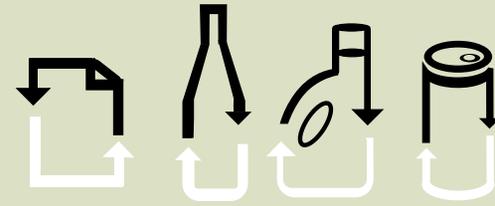


**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continúa**



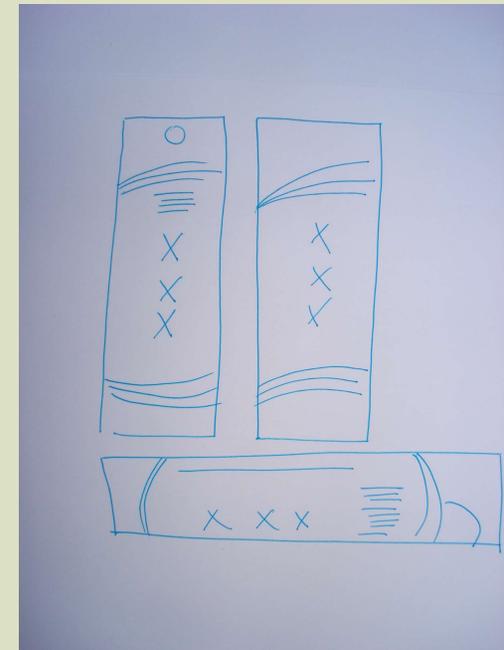
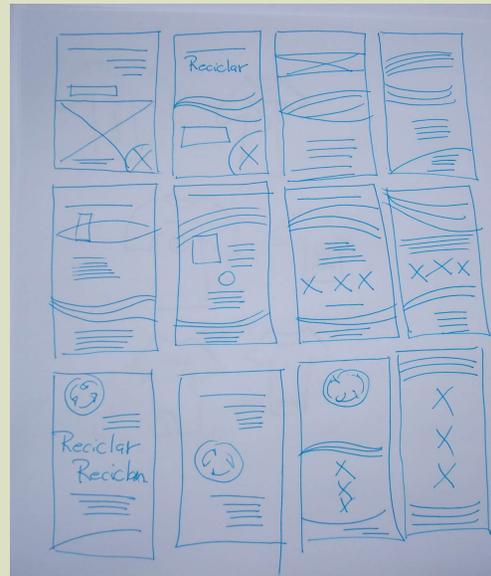
# Propuesta Gráfica Primer Nivel de Graficación y Bocetaje

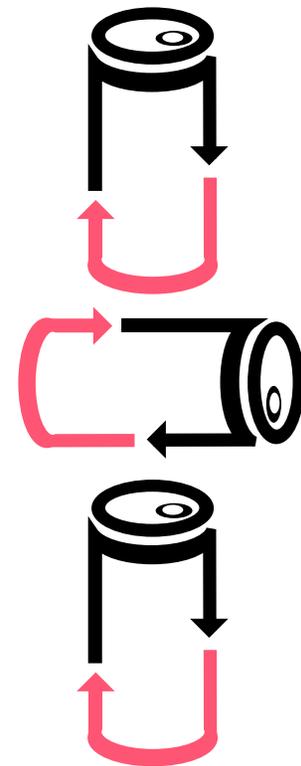
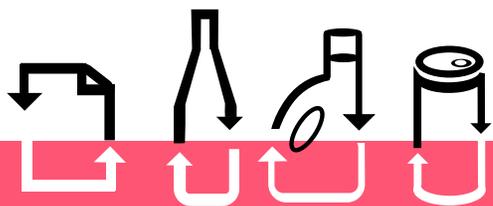
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



Los bocetos se realizaron a mano alzada y otros digitalizados. En los primeros bosquejos que se realizaron, se empezó a definir una línea gráfica para las distintas piezas, las primeras ideas reflejan las estilizaciones, de ahí surgen las primeras líneas y formas para dar elementos básicos y significativos dentro del tema del reciclaje, las cuales son representadas por medio de flechas.

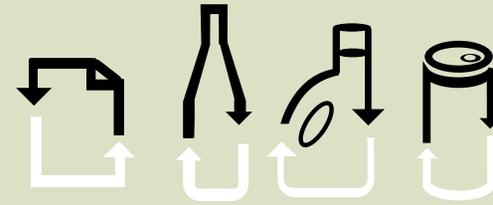
Además, se utilizó algunas formas para transmitir una forma básica como lo son las estilizaciones de los elementos a reciclar, personas y el corazón. La utilización de formas básicas hacen de la línea de diseño algo sobrio y sencillo pero con detalles que reflejen la idea básica del reciclaje.





# Propuesta Gráfica Primer Nivel de Graficación y Bocetaje

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

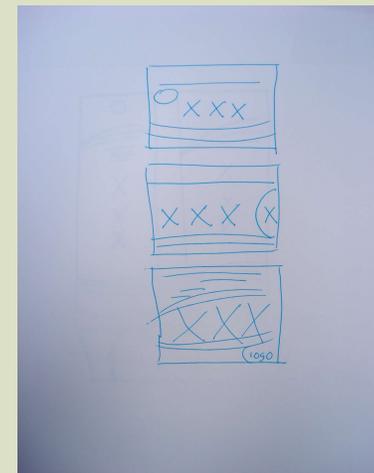


Dentro de los bocetos se utilizaron colores representativos para realzar algunos detalles. La diagramación será sencilla y en algunos casos se utilizaron texturas para destacar ciertas áreas del afiche.

En el proceso de pre-bocetaje se fueron eliminando algunos elementos que hacen más cargado los diseños como fotos de fondo haciendo que la diagramación sea más sencilla, así como utilizando textos en blanco y negro.

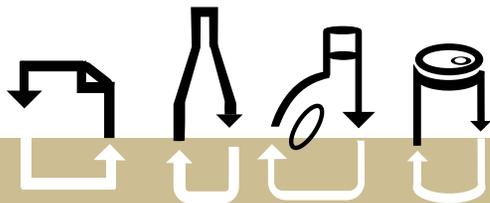
Se realizaron varias propuestas, dividiendo cada afiche informativo por material a reciclar. Siempre guardando jerarquías dentro de los textos e importancia del tema.

También se realizaron los bocetos de los promocionales de las playeras donde se hace la propuesta de ubicación de textos, imágenes, logotipo.



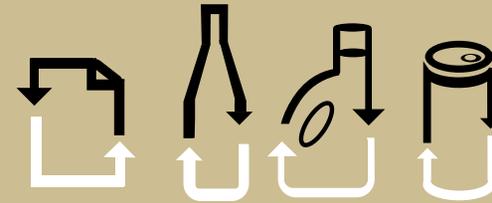


# **RECICLA** y *la vida* **continúa**



# Propuesta Gráfica Segundo Nivel de Graficación y Bocetaje

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

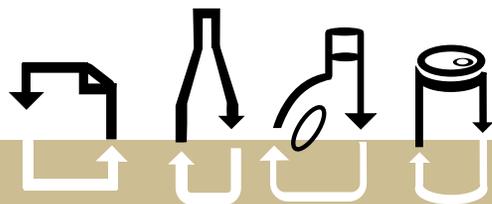


Bocetos digitalizados en computadora. En esta etapa se empezó a definir los diseños más sencillos y ordenados que representaran el concepto creativo del reciclaje pero que fuera fácil de entender y que se visualizara a distancia.

Se realizaron los bocetos de los afiches informativos con diferentes diseños, siempre con un orden y que fueran legibles, también se utilizaron colores representativos del reciclaje y tipografías sencillas; ordenando textos, con el fin de empezar a definir un acierto lingüístico y estético; y ser percibido con rapidez. En los colores se trató de tener unidad y armonía; los colores se mantuvieron en colores café, amarillo, rojo, verde y azul, priorizando que llamaran la atención y a la vez que fuera sencillo. Los textos se colocaron en forma de titulares y en retículas de una columna a diferencia de las estilizaciones que se colocaron en una retícula de tres columnas. En esta fase se descartaron varios bocetos por verse:

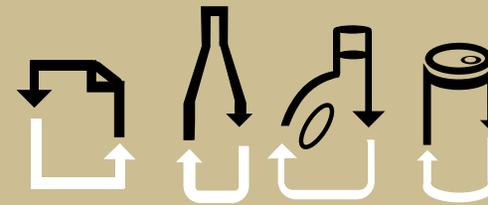
- Muy cargados
- Estar un poco desordenados
- No tan legibles
- No llamaban tanto la atención
- Ni reflejaban el concepto.
- La diagramación no eran tan sencilla.
- La tipografía no eran tan legible.





# Propuesta Gráfica Segundo Nivel de Graficación y Bocetaje

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



**RECICLA**  
PLÁSTICO  
y LA VIDA CONTINÚA

Trae tu PLÁSTICO, nosotros lo vendemos y así ayudas a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Mayor Información  
2367-4632 \* 2379-1239

Centro de Acopio  
Av. Las Américas  
18-81 Zona 14  
Ed. Columbus Center

[www.donare.com](http://www.donare.com)

Propuesta No. 1

**RECICLA**  
ALUMINIO  
y la vida continúa

Trae tu aluminio, nosotros lo vendemos y así ayudas a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239

[www.donare.com](http://www.donare.com)

Propuesta No.2

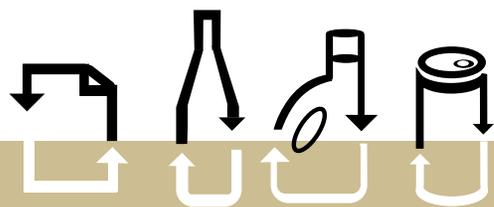
**RECICLA**  
PLÁSTICO  
y la vida continúa

Trae tu plástico, nosotros lo vendemos y así ayudas a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239

[www.donare.com](http://www.donare.com)

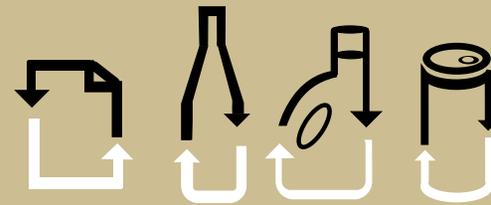
Propuesta No. 3



**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continua**

Propuesta Gráfica Segundo Nivel  
de Graficación y Bocetaje

RECICLA  
y  
la vida  
continúa

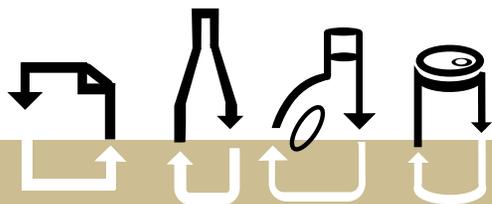
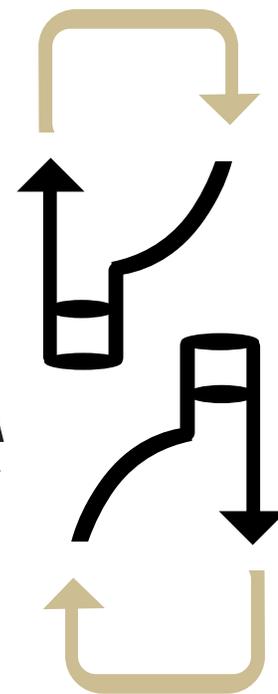


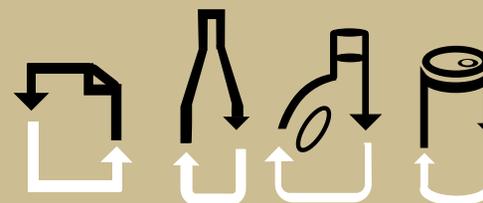
Propuesta No. 4



Propuesta No.5

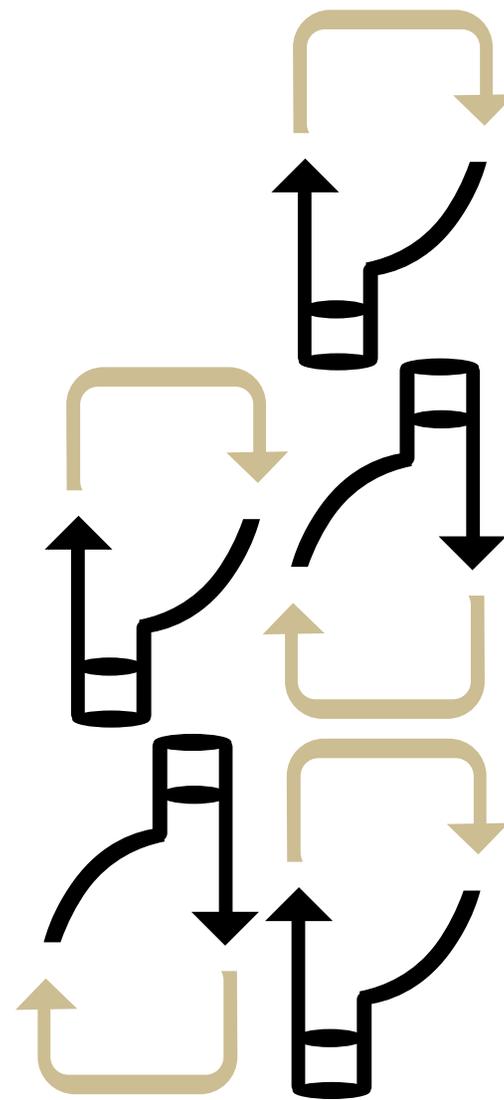
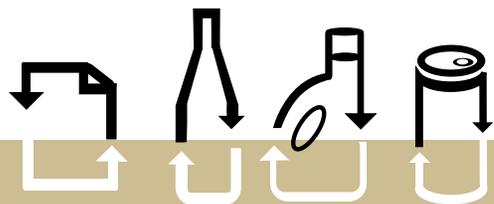
**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continúa**





## Selección de la propuesta final

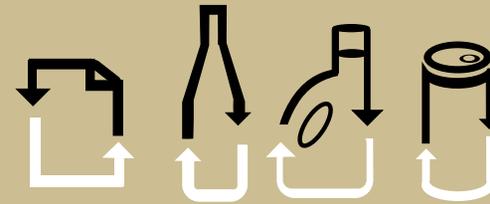
Propuesta No.1	Propuesta No.2	Propuesta No.3	Propuesta No.4	Propuesta No.5
<p>Esta propuesta se descartó por tener un estilo de diseño muy rígido y cuadrado las firmas rectangulares encierran los elementos gráficos, haciendolos muy poco dinámicos.</p> 	<p>En la segunda opción de diseño, ya se integran las líneas curvas, dándole dinamismo al diseño, pero esta opción también es descartada por estar muy recargado en la parte superior del afiche, no se maneja el equilibrio y se ve desordenado.</p> 	<p>La propuesta número 3 cuenta con menos elementos gráficos, se desatura el espacio que ocupa el titular pero se pierde la idea del concepto al no graficar el elemento a reciclar, además el diseño se ve bastante sencillo y no llama la atención.</p> 	<p>La propuesta número 4 contiene más elementos decorativos, estos pueden ser apreciados en los fondos que le dan bastante impacto visual, además se incluyen las estilizaciones de los elementos a reciclar esta propuesta también es descartada por la saturación de líneas rectas y curvas, haciendo a la vista un diseño chocante.</p> 	<p>En la propuesta número 5 se reubican los elementos gráficos y se eliminan las líneas rectas de los fondos. Se incluyen texturas, el diseño se ve más ordenado, aunque los espacios para las texturas son muy reducidos y éstas no se pueden apreciar en su totalidad. No hay equilibrio en la parte del texto informativo.</p> 



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré

# Criterios de Jerarquización y selección de la propuesta final



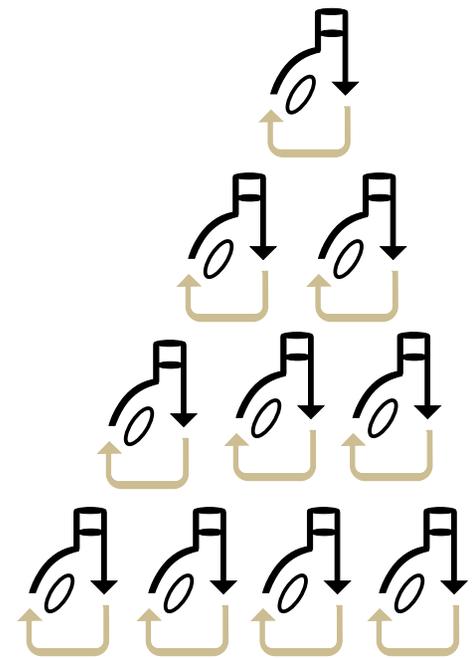
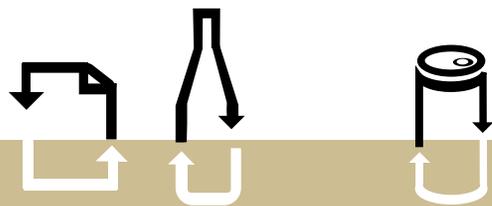
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

## Criterios de jerarquización y selección de la propuesta final.

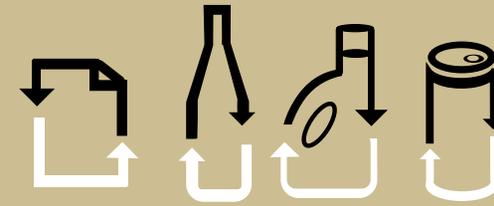
### JERARQUIZACIÓN Y SELECCIÓN

De las 5 propuestas anteriores se llegó a esta versión final, que más llama la atención por su armonía en colores, el uso de tipografías legibles y que logran mantener un orden los bloques de textos. Además, hay un vínculo con los colores representativos del reciclaje. Las fotografías utilizadas representan el material a reciclar además llevan relación con el texto informativo. El diseño y la línea gráfica al ser curvas dan bastante dinamismo; ésta es la propuesta que más le pareció al cliente por romper con las diagramaciones normales. Las otras propuestas de igual forma tenían armonía y lograban dar el concepto, el diseño siempre sobrio y sencillo, pero con colores menos llamativos. Y una línea gráfica diferente en donde se utilizó un esquema menos atractivo. El uso de colores planos no llama tanto la atención como utilizar fotografías con texturas de los materiales a reciclar. El cliente sugirió esta propuesta que le pareció la mejor en su orden y el detalle de la fotos. Los afiches informativos, volantes, separadores de libros promocionales y la publicidad exterior, logran tener la misma línea gráfica, colores y mantienen mejor el mensaje del reciclaje y una línea institucional por tener íconos y formas que caracterizan el material gráfico de la campaña informativa.





# Criterios de Jerarquización y selección de la propuesta final



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

## FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

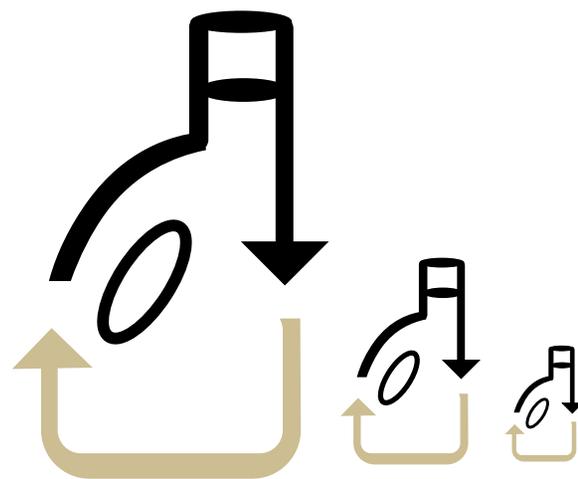
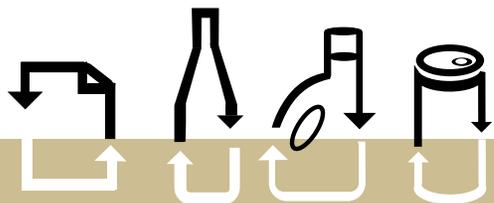
**RECICLA**  
**PAPEL**  
y la vida continúa

Trae tu papel, nosotros lo vendemos y así ayudas a dar vida a personas que necesitan de un transplante de órgano.

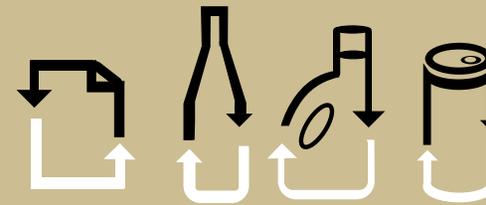
**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

Fundación **Donare**  
Cada vida, después de su vida

Los formatos de diseño tienen una línea gráfica con algunos detalles como líneas curvas, conservando una diagramación sencilla con elementos gráficos que hacen al concepto fácil de entender. Además, logra informar sobre el tema del reciclaje. El uso de la tipografía para los textos es legible. La tipografía sin remates logran dar un mayor impacto visual para el lector, al estar en un cuadro o caja de color la hace más legible. Los colores café, azul, rojo y gris logran transmitir la idea del material o desecho que se está reciclando, además le dan apoyo a la textura utilizada. Se usó una diagramación sencilla y ordenada, en conjunto todos estos elementos logran transmitir el concepto de "La Vida Continúa."



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



## Fundamentación

Códigos lingüísticos:

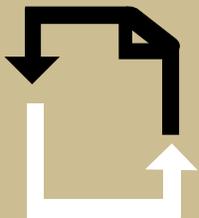
Se emplea la palabra –Recicla - como lema o slogan para la campaña con la frase –y la vida continúa – haciendo el enlace con la fundación.

Descripción Icónica:

Se han empleado elementos como el logotipo, con él se da seriedad a la campaña ya que representa a la institución. La imagen de un girasol y de una mariposa que da la esperanza de vida.

El elemento principal o punto focal de las piezas gráficas de la campaña serán las imágenes estilizadas de la persona que recicla, el material que se está reciclando como lo son: papel, aluminio, plástico y vidrio; esto porque se quiere que al receptor le llegue la idea o concepto de la campaña de una forma rápida, que la imagen proyecte lo que se quiere transmitir; además se integraron las flechas que representan el reciclaje.

Cada pieza gráfica tendrá un texto que refuerce o apoye la imagen.

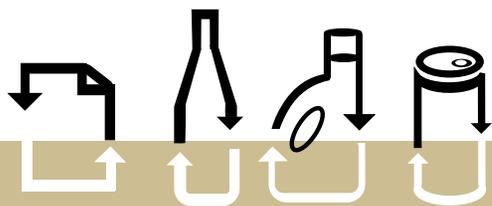


**RECICLA**  
**PAPEL**  
y la vida  
continúa

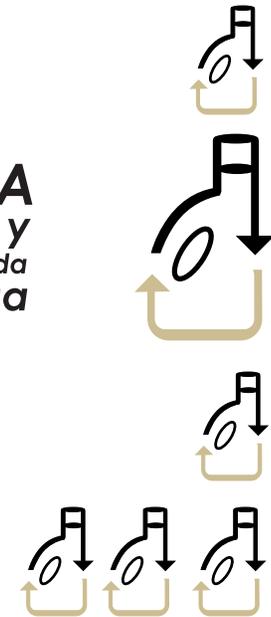
Trae tu papel,  
nosotros lo vendemos y así  
ayudas a dar vida a personas  
que necesitan de un transplante  
de órgano.

**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367- 4632 y 2379 - 1239  
www.donare.com

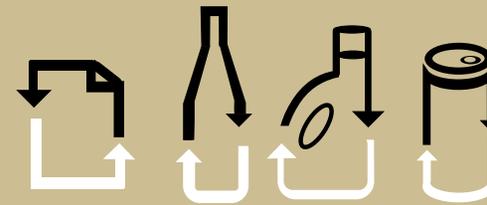
**Donare**  
Fundación  
Que vive, después de mí



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



## Fundamentación

Tipografía:

La tipografía utilizada en las distintas piezas gráficas es de tipo recta, sin remates en versión itálica. Esto le da fuerza pero a la vez dinamismo, movimiento y desplazamiento. Sus formas son gruesas dándole un mayor peso e impacto visual al nombre, además que le da poder y energía.

Tipografía (Century Gotic): con trazos rectos, para integrar las piezas y no recargarlo con diferentes tipos de letras, este a su vez transmite equilibrio, uniformidad y legibilidad. Una línea gruesa y natural da sensación de formal. (abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890)

Tipografía (Arial): le da un toque diferente pero sin variar demasiado, para no perder uniformidad en los textos. (abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890)

Gama Cromática: Los color utilizado en la campaña son los siguientes:  
Celeste= Vidrio, muestra ternura, equilibrio, elegancia.  
Café= Papel, muestra lo natural, calidez, serenidad.  
Gris= Aluminio, refleja sobriedad, estabilidad y dinamismo.  
Rojo= Plástico, fuerza, pasión, deseo y armonía.

Todos los colores reflejan o denotan el material que se está reciclando.

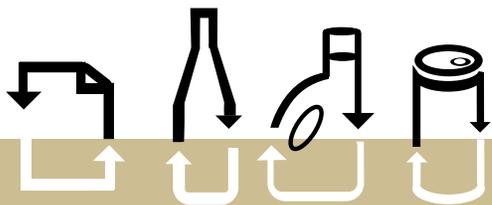
**RECICLA**  
**VIDRIO**  
Y la vida continúa

Trae tu vidrio,  
nosotros lo vendemos y así  
ayudas a dar vida a personas  
que necesitan de un trasplante  
de órgano.

**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

Fundación **Donare**  
con más esperanza de mi vida





# Fundamentación

Códigos de Formato:

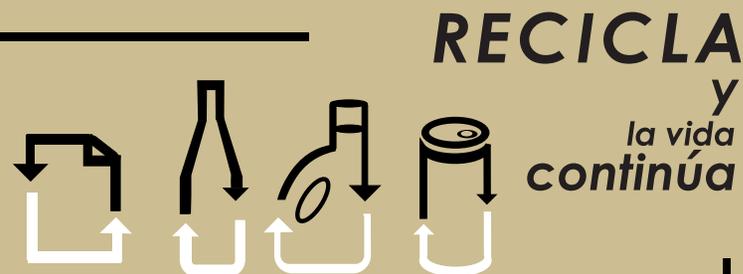
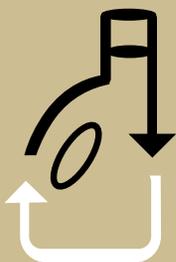
El formato que se escogió para la mayoría de las piezas gráficas es el formato vertical el cual representa estabilidad, que es lo que se desea transmitir. Permite jerarquizar la información en una forma ordenada, alineando los cuadros de texto en intervalos regulares y no repetitivos dándole bastante flujo a los elementos contenidos en él, ya que se puede observar una línea de recorrido de arriba hacia abajo.

El formato de afiche esta distribuido por una retícula de tres columnas, una línea de flujo de arriba hacia abajo, que guía al ojo a través del formato y pueden utilizarse para poner paradas adicionales y crear puntos de inicio para el texto y las imágenes. También se utilizó zonas específicas en la parte inferior del formato para colocar el logotipo de la fundación y su ubicación.

El formato vertical será empleado para las piezas de menor tamaño, además connota seriedad, seguridad y dinamismo a la campaña.

A diferencia de la gigantografía el formato es horizontal, dando la sensación de serenidad y tranquilidad.

Se eligió esta propuesta de todas las demás ya que cumple con su propósito de informar, es atractivo para el receptor, la idea es clara y directa.

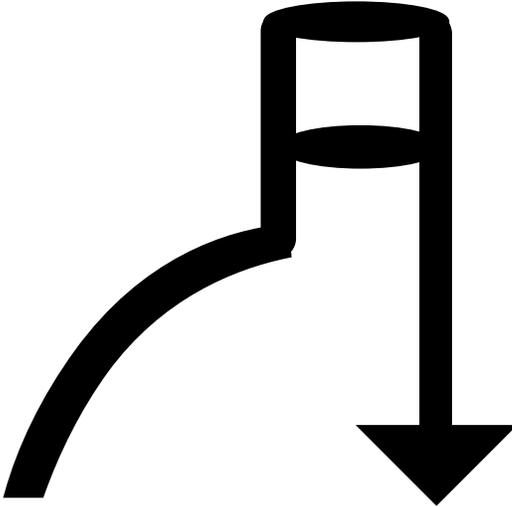


**RECICLA**  
**PLÁSTICO**  
y la vida continúa

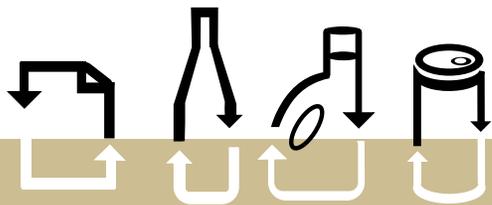
Trae tu plástico, nosotros lo vendemos y así ayudas a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

Fundación Donaré  
Dare vida, después de mi vida.

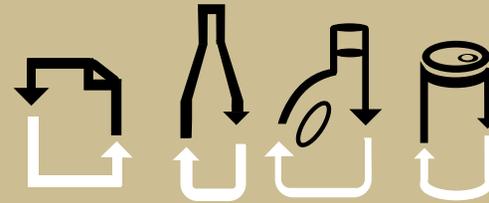


**RECICLA**  
y  
la vida  
**continúa**



# Propuesta Gráfica Final

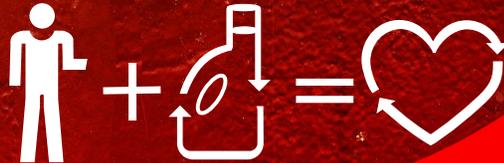
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



**RECICLA**  
**PLÁSTICO**  
y la vida  
continúa



Trae tu plástico,  
nosotros lo vendemos y así  
ayudas a dar vida a personas  
que necesitan de un transplante  
de órgano.



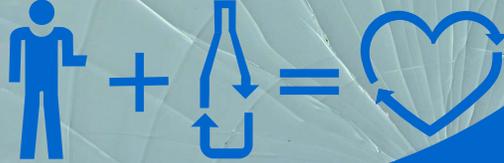
**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com



**RECICLA**  
**VIDRIO**  
y la vida  
continúa



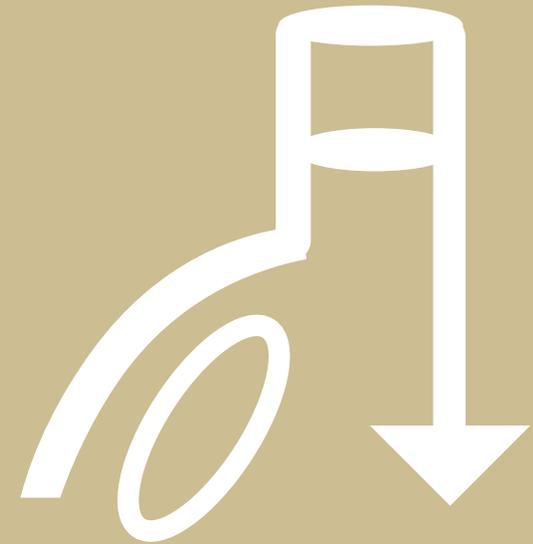
Trae tu vidrio,  
nosotros lo vendemos y así  
ayudas a dar vida a personas  
que necesitan de un transplante  
de órgano.

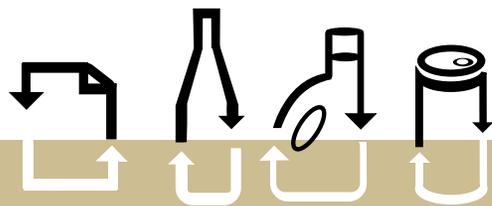
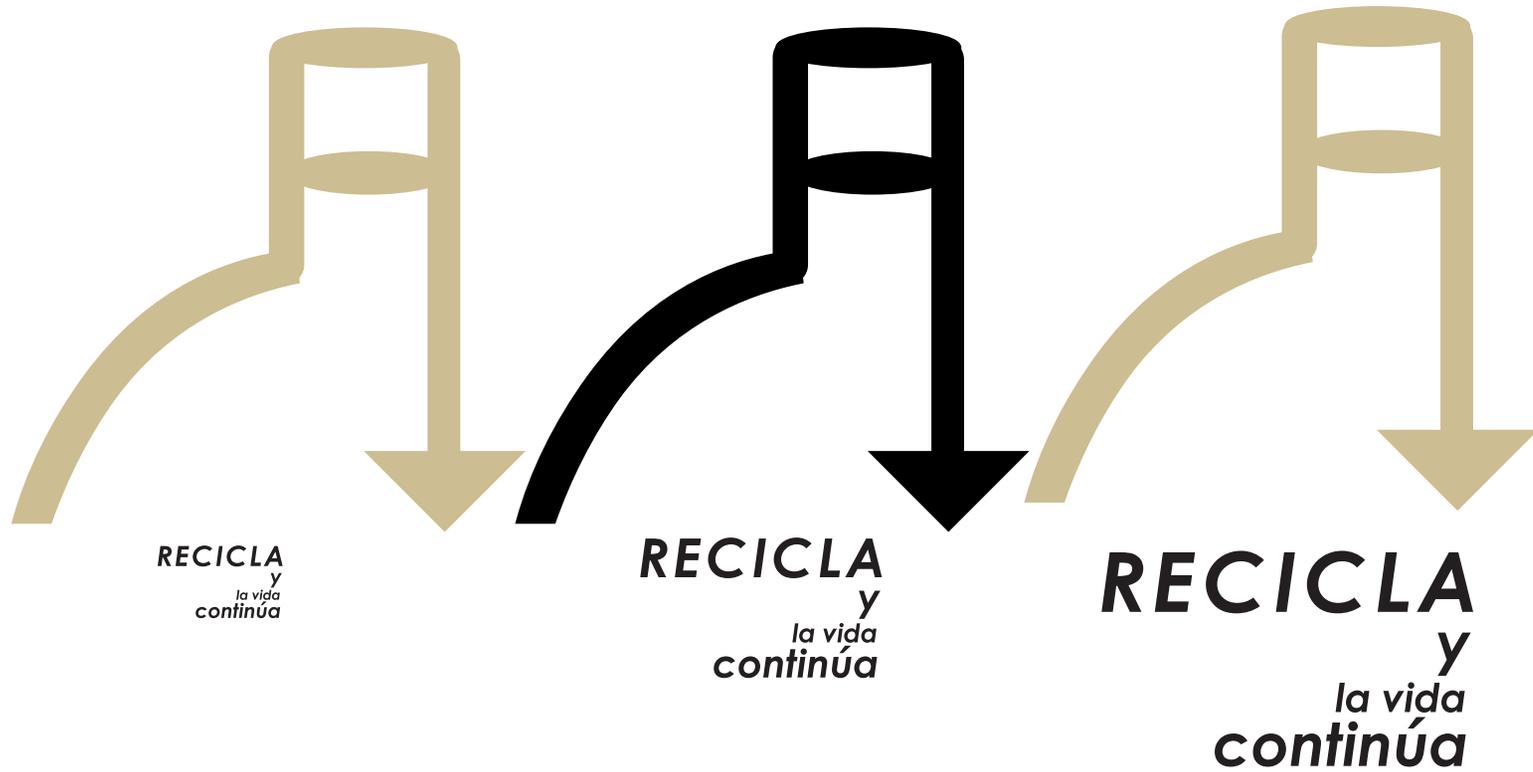


**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com



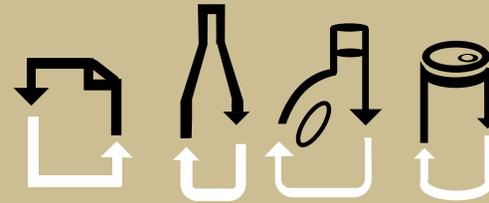
Afiches





# Propuesta Gráfica Final

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



**RECICLA PAPEL**  
y la vida continúa

Trae tu papel, nosotros lo vendemos y así ayudas a dar vida a personas que necesitan de un transplante de órgano.

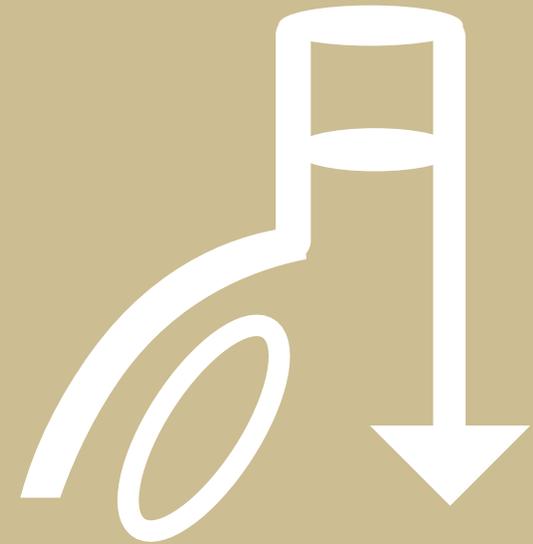
**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

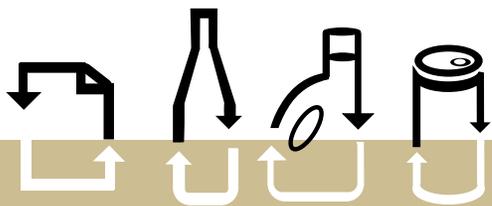
**RECICLA ALUMINIO**  
y la vida continúa

Trae tu aluminio, nosotros lo vendemos y así ayudas a dar vida a personas que necesitan de un transplante de órgano.

**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

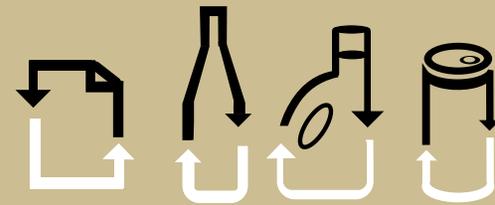
Afiches





# Propuesta Gráfica Final

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



**RECICLA PAPEL**  
y la vida continúa

Trae tu papel, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA ALUMINIO**  
y la vida continúa

Trae tu aluminio, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA PLÁSTICO**  
y la vida continúa

Trae tu plástico, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

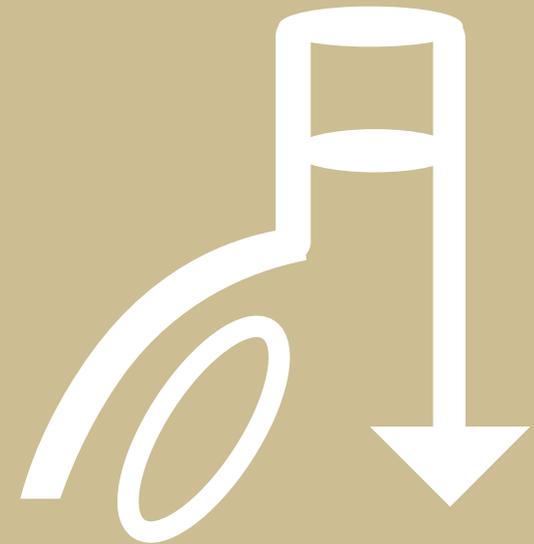
**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA VIDRIO**  
y la vida continúa

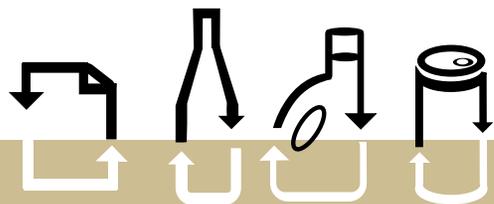
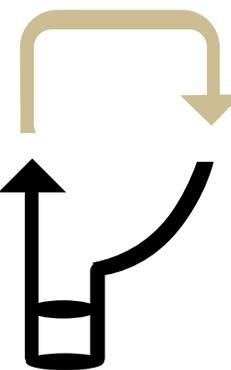
Trae tu vidrio, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

**Centro de Acopio**  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

Volantes

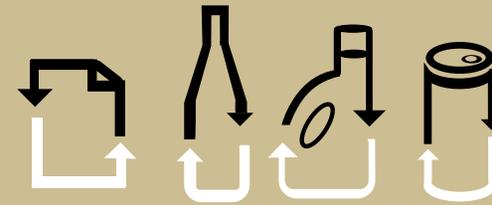


**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continúa**



# Propuesta Gráfica Final

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



**RECICLA PAPEL** y la vida continúa

Trae tu papel, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un transplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4832 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA VIDRIO** y la vida continúa

Trae tu vidrio, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un transplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4832 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA PLÁSTICO** y la vida continúa

Trae tu plástico, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un transplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4832 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA ALUMINIO** y la vida continúa

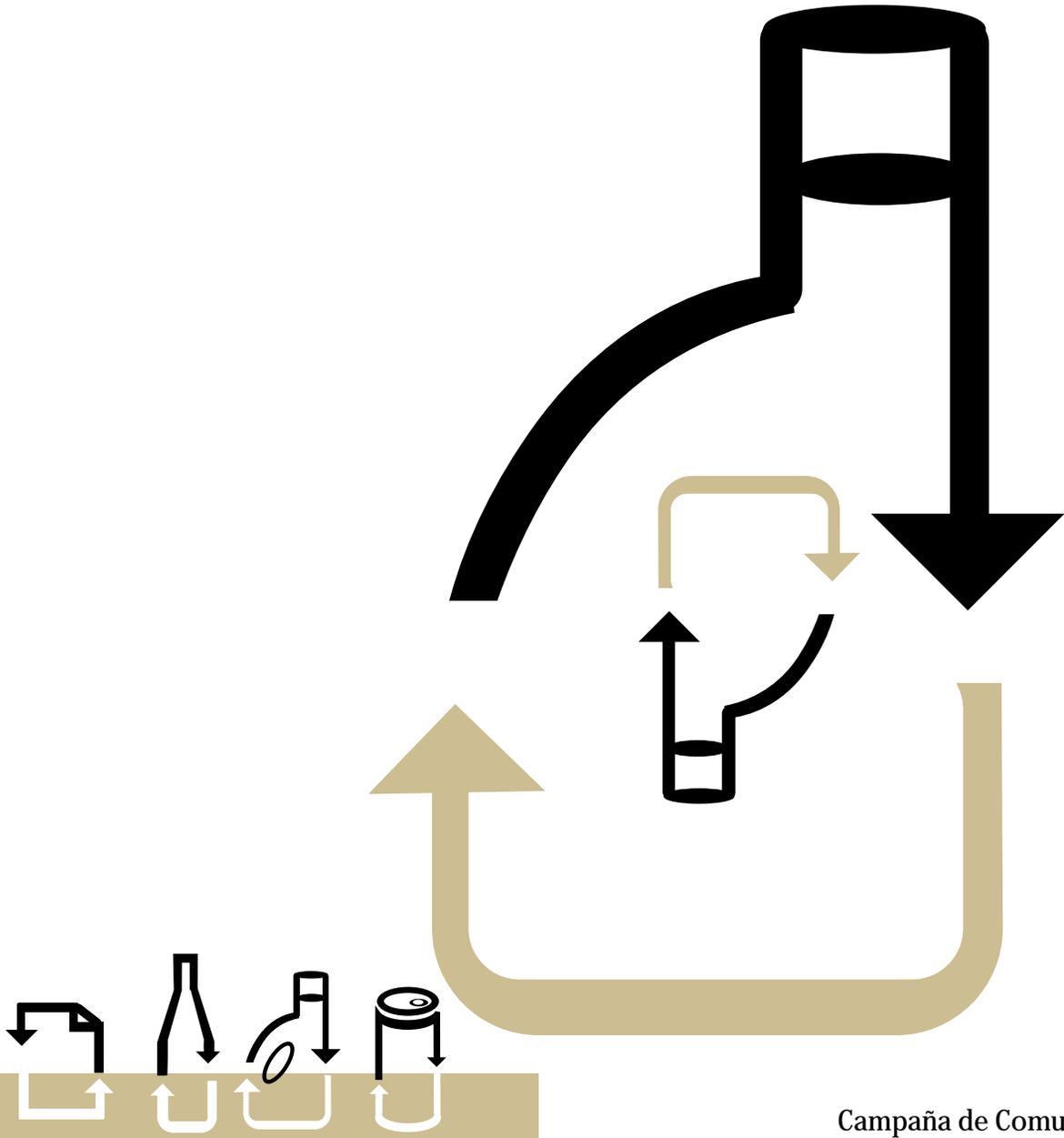
Trae tu aluminio, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un transplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4832 y 2379-1239  
www.donare.com

## Separadores de Libro

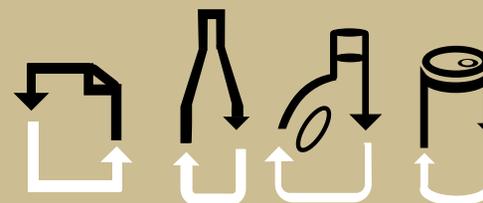


**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

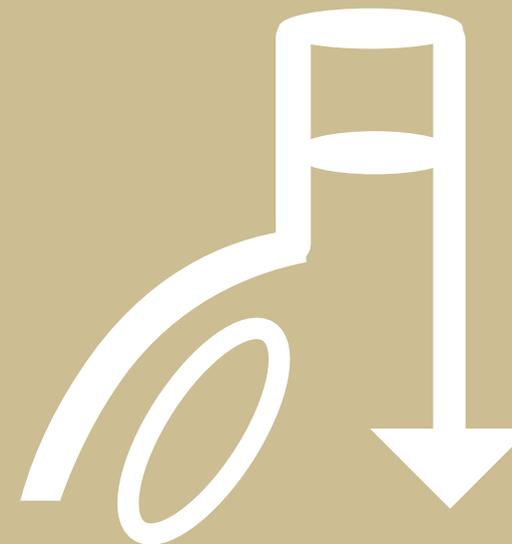


# Propuesta Gráfica Final

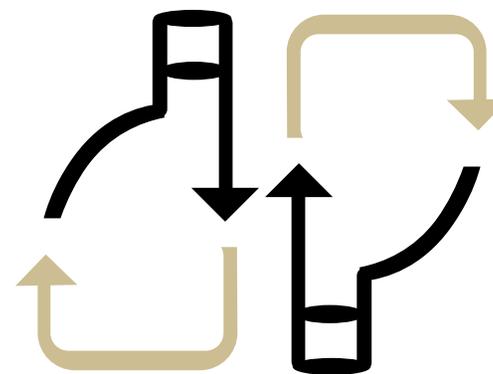
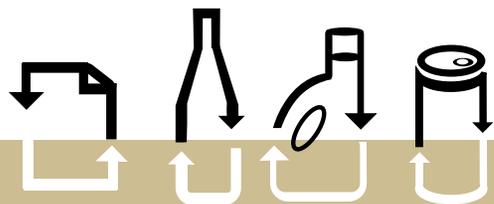
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



Playera  
Gigantografía  
Mupis



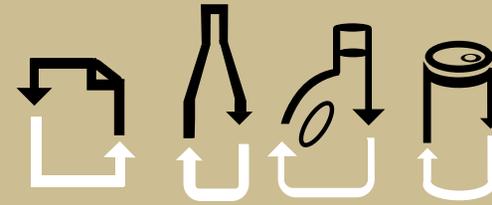
# RECICLA y la vida continúa



Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré

# Propuesta Gráfica Final

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



Banners  
Adhesivos

**RECICLA**  
**PAPEL** y la vida continúa

Trae tu papel, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA**  
**VIDRIO** y la vida continúa

Trae tu vidrio, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA**  
**PLÁSTICO** y la vida continúa

Trae tu plástico, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA**  
**ALUMINIO** y la vida continúa

Trae tu aluminio, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA**  
**PLÁSTICO** y la vida continúa

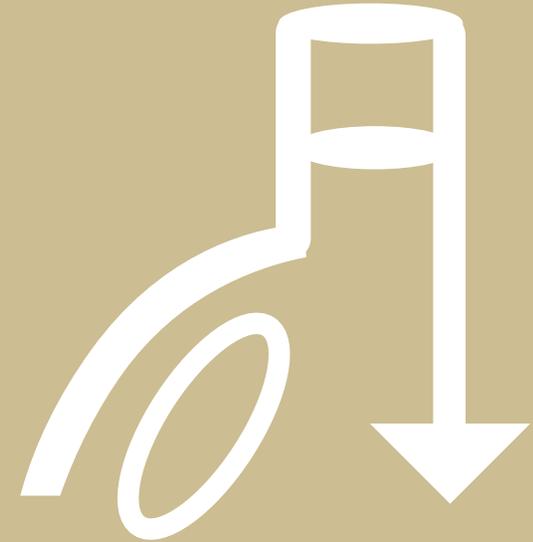
Trae tu plástico, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

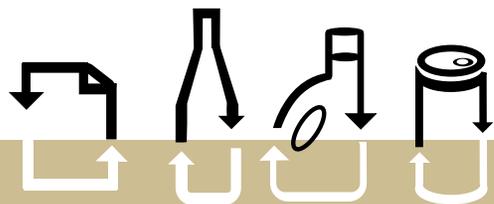
Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com

**RECICLA**  
**VIDRIO** y la vida continúa

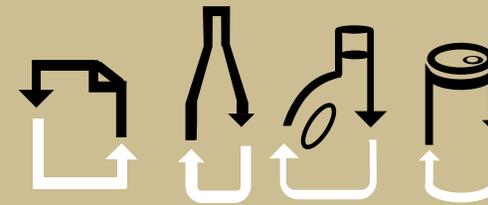
Trae tu vidrio, nosotros lo vendemos y así ayudamos a dar vida a personas que necesitan de un trasplante de órgano.

Centro de Acopio  
Avenida Las Américas 18-81 Zona 14  
Edificio Columbus Center  
Tels.: 2367-4632 y 2379-1239  
www.donare.com





Campana de Comunicaci3n a Beneficio de Fundaci3n Donar3

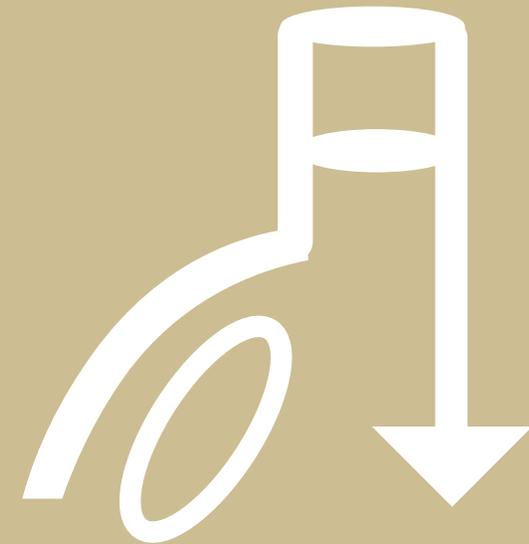
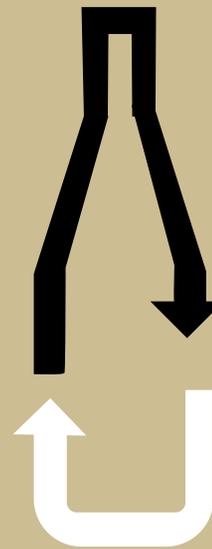


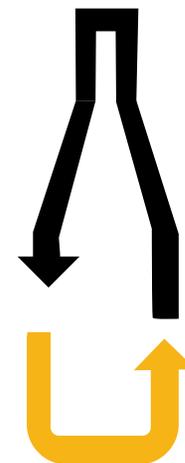
## Características principales de la Campaña

La elaboración de la Campaña Informativa se realizó tomando en cuenta que no se trataba de poner solamente imágenes con texto, o de transmitir un mensaje escrito con imágenes que lo ilustraran. Se trata de utilizar un diseño integrado entre imágenes, textos, colores e iconos; para darle solución al problema planteado que es el diseño de material gráfico con el tema del reciclaje a beneficio de Fundación Donaré. Se buscó información básica acerca del tema central y sobre esta base, se desarrolló la Campaña Informativa. Así mismo, se tuvo cuidado de que existiera una línea de unidad visual y armonía interna. Los titulares utilizados son cortos y los bloques de textos son los necesarios para orientar e informar a los visitantes, en forma breve, concisa y concreta; presentándolos de forma sencilla despertando así el interés del espectador. La vida continúa fue el concepto creativo que se utilizó para la realización de esta campaña.

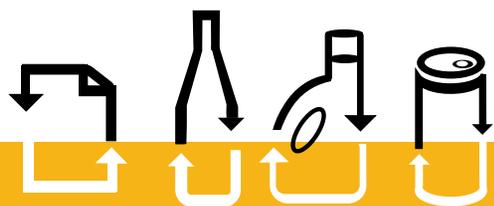
Los colores utilizados más representativos fueron café, rojo, azul y gris que los asociamos con los elementos a reciclar.

Esta Campaña Informativa se tratará de que el grupo objetivo se informe con el tema del reciclaje y logre así conocer más sobre fundación Donaré, su labor y servicio. La propuesta gráfica pretende de una forma técnica, expresiva y creativa lograr solucionar este problema, por lo que se utilizarán varias piezas de diseño, en diferentes medios impresos para hacer llegar la información al grupo objetivo.



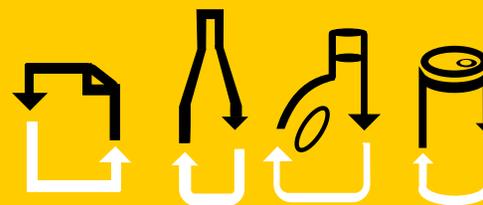


**RECICLA**  
y  
la vida  
*continúa*



Campana de Comunicaci3n a Beneficio de Fundaci3n Donar3

RECICLA  
y  
la vida  
continúa

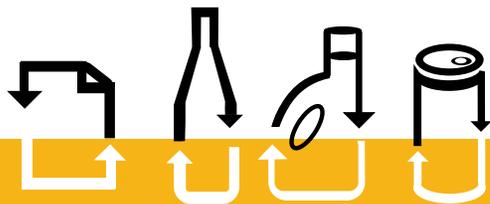
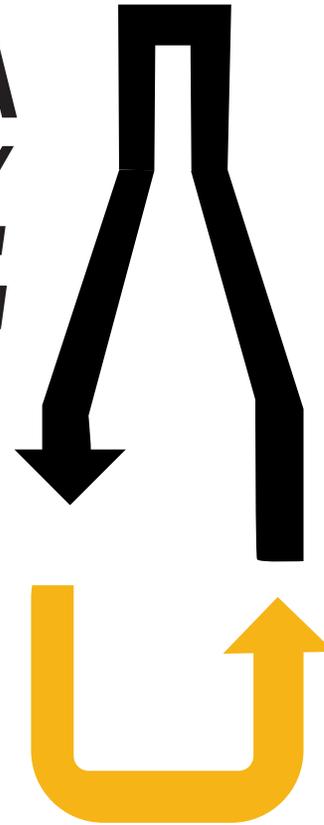


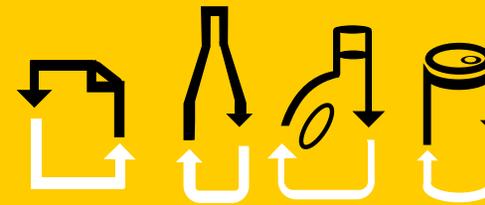
# CAPÍTULO 5

ESTRATEGIA PARA LA  
RECOLECCIÓN DE  
INFORMACIÓN



**RECICLA**  
y  
la vida  
**continúa**





## Técnica

La validación de investigación se realizó por el procedimiento de encuesta que sirvió para obtener información específica de una muestra de la población de jóvenes. Objetivos de la Encuesta: Validar la campaña informativa de Fundación Donaré para medir la eficacia de la propuesta.

## Instrumento de Validación

Se utilizó un cuestionario estructurado con base a la campaña informativa, con el fin de obtener datos precisos de las personas encuestadas y comprobar la eficacia de las piezas de la campaña. El tipo de encuesta utilizada es pregunta cerrada.

## Aspectos formales del instrumento

1. El encabezado: Breve saludo, el nombre de la persona que realiza el proyecto de graduación, el objetivo general de estudio y las instrucciones.
2. Cuerpo: Preguntas redactadas y planteadas de manera directa, clara y con un lenguaje sencillo no complicado, ni ambiguo. Esto facilita que el entrevistado pueda leer o entender fácilmente el cuestionamiento, evitando así las posibles distorsiones. Tratando de asegurarse de que la pregunta mida lo que pretende medir. Las preguntas que se presentaron mantienen un orden que encadene rápidamente las respuestas y mantenga el interés en el tema de la entrevista. Las preguntas a responder, están orientadas sobre las piezas utilizadas, su contenido, color, fotografías y diagramación.
3. Datos complementarios: Si tenían un comentario extra respecto a las piezas gráficas.

## Aspectos de contenido del instrumento

- Se utilizaron preguntas cerradas.
- Variables categóricas que indican categorías o nombres, se utilizaron en las preguntas para que las respuestas tuvieran mayor exactitud.
  - a. Variables categóricas nominales como un "sí" y un "no"

## El perfil del informante:

### PERFIL DEMOGRÁFICO:

- Edad: de 13 a 19 años
- Sexo: masculino y femenino
- Ciclo de vida familiar tradicional: joven mayor de 13 años.
- Ocupación: estudiantes de nivel secundario.
- Religión: creyentes y no creyentes en Dios.
- Grupo étnico: criollo, indígena, maya, garifuna.
- Nacionalidad: guatemalteco.

### PERFIL PSICOLÓGICO:

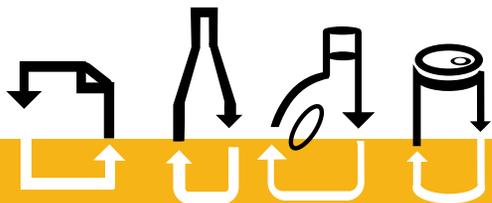
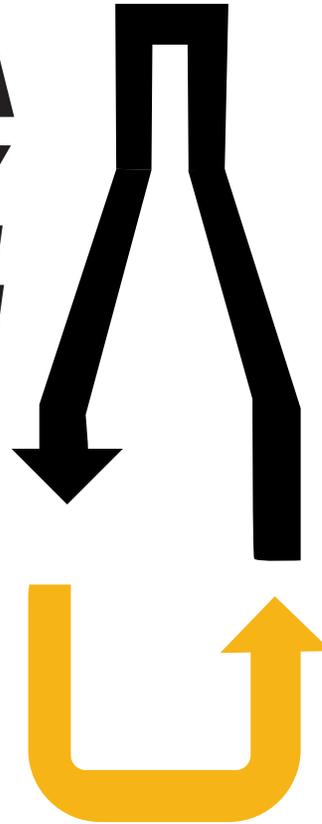
- Personalidad: Introversos, extroversos, espontáneos, creativos, entusiastas.

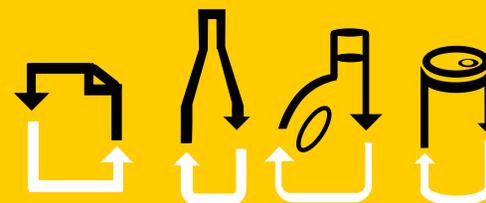
### PERFIL GEOGRÁFICO:

- Región: Guatemala, Departamento de Guatemala.
- Tamaño del municipio: Superficie 78 Km<sup>2</sup>
- Cantidad de habitantes: 2,100,000
- Área: Urbana
- Clima: Templado

ESTRATEGIA PARA LA  
RECOLECCIÓN DE  
INFORMACIÓN

**RECICLA**  
y  
la vida  
**continúa**





## Síntesis Perfil del Informante:

El grupo de personas que se encuestó fue a jóvenes, entre las edades de 13 a 19 años, hombres y mujeres, de origen guatemalteco con un nivel socioeconómico medio y medio bajo. Gran cantidad de los escolares con un nivel intelectual medio, algunos de los estudiantes viven en colonias alrededor de la zona 1, de la Ciudad de Guatemala.

## El trabajo de campo:

La validación en cuestión se realizó de la siguiente manera:

- Lugar: Colegio Getzemaní
- Fecha: Viernes 03 de octubre de 2008
- Hora: 10:00 a 11:30 horas.

Consistió en la obtención de datos, presentándoles la encuesta a un grupo seleccionado de alumnos del Colegio Getzemaní. Se le explicó al entrevistado que se le mostraría el material gráfico, como afiches informativos, bifolios, trifolios (Brochure) y rótulos que nombran a cada elemento a reciclar para que pudiera sacar sus conclusiones y después contestara y llenara la encuesta. Luego se le indicó si tenía alguna observación, la podía escribir o comunicarla en forma verbal.

## Presentación de los resultados:

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la validación de los materiales

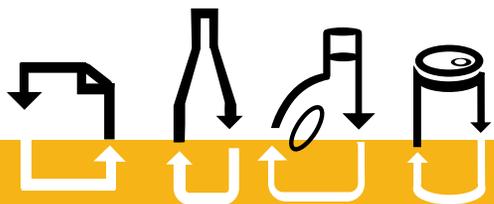
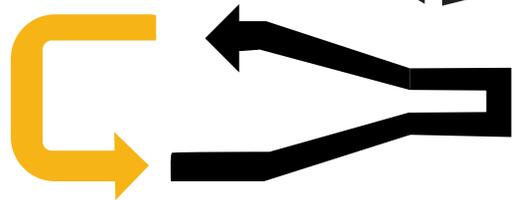
“Campana de Comunicación  
para el Reciclaje de Desechos  
a beneficio de Fundación Donaré”  
Estudio de Campo

Por favor conteste las siguientes preguntas:

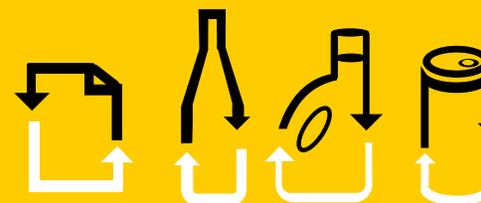
1. Marque con un cheque a que sexo pertenece  
Masculino                      Femenino
2. ¿Las piezas presentadas le parecen atractivas e interesantes?
3. ¿Le parece legible y entendible el tipo de letra utilizado?
4. ¿Entiende el concepto que se quiere dar a transmitir en los afiches?
5. ¿Las imágenes utilizadas le transmiten la idea del reciclaje?  
  
Si su respuesta es negativa mencione que idea le transmite.
6. ¿Le son atractivos los tipos de letras, imágenes y colores?
7. ¿Las piezas mostradas lo motivan a participar en el tema?

ESTRATEGIA PARA LA  
RECOLECCIÓN DE  
INFORMACIÓN

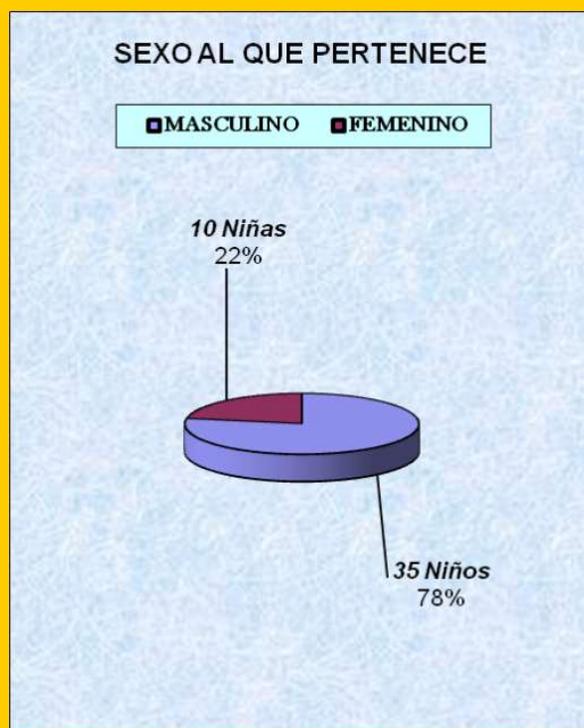
**RECICLA**  
Y  
la vida  
continúa



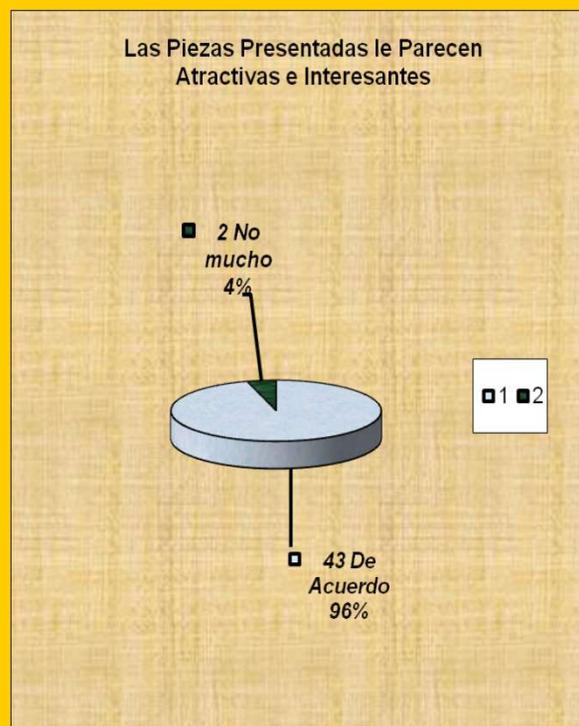
Campana de Comunicaci3n a Beneficio de Fundaci3n Donar3



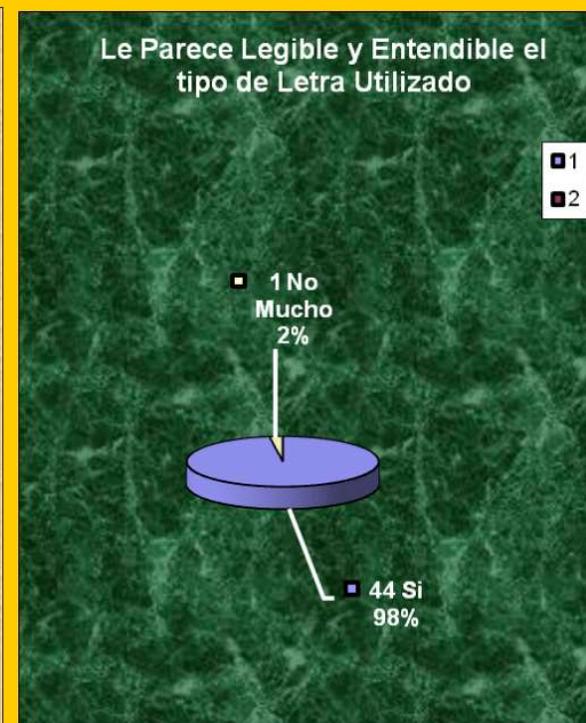
1. Marque con un cheque a que sexo pertenece.

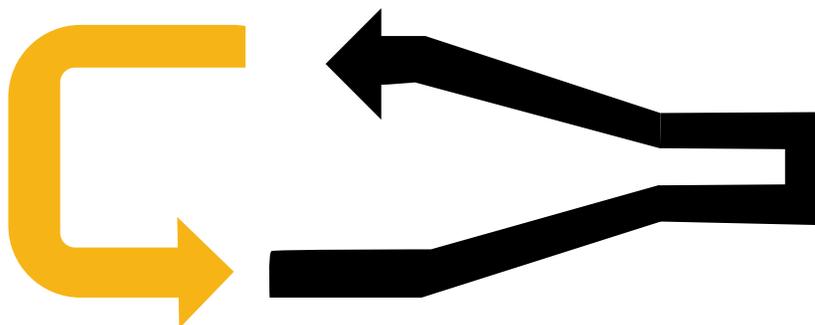
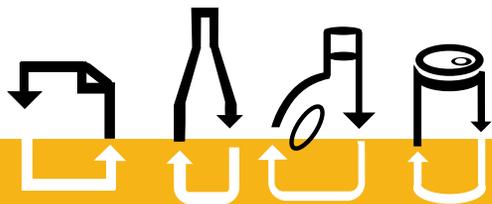


2. ¿Las piezas presentadas le parecen atractivas e interesantes?

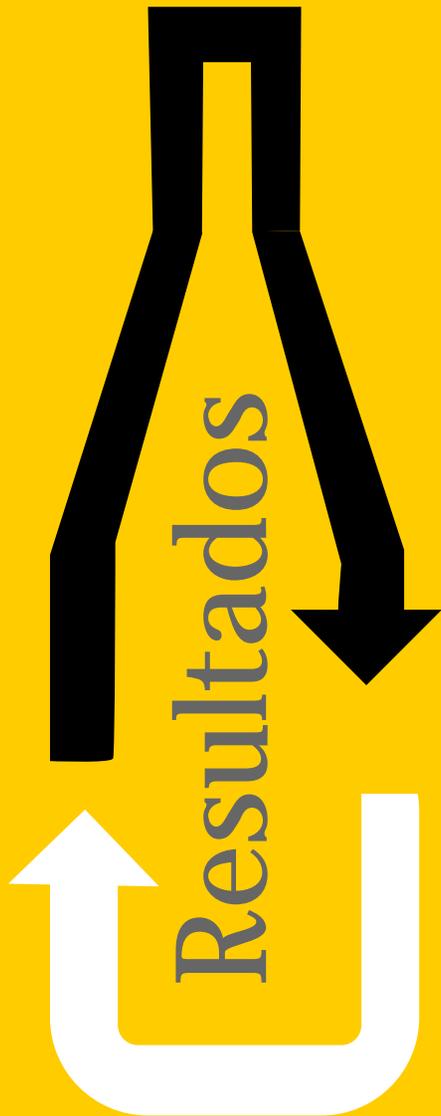
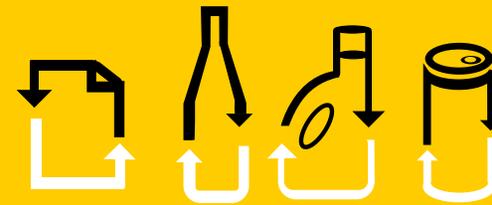


3. ¿Le parece legible y entendible el tipo de letra utilizado?

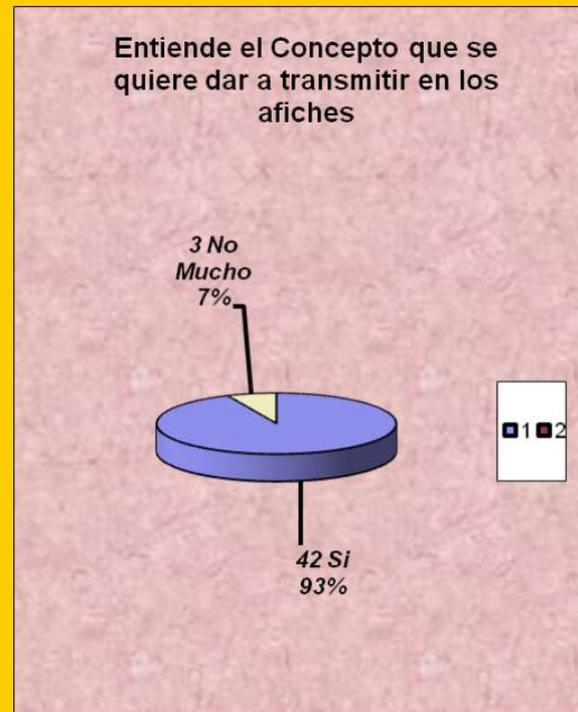




**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

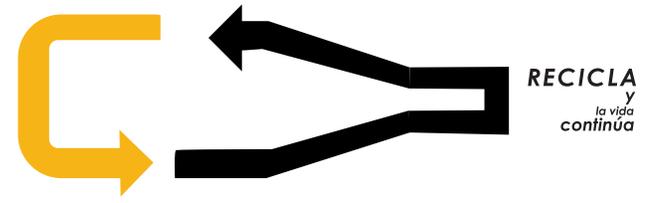
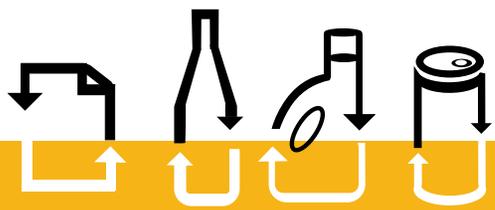


4. ¿Entiende el concepto que se quiere dar a transmitir en los afiches?

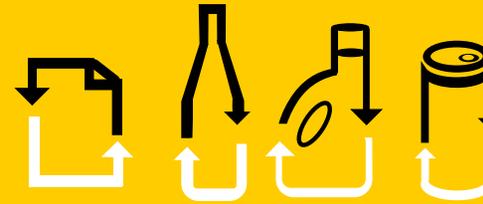


5. ¿Las imágenes utilizadas Le transmiten la idea del reciclaje?





Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré

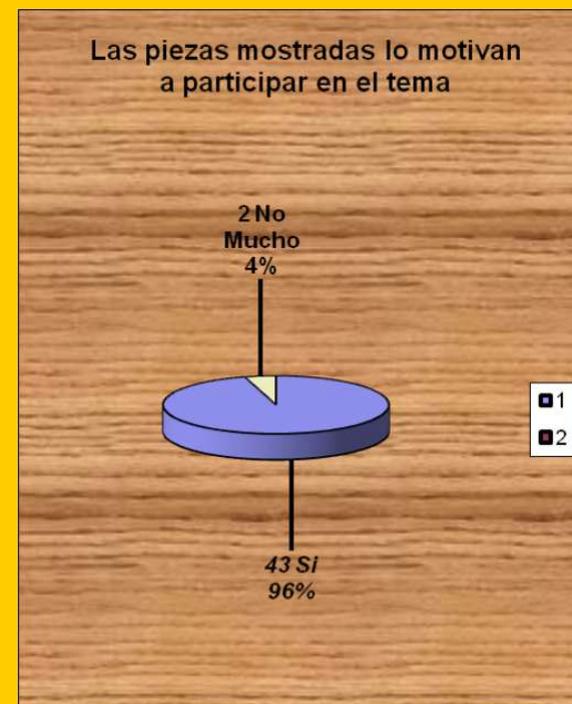


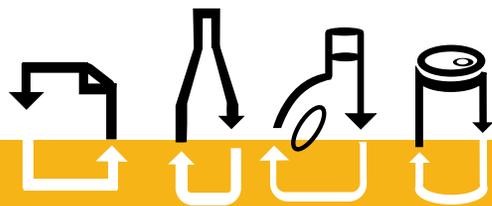
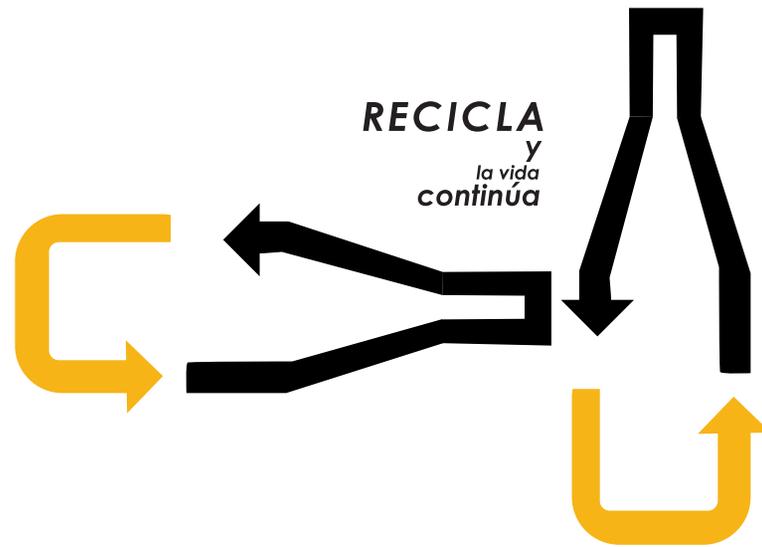
Resultados

6. ¿Le son atractivos los tipos de letras, imágenes y colores ?

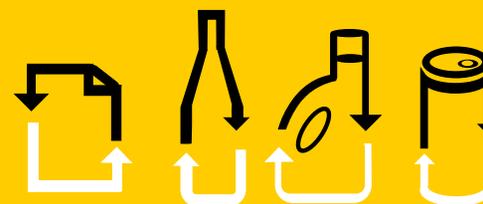


7. ¿Las piezas mostradas lo motivan a participar en el tema?





**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



## EFICACIA DE LA PROPUESTA

La propuesta es efectiva y funcional como lo mostraron los resultados en la validación, orientar e informar a los jóvenes sobre el tema del reciclaje, a beneficio de Fundación Donaré. A los encuestados le llamó la atención la propuesta, considerándola funcional. Además, para ellos fue importante el conocer la importancia que tiene el reciclaje de desechos en nuestra sociedad y el beneficio que se le da a "Fundación Donaré" con el Proyecto Recicla y la vida continúa.

Eficacia de la Propuesta

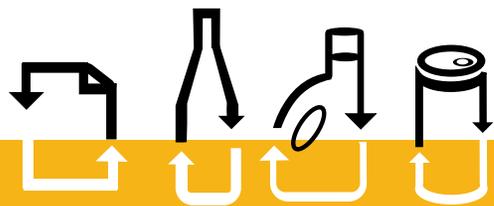
## Plan estratégico de medios de comunicación

### Definición de objetivos de medios:

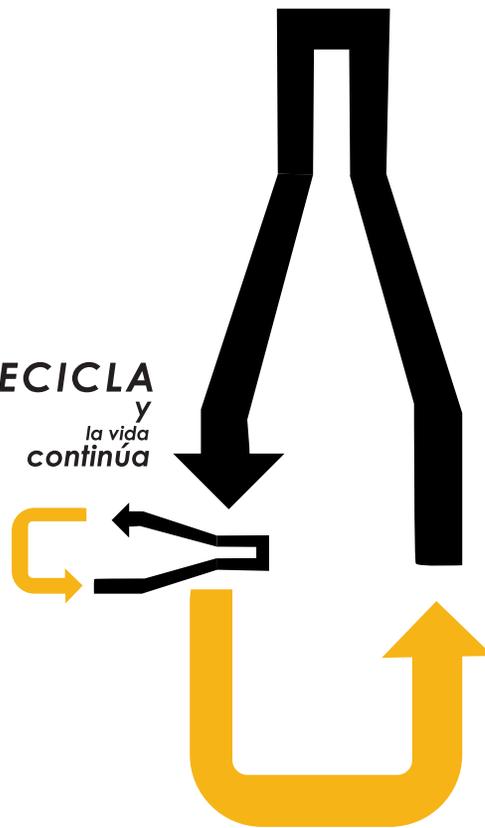
Lograr alcanzar un 85% del público objetivo.

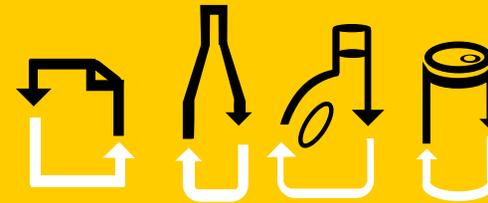
### Elaboración de la Estrategia de medios:

La elección de los medios son los que mejor responden a los objetivos y a la creatividad de la campaña. Las decisiones son en función del alcance óptimo de la audiencia del medio con el público objetivo y además, se toma en consideración el presupuesto disponible, de acuerdo a las tarifas vigentes.



RECICLA  
y  
la vida  
continúa



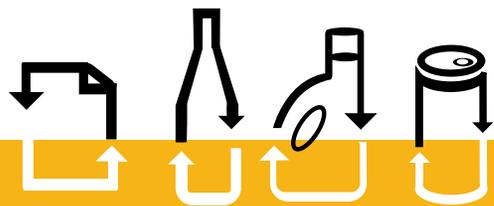


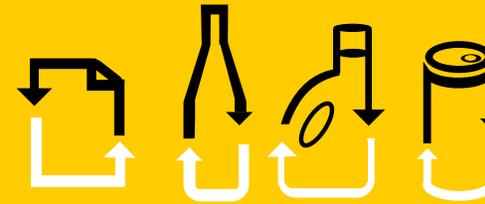
## Plan estratégico de medios de comunicación

### Afiches

Propuesta Operativa

Medio	Ventajas	Desventajas	Selección de soportes
<p><b>Afiches</b> Se trata de un elemento público que cumple con la función primordial de difusión e informar, conjuntamente con la de decorativa. Ya que pasa a ser un elemento más dentro de los ambientes. Sus mensajes deben responder cuando se pasa por el lugar a llamar la atención de las personas y que tomen un momento determinado para informarse. La propuesta de medio responde a una fórmula básica de contacto con las personas que frecuentan el lugar. Tiene además un gran alcance sobre la cantidad de visitantes al lugar. Pero es necesario que se tenga un contacto directo para recibir el mensaje. El mensaje es directo y sencillo con las personas que frecuentan el lugar.</p>	<p>Se podrán ubicar donde el público tenga un contacto directo para recibir la información. La calidad del impacto por la oportunidad que ofrecerá la ubicación de repetir el número de impactos al pasar por el mismo lugar entradas y salidas de los centros educativos. Mayor calidad en la impresión que permitirá que ofrecer una mejor presentación al lector. Flexibilidad en el diseño. Buena segmentación del público porque el público son jóvenes son el perfil que se busca informar. La información estará mejor orientada acorde al perfil específico de la audiencia.</p>	<p>Sólo pueden acceder a la información quienes estén presentes en el lugar donde se han ubicado los Afiches Informativos. Hay que darles mantenimiento.</p>	<p><b>Afiches informativos:</b> Que producen gran impacto por su tamaño <b>Estrategia planteada:</b> Afiches informativos se colocarán en las entradas de los Centros Educativos en la entrada de La Fundación también en los centros de acopio.</p>



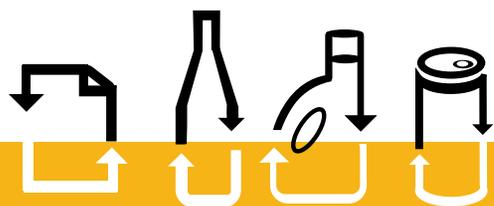
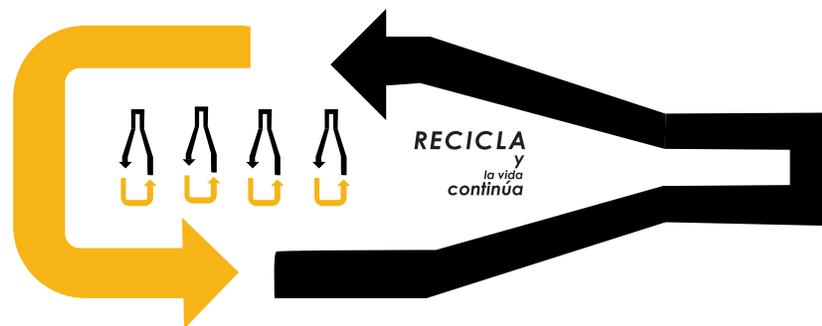


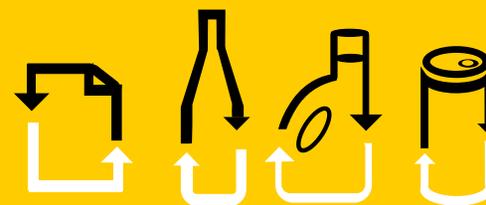
## Plan estratégico de medios de comunicación

### Volantes

Propuesta Operativa

Medio	Ventajas	Desventajas	Selección de soportes
<p>Volantes : Material Impreso Se caracteriza por ser un medio que puede ser de mayor calidad, el uso de un papel y tintas de alta calidad y por centralizar la temática y la permanencia del mensaje.</p>	<p>Posibilidad de relectura el mensaje podrá ser visto más de una vez y por otros lectores. Mayor calidad en la impresión que permitirá ofrecer una mejor presentación al lector. Flexibilidad en el diseño. Su entrega es gratuita y podrá adquirirlo en la entrada de los establecimientos. Fácil de poder transportarlo y guardarlo y llevarlo para informarse La información llega al público objetivo resumida lo que hace sencilla su lectura busca informar La información estará mejor orientada acorde al perfil específico de la audiencia. Costo bajo para la entidad.</p>	<p>Sólo pueden acceder a la información quienes estén presentes en el lugar o quienes logren recibir el material por medio de una persona que se encuentre en el lugar. El deterioro que puede tener el material.</p>	<p>Volante (Tamaño media carta): Material gráfico que se puede distribuir en un lugar específico y puede ser tomado por el público objetivo.</p>



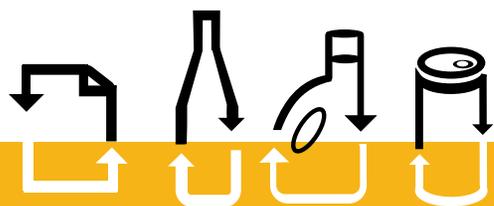
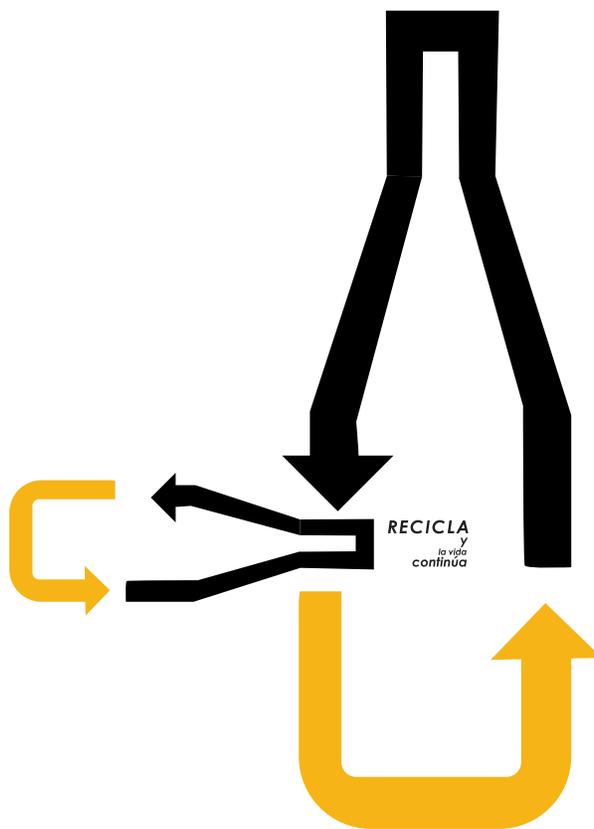


## Plan estratégico de medios de comunicación

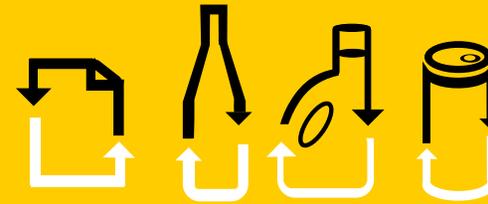
### Separador de Libro



Medio	Ventajas	Desventajas	Selección de soportes
Separador de libro Medio de papel impreso atractivo y llamativo impresión de alta calidad se caracteriza por la permanencia del material por parte del grupo objetivo.	Posibilidad de relectura Buena calidad de impresión Mayor calidad en la impresión que permitirá ofrecer una mejor presentación al lector. Flexibilidad en el diseño. Su entrega es gratuita y podrá ser guardado por el receptor Costo bajo para la entidad.	El deterioro que puede tener el material.	Separador de libro 1/4 de carta Material gráfico que se puede distribuir en un lugar específico y puede ser tomado por el público objetivo.



Campana de Comunicaci3n a Beneficio de Fundaci3n Donar3

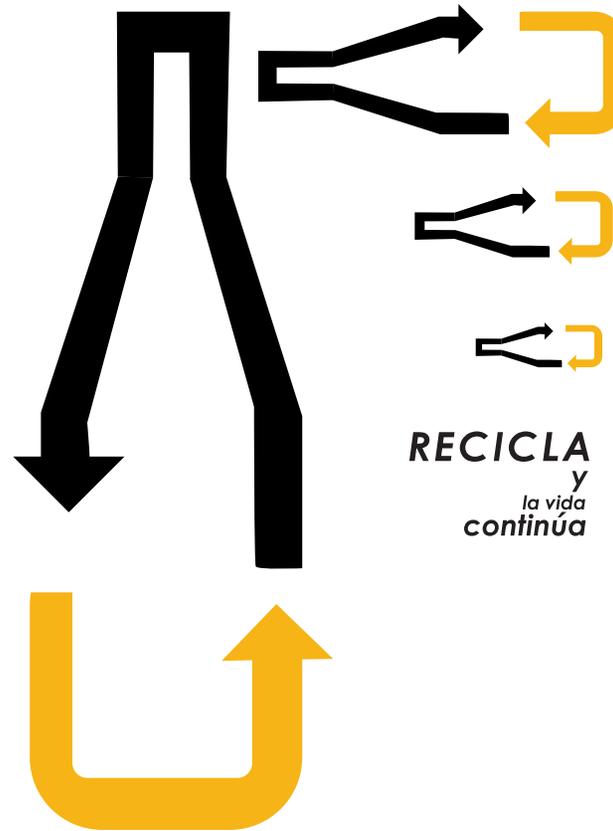
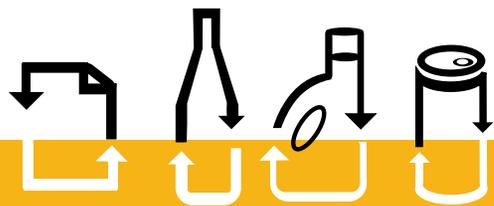


## Plan estratégico de medios de comunicación

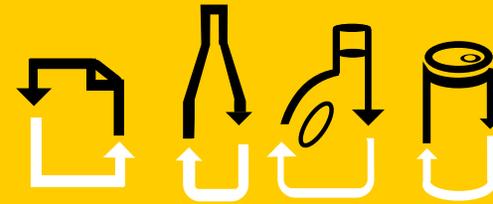
### Playeras



Medio	Ventajas	Desventajas	Selección de soportes
<p>Playeras</p> <p>Se caracteriza por ser un medio publicitario bastante utilizado ya que identifica al personal que promociona una marca o evento.</p>	<p>Publicidad llamativa.</p> <p>Facil de reproducir.</p> <p>Facil de transportar.</p> <p>Se puede utilizar como un promocional haciendo doble tarea publicitaria.</p>	<p>No lo puede utilizar todo tipo de persona ya que los tamaños varian en cuanto a tallas.</p> <p>El deterioro del producto.</p>	<p>Playeras</p> <p>Material publicitario que se puede utilizar como un promocional puede ser distribuido en lugar de promoción.</p>



**RECICLA**  
y  
*la vida*  
**continúa**

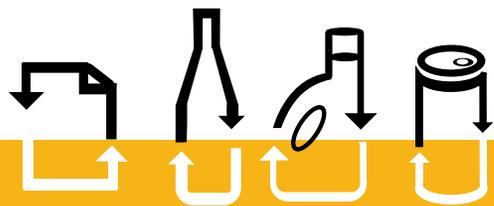


## Plan estratégico de medios de comunicación

### Mupis

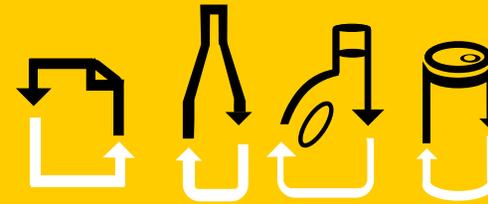


Medio	Ventajas	Desventajas	Selección de soportes
<p>Mupis</p> <p>Es un medio de publicidad exterior se caracteriza por ser un material impreso de gran tamaño luminoso.</p>	<p>Puede ser observado por gran cantidad de personas. Se vizualiza bien de noche y de día.</p> <p>Está protegido de las inclemencias del clima.</p>	<p>Su información debe ser breve, ya que el lector no cuenta con gran cantidad de tiempo para visualizarlo.</p>	<p>Mupis</p> <p>Se publicarán por catorcena en puntos estratégicos:</p> <p>Roosevelt</p> <p>San Juan</p> <p>Periferico.</p>



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré

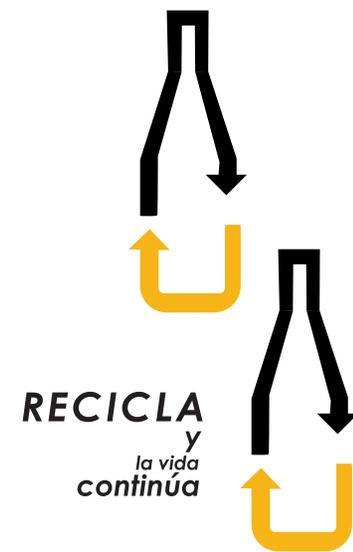
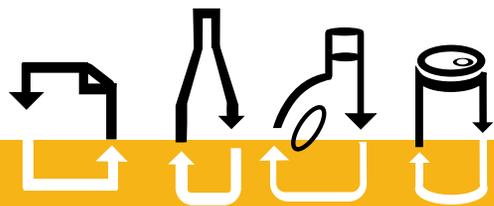


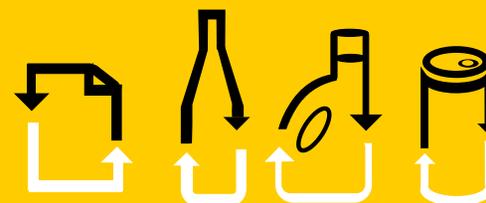
## Plan estratégico de medios de comunicación

### Vallas Publicitarias



Medio	Ventajas	Desventajas	Selección de soportes
<p>Vallas Publicitarias</p> <p>Es un medio de publicidad exterior masivo, se caracteriza por ser un material impreso de gran tamaño luminoso.</p>	<p>Puede ser observado por gran cantidad de personas</p> <p>Se visualiza bien de noche y de día.</p> <p>Este tipo de publicidad cuenta con un circuito el cual le permite su rotación.</p>	<p>Su información debe ser breve, ya que el lector no cuenta con gran cantidad de tiempo para visualizarlo.</p>	<p>Vallas</p> <p>Se publicarán por trimestre en puntos estratégicos</p> <p>Roosevelt</p> <p>San Juan</p> <p>Periferico.</p>



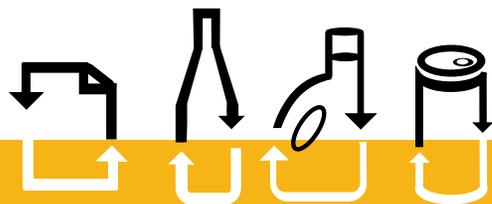


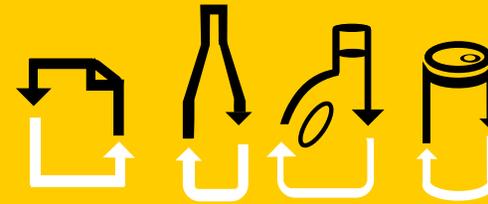
## Plan estratégico de medios de comunicación

### Adhesivos para buses



Medio	Ventajas	Desventajas	Selección de soportes
<p>Adhesivos para buses</p> <p>Es un medio de publicidad exterior, tiene como finalidad reforzar una campaña publicitaria, está impreso en vinil adhesivo.</p>	<p>Puede ser observado por gran cantidad de personas.</p> <p>El tiempo que tiene el lector es bastante.</p> <p>Es fácil de colocar.</p> <p>Está hecho en material resistente.</p> <p>Es fácil de reproducir</p>	<p>Hay lugares donde no se aprecia muy bien.</p> <p>Puede sufrir daños fácilmente por estar al alcance del público y no tener protección.</p>	<p>Adhesivos para buses</p> <p>Se publicarán por trimestre en rutas estratégicas</p> <p>Ruta 40</p> <p>Ruta 10</p> <p>Ruta Periférico USAC</p>





## Plan estratégico de medios de comunicación

### Banners

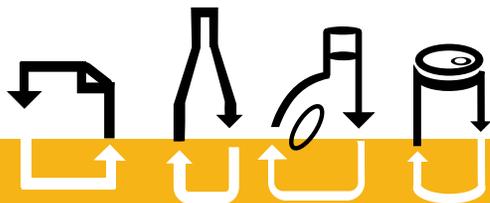


Medio	Ventajas	Desventajas	Selección de soportes
<p><b>Banners</b> Es un elemento publicitario impreso en vinil de .80 x 2 mts; es un elemento decorativo tiene la misma función del afiche la variante son sus medidas y el tipo de material.</p>	<p>Fácil de transportar. Alta durabilidad. Fácil de reproducir. Fácil de colocar.</p>	<p>Debe buscarse un lugar para colocarse No posee mucha estabilidad.</p>	<p><b>Banners</b> Se colocarán en puntos estratégicos durante las charlas, en los centros educativos y en los centros de acopio.</p>

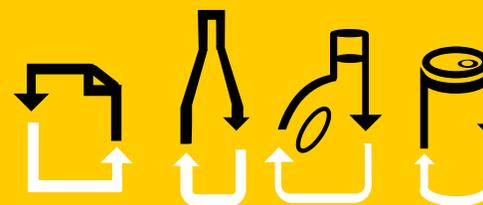
**RECICLA**



*y*  
*la vida*  
**continúa**



Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré

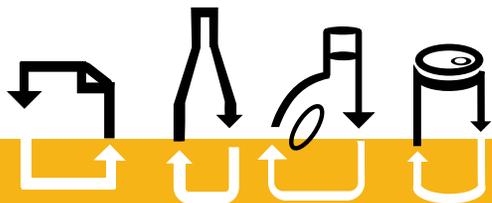
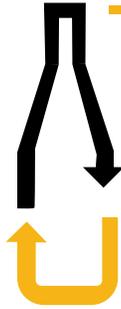


## Lineamientos para la puesta en práctica

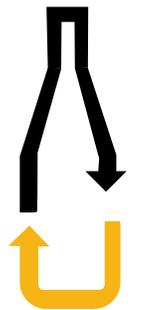
### Afiches



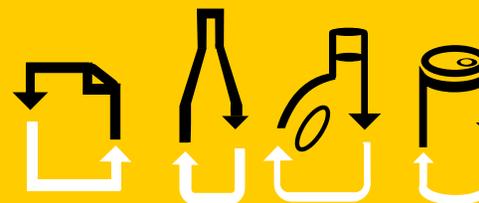
Imágenes	Selección de material	Tintas	Sistema de impresión
<p>En CMYK formadas por las cuatro tintas, que al ser impresas producen toda la variedad de tonos. Resolución de 300 pixels/inch 8bits/binary Si se entrega digitalizada a un centro de impresión, el formato más adecuado es TIFF o JPEG</p>	<p>Es recomendable elegir el mejor material, para que éste dure recubierto de barniz UV</p>	<p>Full color CMYK</p>	<p>Litografía</p>



RECICLA  
y  
la vida  
continúa



Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré



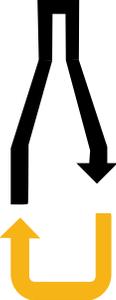
## Lineamientos para la puesta en práctica

### Volantes

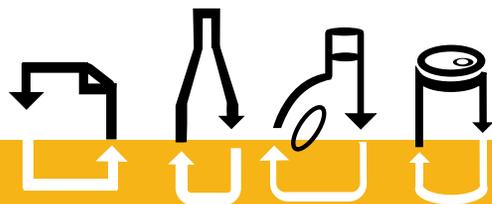


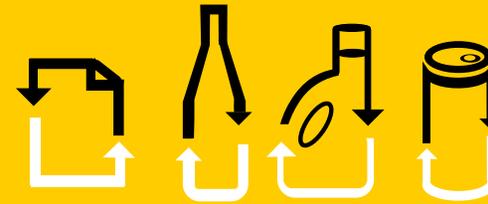
Imágenes	Selección de material	Tintas	Sistema de impresión
En CMYK formadas por las cuatro tintas, que al ser impresas producen toda la variedad de tonos. Resolución de 300 pixels/inch 8bits/binary Si se entrega digitalizada a un centro de impresión, el formato más adecuado es TIFF o JPEG	Es recomendable couche 80 recubierto de barniz UV	Full color CMYK	Litografía

**RECICLA**  
y  
la vida  
**continúa**



**RECICLA**  
y  
la vida  
**continúa**

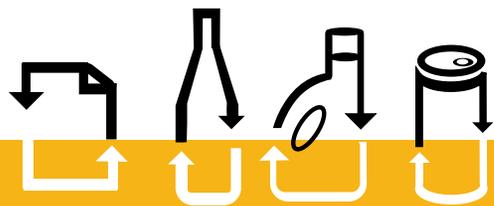


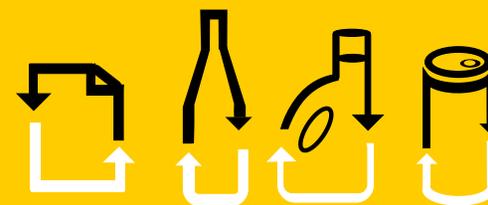


## Lineamientos para la puesta en práctica Separador de Libro



Imágenes	Selección de material	Tintas	Sistema de impresión
<p>En CMYK formadas por las cuatro tintas, que al ser impresas producen toda la variedad de tonos. Resolución de 300 pixels/inch 8bits/binary Si se entrega digitalizada a un centro de impresión, el formato más adecuado es TIFF o JPEG</p>	<p>Es recomendable cartulina recubierto de barniz UV para mayor durabilidad</p>	<p>Full color CMYK</p>	<p>Litografía</p>



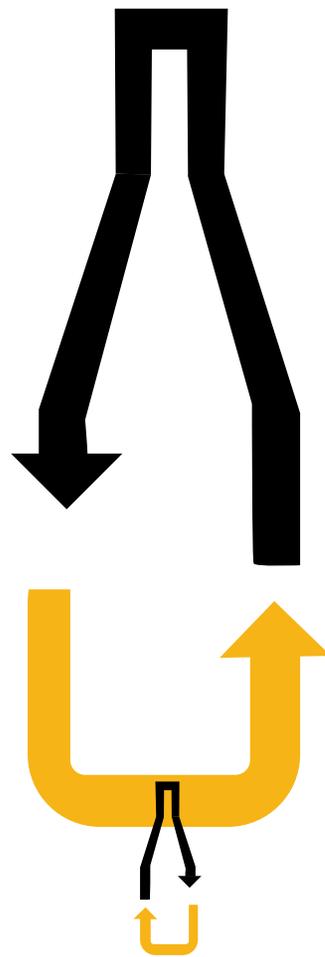
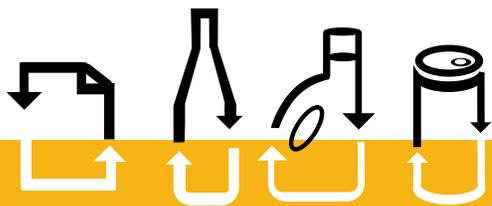


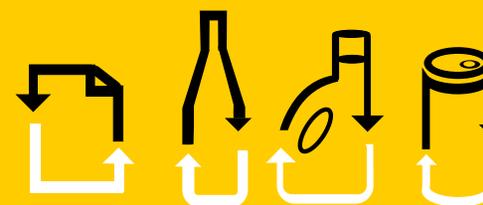
## Lineamientos para la puesta en práctica

### Playeras



Imágenes	Selección de material	Tintas	Sistema de impresión
En CMYK en RGB 100 DE RESOLUCION el formato más adecuado es TIFF o JPEG	Se recomienda playeras de algodón blancas de hilo 20 y 30 de grosor	Full color CMYK	Flexografía Impresión Digital



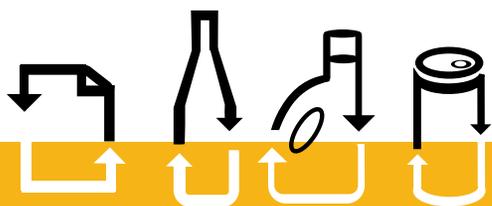


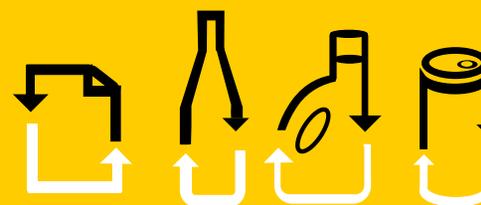
## Lineamientos para la puesta en práctica

### Mupis



Imágenes	Selección de material	Tintas	Sistema de impresión
<p>En RGB formadas por las tres tintas, que al ser impresas producen toda la variedad de tonos. Resolución de 130 pixels/inch 8bits/binary Si se entrega digitalizada a un centro de impresión, el formato más adecuado es TIFF o JPEG</p>	<p>Se recomienda vinil luminoso o back light.</p>	<p>Full color CMYK</p>	<p>Impresión Digital</p>





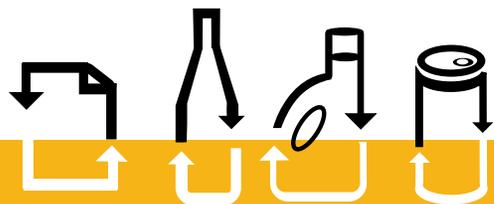
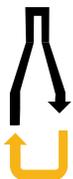
## Lineamientos para la puesta en práctica

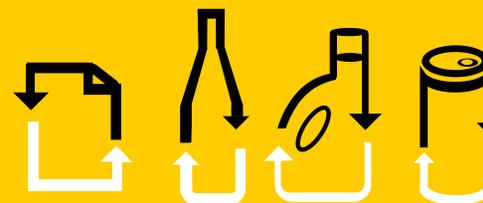
### Vallas

Propuesta Operativa

Imágenes	Selección de material	Tintas	Sistema de impresión
En RGB formadas por las tres tintas, que al ser impresas producen toda la variedad de tonos. Resolución de 130. Si se entrega digitalizada a un centro de impresión, el formato más adecuado es TIFF o JPEG	Se recomienda lona vinílica de gramaje grueso.	RGB	Impresión Digital

RECICLA  
y  
la vida  
continúa



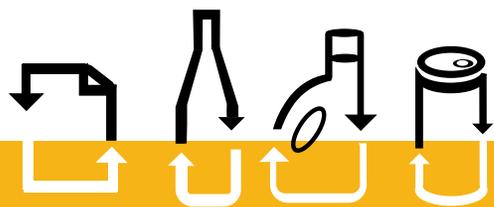


## Lineamientos para la puesta en práctica

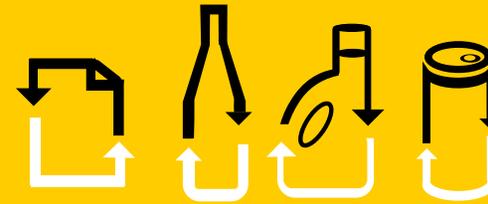
### Adhesivos



Imágenes	Selección de material	Tintas	Sistema de impresión
En RGB formadas por las tres tintas, que al ser impresas producen toda la variedad de tonos. Resolución de 130. Si se entrega digitalizada a un centro de impresión, el formato más adecuado es TIFF o JPEG	Se recomienda adhesivo interior. Color del adhesivo blanco. Base acrílica transparente.	RGB	Impresión Digital



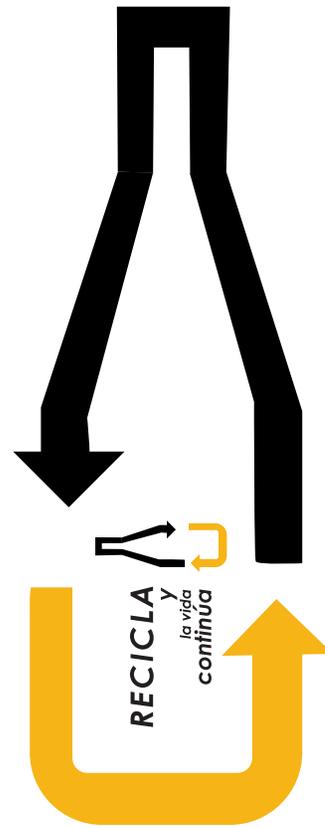
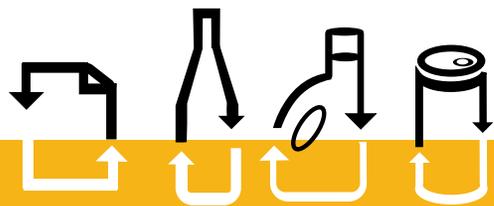
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



## Lineamientos para la puesta en práctica Banners

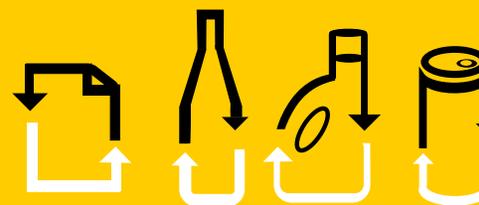
Propuesta Operativa

Imágenes	Selección de material	Tintas	Sistema de impresión
En RGB formadas por las tres tintas, que al ser impresas producen toda la variedad de tonos. Resolución de 130. Si se entrega digitalizada a un centro de impresión, el formato más adecuado es TIFF o JPEG	Se recomienda en vinil de gramaje medio.	RGB	Impresión Digital



Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

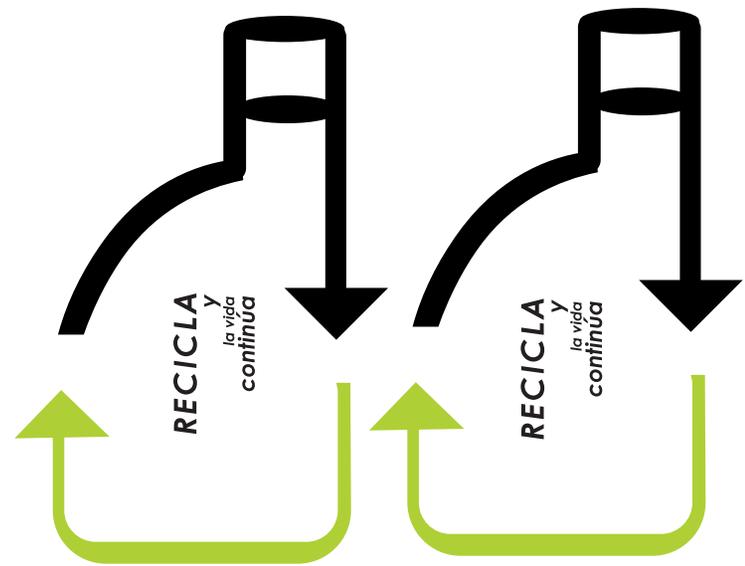
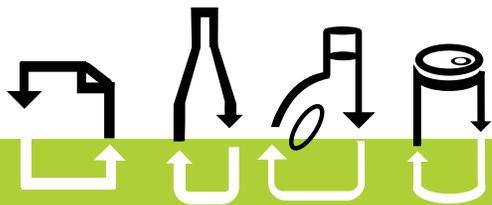


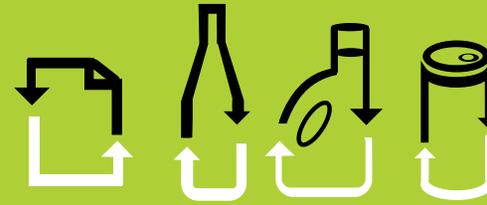
Propuesta Operativa

## Presupuesto de la propuesta

### Costos de materiales y servicios

Descripción	Costo Unitario	Costo Total
Reproducción de 5,000 volantes media carta full color bond 80	Q 0.60	Q 3,000.00
Reproducción de 5,000 afiches de 11X17"	Q 3.00	Q 15,000.00
Impresión de 20 banners en manta vinilica .80 X 1.20	Q 60.00	Q 1,200.00
Impresión de 100 adhesivos de 40 x 100 cms	Q 30.00	Q 3,000.00
Reproducción de 5 vallas vinilica 6 x 3 mts.	Q 1,200.00	Q 6,000.00
Reproducción de 50 mupis	Q 300.00	Q 15,000.00
Impresión de 50 playeras xerografiadas	Q 25.00	Q 1,250.00
Impresión de 10,000 separadores de libros	Q 0.50	Q 5,000.00
<b>Total por concepto de material:</b>		<b>Q 49,450.00</b>
Alquiler de 5 vallas 6x3 mts. por 3 meses	Q 3,000.00	Q 15,000.00
Alquiler de 20 stands para mupis	Q 1,000.00	Q 20,000.00
Alquiler de 4 rutas de buses	Q 3,000.00	Q 12,000.00
<b>Total por concepto de servicios:</b>		<b>Q 47,000.00</b>
<b>El total de la campaña, la cual durará un periodo de 3 meses, haciende a la cantidad de</b>		<b>Q 96,450.00</b>





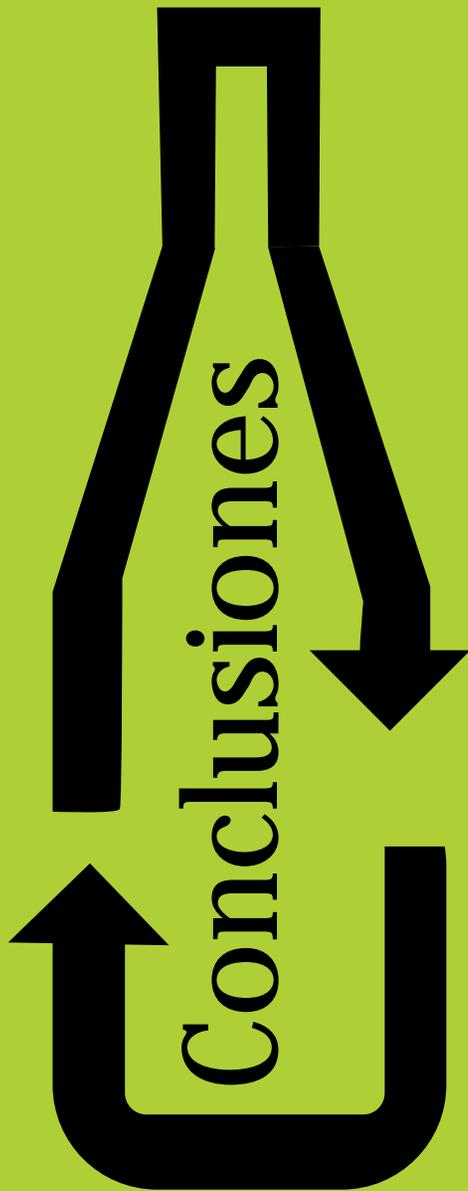
## Conclusiones

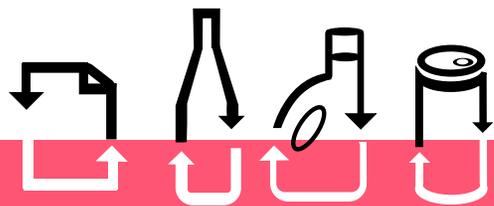
Para elaborar la campaña publicitaria acerca del reciclaje, es importante como punto de inicio tener bien establecido cual era nuestro grupo objetivo, para crear un concepto funcional y eficaz; que este lograra satisfacer la necesidad del cliente, en este caso la de Fundación Donaré.

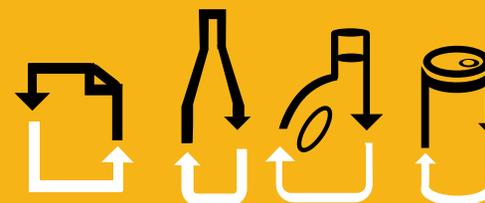
El principal aporte de la campaña informativa es recolectar fondos económicos para Fundación Donaré.

Se diseñaron piezas gráficas que llaman la atención del grupo objetivo y que son funcionales ya que logran su objetivo principal de informar acerca del reciclaje.

La campaña informativa refuerza la imagen institucional a través de las distintas piezas elaboradas como lo son los afiches, volantes, promocionales, banners, y publicidad exterior, que serán expuestas en el transcurso de divulgación de la campaña.







## Glosario

**Afiche.** Se llama afiche a una lámina impresa de cualquier tamaño, diseñado para ser colocado en una pared o en una superficie vertical. En su impresión se incluyen elementos gráficos y textos, aunque pueden estar compuestos de solo uno de estos dos elementos.

**Basura.** Se considera de forma genérica a los residuos sólidos sean urbanos, industriales, etc.

**Boceto.** Un boceto o esbozo es un dibujo hecho de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar una idea, un lugar, una persona, un aparato o cualquier cosa en general. El boceto suele ser un apunte rápido de un dibujo, idea o esquema que se desarrollará en el futuro de forma más compleja. También se usa para apoyar una explicación rápida de un concepto o situación.

**Clasificación de los residuos.** Atendiendo al estado y al soporte en que se presentan, se clasifican en sólidos, líquidos y gaseosos. La referencia al soporte se debe a la existencia de numerosos residuos aparentemente de un tipo, pero que están integrados por varios (gaseosos formados por partículas sólidas y líquidas, líquidos con partículas sólidas, etc.) por lo que

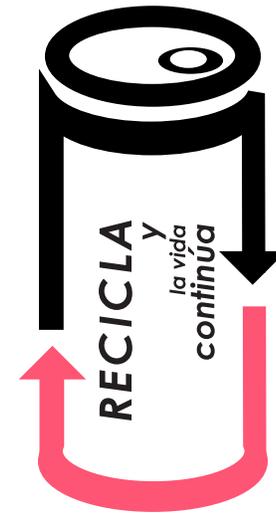
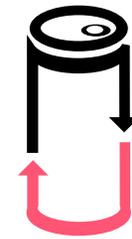
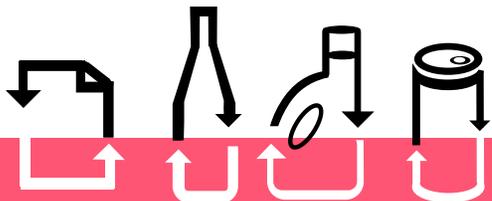
se determina que su estado es el que presenta el soporte principal del residuo (gaseoso en el primer ejemplo, líquido en el segundo).

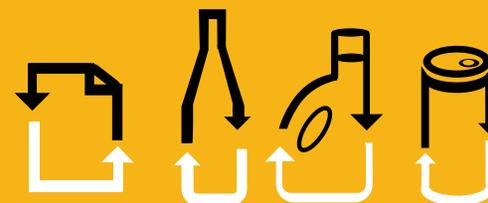
**Compostaje.** Reciclaje completo de la materia orgánica mediante el cual ésta es sometida a fermentación controlada (aerobia) con el fin de obtener un producto estable, de características definidas y útil para la agricultura.

**Chatarra.** Restos producidos durante la fabricación o consumo de un material o producto. Se aplica tanto a objetos usados, enteros o no, como a fragmentos resultantes de la fabricación de un producto. Se utiliza fundamentalmente para metales y también para vidrio.

**Encuesta.** Recolección de datos obtenidos mediante la formulación de preguntas a un cierto número de personas sobre un tema determinado, generalmente para conocer el estado de opinión sobre él: el resultado de la encuesta refleja los índices que se están midiendo o validando.

**Escombros.** Restos de derribos y de construcción





## Glosario

de edificaciones, constituidos principalmente por tabiquería, cerámica, hormigón, hierros, madera, plásticos y otros, y tierras de excavación en las que se incluyen tierra vegetal y rocas del subsuelo.

Folleto. Pieza impresa de publicación no periódica.

Font (fuente). Tipografía utilizada para un texto.

Fundación. Una fundación es la acción y el efecto de fundar y, consecuentemente, el principio, establecimiento u origen de algo. A partir de ese significado básico, el término fundación puede referirse: en el ámbito del derecho a una institución de lucro, que continúa y cumple la voluntad de quien la fundó.

Granza de plástico de recuperación. Producto obtenido de reciclar plásticos usados y que equivale a los productos plásticos de primera transformación o "granza virgen". Normalmente se presenta en forma de fino "macarrón" troceado.

Icono. Es una imagen, cuadro o representación; es un signo o símbolo que sustituye al objeto

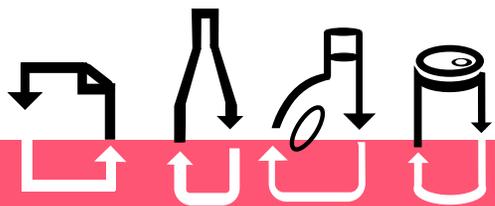
mediante su significación, representación o por analogía.

Imprenta. Una imprenta (o prensa) es una máquina que permite, mediante una serie de procesos mecánicos, obtener series de copias en un soporte físico, normalmente papel, de imágenes, sean textos o ilustraciones, de los originales que se quieren reproducir.

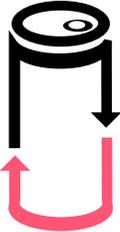
Materia inerte. Vidrio (envases y plano), papel y cartón, tejidos (lana, trapos y ropa), metales (férricos y no férricos), plásticos, maderas, gomas, cueros, loza y cerámica, tierras, escorias, cenizas y otros. A pesar de que pueden fermentar el papel y cartón, así como la madera y en mucha menor medida ciertos tejidos naturales y el cuero, se consideran inertes por su gran estabilidad en comparación con la materia orgánica. Los plásticos son materia orgánica, pero no fermentable.

Reciclaje. Proceso simple o complejo que sufre un material o producto para ser reincorporado a un ciclo de producción o de consumo, ya sea éste el mismo en que fue generado u otro diferente. La palabra "reciclado" es un adjetivo, el estado final de un material que ha sufrido el

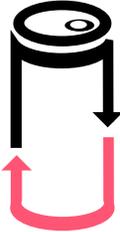
# Glosario

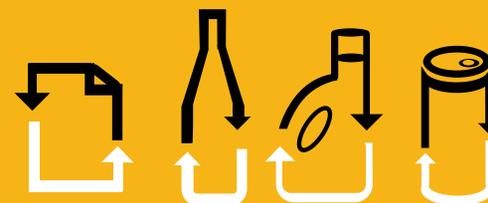


**RECICLA** y  
la vida  
continúa



**RECICLA** y  
la vida  
continúa





## Glosario

proceso de reciclaje. En términos de absoluta propiedad se podría considerar el reciclaje puro sólo cuando el producto material se reincorpora a su ciclo natural y primitivo: materia orgánica que se incorpora al ciclo natural de la materia mediante el compostaje. Sin embargo y dado lo restrictivo de esta acepción pura, extendemos la definición del reciclaje a procesos más amplios. Según la complejidad del proceso que sufre el material o producto durante su reciclaje, se establecen dos tipos: directo, primario o simple; e indirecto, secundario o complejo.

**Recogida selectiva.** Recogida de residuos separados y presentados aisladamente por su productor.

**Recuperación.** Sustracción de un residuo a su abandono definitivo. Un residuo recuperado pierde en este proceso su carácter de "material destinado a su abandono", por lo que deja de ser un residuo propiamente dicho, y mediante su nueva valoración adquiere el carácter de "materia prima secundaria".

**Rechazo.** Resto producido al reciclar algo.

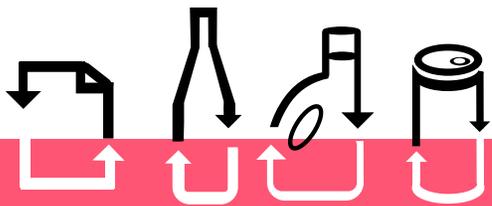
**Residuo.** Todo material en estado sólido, líquido

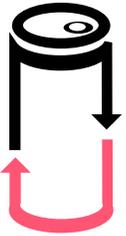
o gaseoso, ya sea aislado o mezclado con otros, resultante de un proceso de extracción de la Naturaleza, transformación, fabricación o consumo, que su poseedor decide abandonar.

**Residuos peligrosos.** Sólidos, líquidos (más o menos espesos) y gases que contengan alguna(s) sustancia(s) que por su composición, presentación o posible mezcla o combinación puedan significar un peligro presente o futuro, directo o indirecto para la salud humana y el entorno.

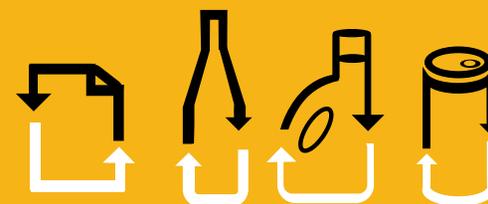
**Residuos sólidos.** En función de la actividad en que son producidos, se clasifican en agropecuarios (agrícolas y ganaderos), forestales, mineros, industriales y urbanos. A excepción de los mineros, por sus características de localización, cantidades, composición, etc., los demás poseen numerosos aspectos comunes desde el punto de vista de la recuperación y reciclaje.

**Residuos sólidos urbanos (RSU).** Son aquellos que se generan en los espacios urbanizados, como consecuencia de las actividades de consumo y gestión de actividades domésticas (viviendas), servicios (hostelería, hospitales,



**RECICLA**  
  
**y**  
*la vida*  
**continúa**

Campaña de Comunicación a Beneficio de Fundación Donaré



## Glosario

oficinas, mercados, etc.) y tráfico viario (papeleras y residuos viarios de pequeño y gran tamaño).

**Reutilizar.** Volver a usar un producto o material varias veces sin "tratamiento", equivale a un "reciclaje directo". El relleno de envases retornables, la utilización de paleas ("pallets") de madera en el transporte, etc., son algunos ejemplos.

**Tratamiento.** Conjunto de operaciones por las que se alteran las propiedades físicas o químicas de los residuos.

**Triar o destriar.** Seleccionar o separar diversos componentes de la basura normalmente de forma manual.

**Vertido.** Deposición de los residuos en un espacio y condiciones determinadas. Según la rigurosidad de las condiciones y el espacio de vertido, en relación con la contaminación producida, se establecen los tres tipos siguientes.

**Vertido controlado.** Acondicionamiento de los residuos en un espacio destinado al efecto, de

forma que no produzcan alteraciones en el mismo, que puedan significar un peligro presente o futuro, directo o indirecto, para la salud humana ni el entorno.

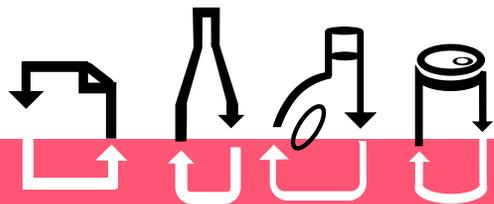
**Plan de Medios.** Resultado de la planificación de los medios de comunicación que se usarán en una campaña publicitaria. El documento en el que se muestra la planificación de medios.

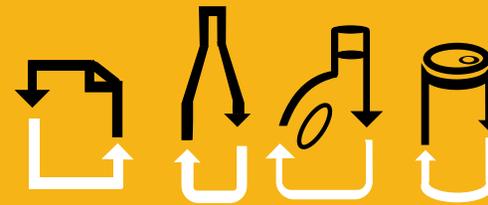
**Planeamiento.** Acción y efecto planear, de trazar un plan.

# Glosario

# RECICLA

 y  
la vida  
*continúa*





## Bibliografía

### Libros

Alfonso del Val Extra monográfico n.25 de la revista Integral Edita: Instituto Juan de Herrera. Av. Juan de Herrera 4. 28040 MADRID. ESPAÑA. ISSN: 1578-097X Extraído de El Libro del Reciclaje.

Leonard Koren R. Wippo Meckler. (1994). Recetario de Diseño Gráfico. México: Ediciones G. Gili, S.A. de C.V.

Maggie Gordon, Eugenie Dodd. (1994). Tipografía Decorativa. Madrid: Editorial Gustavo Gili, S.A. Microsoft Corporation. (2007) Enciclopedia Microsoft Encarta.

Patricio Bonta, Mario Farber. (2002). 199 Preguntas sobre marketing y publicidad. Colombia: Grupo editorial Norma

Peter J. Hayden. (1994). El color en la publicidad y artes gráficas. Barcelona: Las Ediciones de Arte Wong, Wucius. (1979). Fundamentos del diseño. Madrid: Editorial Gustavo Gili, S.A.

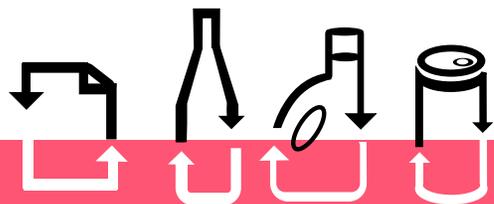
Pawlik, Johannes. (2007). Teoría del color. Barcelona: Editorial: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

### Tesis

Pérez Estrada, Lourdes Eugenia. 2006 Diseño y desarrollo de una presentación didáctica e interactiva El uso de de retícula.

### Folletos

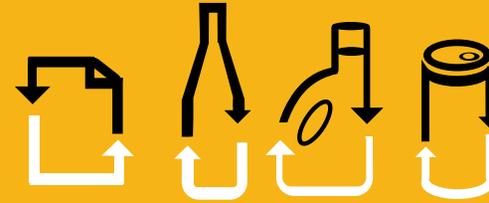
Fundación Donaré. (2007). Folleto informativo. Notas sobre las constitución y creación de Fundación Doanré Ciudad de Guatemala.



# RECICLA y la vida continúa

Campana de Comunicaci3n a Beneficio de Fundaci3n Donar3

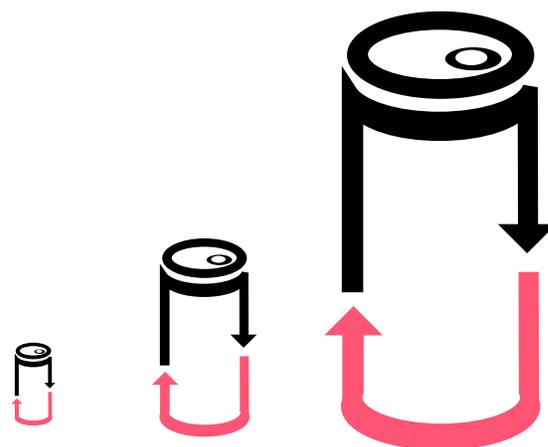
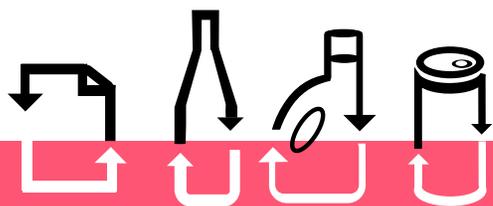
**RECICLA**  
Y  
la vida  
continúa



## Bibliografía

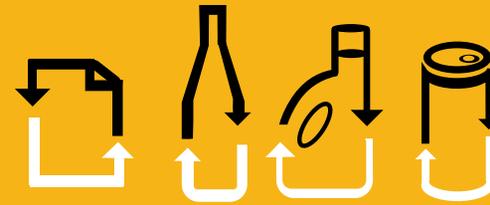
<http://es.wikipedia.org/reciclaje>  
[http://es.wikipedia.org/wiki/reciclaje\\_Guatemala](http://es.wikipedia.org/wiki/reciclaje_Guatemala)  
[http://es.wikipedia.org/wiki/desechos\\_organicos\\_e\\_inorganicos](http://es.wikipedia.org/wiki/desechos_organicos_e_inorganicos)  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Etica>  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad>  
<http://es.wikipedia.org/wiki/Energia>  
<http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad>  
<http://www.donare.com.org>  
<http://www.arteymedios.com.ar>  
<http://www.arteymedios.com.ar>  
<http://www.colores-ocres.html>  
<http://www.jesuitas.es/>  
<http://www.monografias.com>  
<http://www.portalplanetasedna.com>  
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia>  
<http://www.rppnet.com.ar/planificaciendemedios.htm>  
<http://basuraorganicaeinorganica.blogspot.com>

Bibliografía





## Anexo



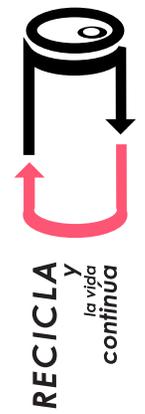
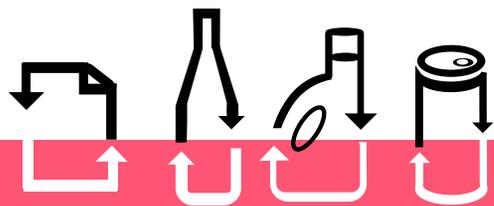
**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

“Campaña de Comunicación para el Reciclaje de Desechos a beneficio de Fundación Donaré”

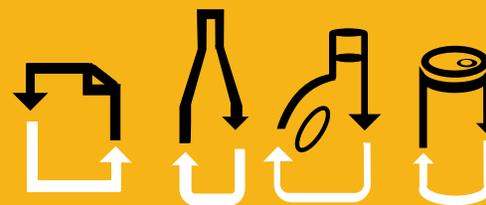
Validación

Por favor conteste las siguientes preguntas:

1. Marque con un cheque a que sexo pertenece  
Masculino                  Femenino
2. ¿Las piezas presentadas le parecen atractivas e interesantes?
3. ¿Le parece legible y entendible el tipo de letra utilizado?
4. ¿Entiende el concepto que se quiere dar a transmitir en los afiches?
5. ¿Las imágenes utilizadas le transmiten la idea del reciclaje ?  
Si su respuesta es negativa mencione que idea le transmite.
6. ¿Le son atractivos los tipos de letras, imágenes y colores?
7. ¿Las piezas mostradas lo motivan a participar en el tema?



**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa

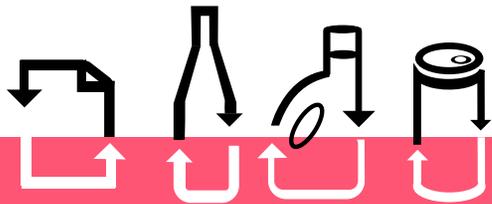


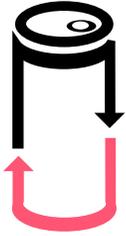
Anexo



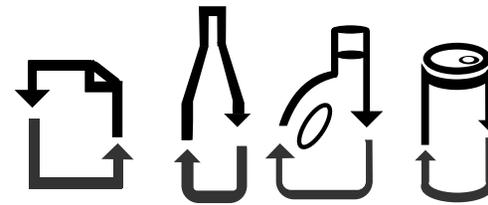
Validación en Colegio Getzemaní



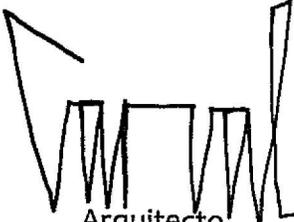


**RECICLA**  
  
**y**  
*la vida*  
**continúa**

**RECICLA**  
y  
la vida  
continúa



Imprímase



Arquitecto  
Carlos Enrique Valladares  
Decano



Licenciado  
Francisco Chang  
Asesor Metodológico



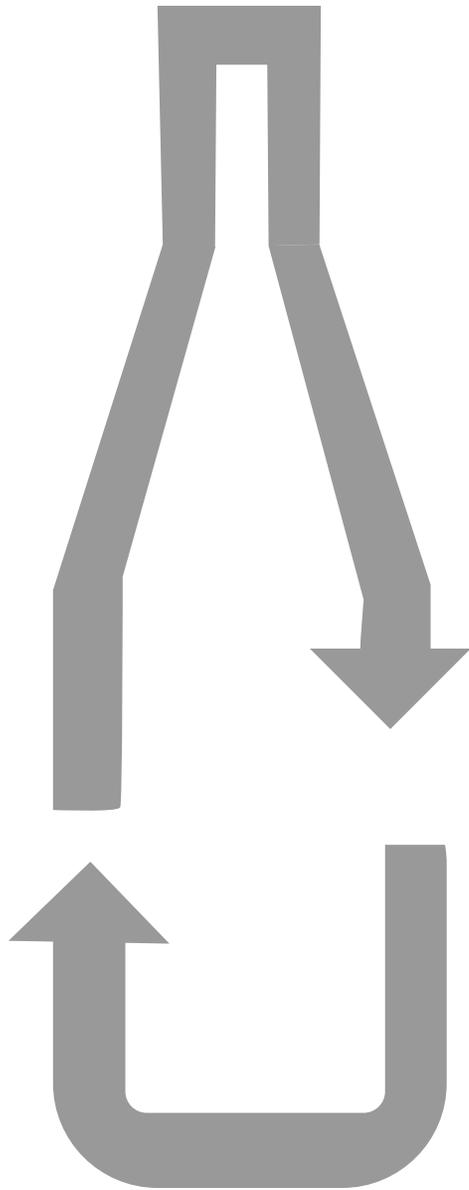
Licenciada  
Lourdes Pérez  
Asesora Gráfica

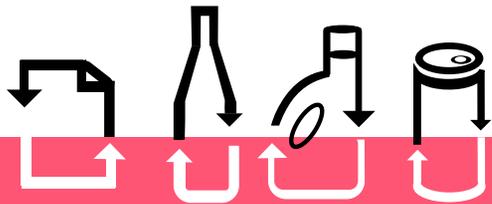


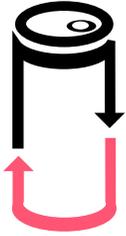
Licenciado  
Stuardo Samayoa  
Consultor Especialista



Jose Luis Bosarreyes  
Sustentante





**RECICLA**  
  
**y**  
*la vida*  
**continúa**

“CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN  
PARA EL RECICLAJE DE  
DESECHOS A BENEFICIO DE  
FUNDACIÓN DONARÉ”

