

Campana de Promoción para la Fundación God's Project



diseño gráfico
U S A C

Presentado por:
Laura Eleonor Diéguez Porres
Carné: 200511223

para optar al título de
Licenciada en Diseño Gráfico
con énfasis informático-visual
otorgado por la Facultad de Arquitectura
de la Universidad San Carlos de Guatemala

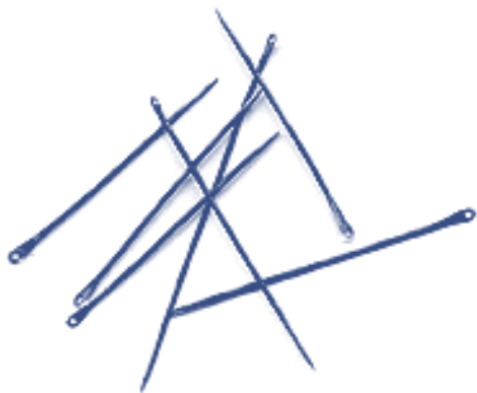


Guatemala, Junio de 2010



Campaña de promoción para la Fundación God's Project

Proyecto realizado en la ciudad de Guatemala durante el período de
julio de 2009 a mayo de 2010





Índice

Capítulo I: Introducción

| | |
|---------------------|----|
| Antecedentes | 14 |
| Problema..... | 15 |
| Justificación | |
| Trascendencia | 16 |
| Magnitud..... | 17 |
| Vulnerabilidad..... | 17 |
| Factibilidad..... | 17 |
| Objetivos de Diseño | |
| General..... | 18 |
| Específicos..... | 18 |

Capítulo II: Perfil de la organización que demanda el servicio y público destinatario

| | |
|---|----|
| Perfil de la organización y el servicio que brinda..... | 21 |
| Perfil del Grupo Objetivo..... | 23 |

Capítulo III: Concepto de Diseño y Bocetos

| | |
|--|----|
| Conceptos Fundamentales | 25 |
| Concepto Creativo | 28 |
| Proceso de desarrollo de los bocetos y decisiones de diseño..... | 31 |

Capítulo IV: Comprobación de eficacia y propuesta final

| | |
|--|----|
| Propuesta gráfica final y fundamentación..... | 44 |
| Conclusiones | 46 |
| Recomendaciones | 47 |
| Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta..... | 48 |
| Bibliografía y fuentes consultadas..... | 50 |
| Glosario..... | 51 |
| Anexos..... | 52 |



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

Nómina de Autoridades

Junta Directiva de Arquitectura

Arq. Carlos Enrique Valladares
Decano de la Facultad de Arquitectura

Arq. Sergio Mohamed Estrada Ruiz
Vocal I

Arq. Efraín de Jesús Amaya Caravantes
Vocal II

Arq. Carlos Enrique Martini Herrera
Vocal III

Maestra Sharon Yanira Alonzo Lozano
Vocal IV

Br. Juan Diego Alvarado Castro
Vocal V

Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Secretario

Licda. María Emperatriz Pérez
Directora de la Escuela de Diseño Gráfico

Licda. Ana María Saavedra
Coordinadora de Proyectos de Graduación

Tribunal examinador

Lic. Victor Pacheco

Lic. Guillermo García

Licda. Mónica Noriega



Agradecimientos

Mi más sincero agradecimiento a Dios, a Quien amo con todo mi corazón, por darme la vida, por ser la fuente de inspiración, mi razón de ser y darme la oportunidad y las fuerzas de lograr una meta más en mi carrera profesional y a Quien le doy toda la gloria y la honra.

A mi madre en especial, que ha dado todo por mí, por su apoyo abnegado y su amor admirable e incondicional: estaré infinitamente agradecida y es a quien honro con esta tesis.

A mi familia, por su cariño.

A mis líderes, por su amor, guianza y apoyo incondicional.

A cada uno de mis amigos y amigas con quienes estaré eternamente agradecida por el amor y apoyo incondicional que me han brindado, por estar conmigo en todo tiempo y ser parte de la motivación de luchar cada día: todos saben, nombre por nombre, que este agradecimiento es para cada uno de ellos y ellas.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser mi centro de formación profesional, y a mis catedráticos, por darme las perlas valiosas de sabiduría e inspirarme a ser mejor cada día.

A Elizabeth Molina, Byron Aragón y Manola Giordano, por el apoyo incondicional y colaboración en el desarrollo de la presente tesis.

Y a cada una de las personas que colaboraron de una u otra forma a que esta tesis se hiciera realidad.

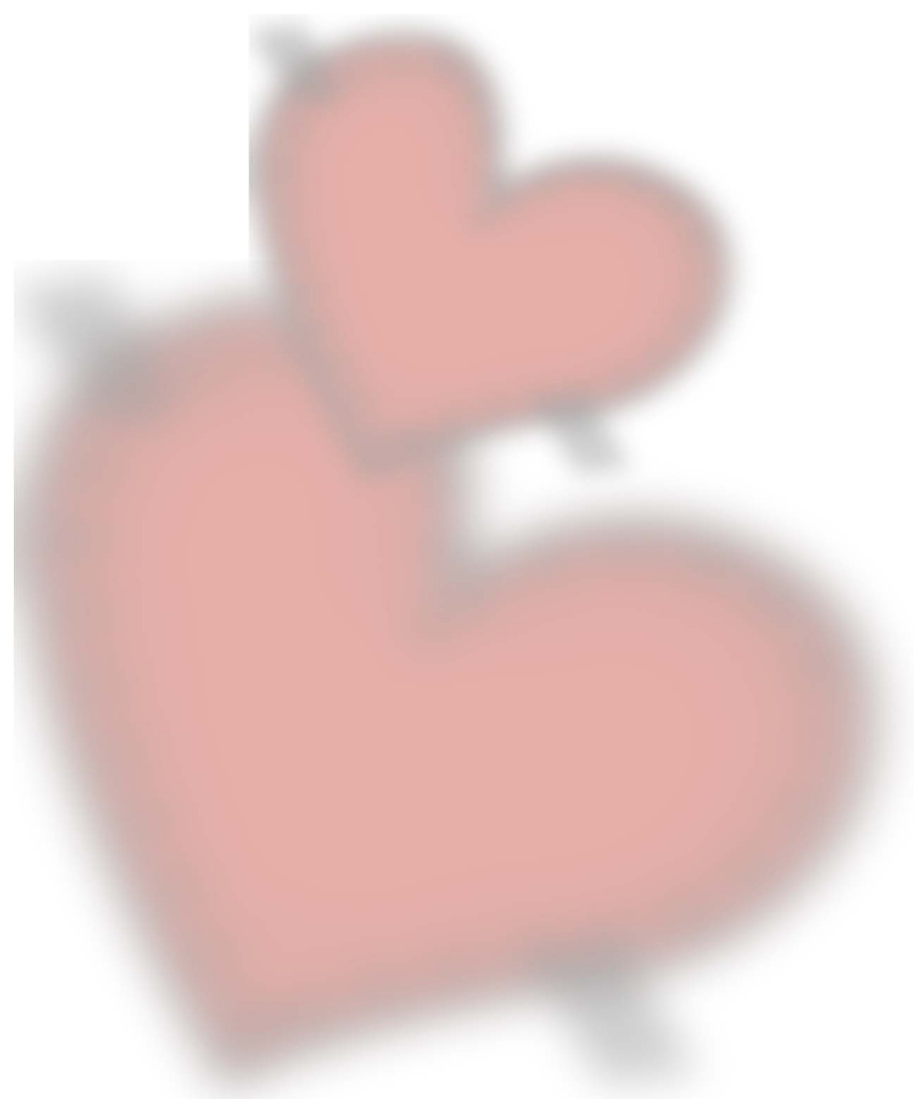


Presentación

El presente proyecto de graduación identifica la necesidad de darse a conocer de la Fundación God's Project y, a través de una campaña de promoción de los medios, satisface esta necesidad de llegar a las personas que pueden apoyar, no solo una vez, sino que perseverar en el apoyo.

Se realizó un estudio acerca de la necesidad que hay en los niños de los orfanatos y cuánto apoyo ellos necesitan. A través de esta campaña, que tiene como pieza gráfica principal un CD interactivo, se pretende informar a las personas acerca de la gran ayuda que brinda esta Fundación y a la vez informar que la persona que apoya se queda también con una parte simbólica, en este caso el producto My Love Doll, que es donado por la Empresa Manos de Oro, S.A., y sirve como apoyo directo a la Fundación; este producto se puede adquirir como un detalle especial para regalar a alguien más y a la vez apoyar a muchos niños que lo necesitan.





Capítulo I:

Introducción

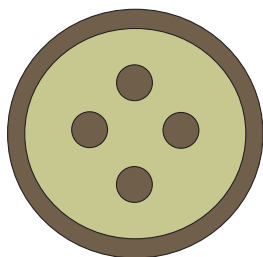


Antecedentes

En Guatemala existe un índice muy alto de niños huérfanos y desamparados. Actualmente existen varios orfanatos y fundaciones que ayudan a estos niños, brindándoles apoyo en las necesidades primarias como son la alimentación, educación y desarrollo en general.

De esta manera surge la Fundación God's Project, que inició sus actividades desde hace un año. Su único fin es proveer desarrollo para niños y niñas desamparados, que viven en orfanatos, dándoles la oportunidad de superarse y capacitándolos en áreas que beneficien su desarrollo como enseñándoles acerca de varias áreas que los ayudará a desarrollarse como personas productivas.

Dado que el objetivo principal de la Fundación es ayudar, es una entidad no lucrativa y necesita darse a conocer y promocionar el producto My Love Doll, el cual es un apoyo para recaudar fondos para poder sostenerse y a la vez seguir con los orfanatos que actualmente apoyan y crecer buscando más de este tipo de instituciones.



Problema

Existen muchas fundaciones que ayudan a los distintos orfanatos del país, ya sea por medio de donaciones monetarias, víveres o insumos. Sin embargo la necesidad es tan grande, que la ayuda únicamente alcanza para cubrir las necesidades primarias de los huérfanos, dejando la educación y su desarrollo a un lado.

Son escasas las organizaciones que además de velar por las necesidades básicas de los huérfanos, se preocupan por el futuro de los mismos al egresar de la institución. Difícilmente los huérfanos reciben capacitación ocupacional, ayudándoles así a integrarse a la sociedad productiva del país.

Actualmente, Guatemala es uno de los países más afectados en América Latina por las maras. Esto no se limita únicamente a la ciudad capital, sino que se ha ido difundiendo hacia las áreas más remotas del país. Los huérfanos, al no tener respaldo familiar ni oficio establecido, se convierten en un grupo muy vulnerable ante las mismas. Ya no es suficiente garantizar la supervivencia de estos niños, sino también es necesario equiparlos con herramientas que les ayuden a desarrollarse por sí solos.

Al identificar esta situación, la Fundación God's Project se ocupa de apoyar a los orfanatos en esta área específica. Básicamente, God's Project apoya a ciertos orfanatos preseleccionados con distintos programas de capacitación para los huérfanos. Al mismo tiempo, la Fundación aprovecha para mostrar el amor de Dios a estos niños por medio de distintas actividades, como la entrega de las

muñecas My Love Doll, charlas, etc. Sin embargo, los fondos de la Fundación no son suficientes para todos los huérfanos del país. Día a día, se necesita más contribuyentes para alcanzar a más niños en orfanatos.

El problema entonces se resume en que la Fundación God's Project no cuenta con una estrategia de comunicación para informar a las personas de su existencia como institución que apoya a dichos orfanatos. Por ello es necesario desarrollar el proyecto: Campaña de promoción para la Fundación God's Project, como proyecto de investigación-comunicación realizado en el período de julio de 2009 a mayo del año 2010.



Justificación

Trascendencia

Los niños y niñas necesitan una forma sana de desarrollarse, tanto física como intelectual y espiritualmente. Un hogar integrado para ellos es esencial para que este desarrollo se realice en ellos de una mejor manera.

En Guatemala, se ve repetidamente la historia de varias situaciones que acontecen desde hace ya varias décadas, la precaria condición económica de la mayoría de los habitantes, la falta de planificación familiar que da como resultado un número de hijos muy elevado por familia, y la descomposición social que genera la violencia en nuestro país. Adicionalmente, el femicidio deja desamparados a muchos niños; todo esto viene a desembocar en grandes cantidades de niños que crecen en la calle y que paulatinamente se han llegado a convertir en una población flotante. Esto se traduce en miles de niños que crecen totalmente faltos de protección, provisión y consejo de sus padres.

Una alta proporción de los niños que quedan desamparados llegan a los orfanatos por alguna circunstancia y reciben lo que deberían haber recibido en sus hogares, mas no se llega a suplir a totalidad, como lo fuera en un hogar integrado, a pesar del gran esfuerzo por parte de los orfanatos.

Todo esto es la razón por la cual la Fundación God's Project quiere apoyar a los orfanatos con una serie de programas que ayuden a los niños a tener un mejor desarrollo.

La campaña de promoción desarrollará como pieza principal de comunicación un CD interactivo que informará de una manera atractiva y audiovisual, acerca de lo que realiza la Fundación y a la vez promocionará el producto My Love Doll a patrocinadores (sea empresarios o personas individuales) potenciales.



Magnitud

Actualmente la Fundación God's Project ha estado ayudando a cuatro orfanatos, los cuales suman aproximadamente 250 niños.

Vulnerabilidad

En nuestro país hay tanta necesidad, que la ayuda proporcionada por las ONG y la ayuda internacional no es suficiente para cubrir las necesidades de Guatemala. Los orfanatos necesitan más apoyo de nosotros los guatemaltecos. Los profesionales pueden ayudar con su profesión, resolviendo los problemas de comunicación visual que existen, por los cuales muchas personas no se deciden a contribuir o apoyar debido a que no están informadas ni motivadas a ayudar a las diferentes fundaciones y organizaciones no lucrativas.

Por eso mismo, la contribución de este proyecto a la Fundación God's Project es el desarrollo y realización de una campaña de promoción que capte la atención de las personas (contribuyentes y patrocinadores potenciales) por medio de las piezas gráficas y visuales, y los motive a comprar las muñecas para ayudar a la fundación y por ende a los niños a los cuales ésta misma ayuda.

Como pieza principal de comunicación se creó un CD interactivo para entregar personalmente y así conseguir patrocinios y ayuda de empresarios y demás personas que tengan un ingreso económico estable y que influenciados a través de la campaña de promoción sigan apoyando permanentemente.

Factibilidad

Sí es factible realizar una campaña de promoción para la Fundación God's Project; la empresa Manos de Oro, S. A., -la fabricante de My Love Doll- está comprometida directamente con la Fundación a apoyarla económicamente en todo, por lo cual la inversión en esta campaña de promoción, que será para atraer más colaboradores y venta de las muñecas My Love Doll, sí puede ser realizada.



Objetivos

General

Dar a conocer la Fundación God's Project a través de una campaña de promoción de los medios por los cuales las personas pueden apoyarla.

Específicos



Producir un CD interactivo para informar acerca de la Fundación God's Project y promover la comercialización de My Love Doll, que es el medio más preciso de la Fundación para capturar fondos, para su distribución de persona a persona.



Diseñar una serie de piezas gráficas para dar apoyo en el punto de venta de My Love Doll en donde también se entregará el CD interactivo a la persona que adquiera una "My Love Doll".



Atraer personas que colaboren con la Fundación por medio de la comunicación audiovisual que tendrá el CD interactivo, que es uno de los medios principales de promocionar a esta institución no lucrativa.





Capítulo II:

Perfil de la
organización que
demanda el
servicio y público
destinatario

Perfil de la organización y el servicio que brinda




Nombre: Fundación God's Project
Fundadoras: Patricia de Zea y Elizabeth Molina
Año de inicio: 2008
Sector: No lucrativa
Dirección: 6a ave. 12-04, zona 3 de Mixco, Nueva Monserrat, Guatemala
Teléfono: (502) 2472-1386 / 5272-9649 / 5552-3838
E-mail: info@mylovedoll.org

Visión: Llevar a niños y niñas desamparados el amor de Dios, dándoles un mensaje de esperanza, haciéndoles saber el valor que tienen como Hijos de Dios y apoyándolos en su educación para que sean adultos capaces, honestos y dignos.

Misión: Dar a los niños y niñas huérfanos y desamparados las herramientas necesarias para que se desarrollen como seres humanos dignos y capaces, apoyándolos en su educación, para que sean personas competentes, preparados para enfrentar la vida como adultos responsables.



Actividades

-  Selección de orfanatos a los que irán a realizar las actividades o proyectos.
-  Visitas a los diferentes orfanatos a los cuales atienden.
-  Organización de cada actividad o proyecto.

Programas

BECAS ESTUDIANTILES - Apoyar a niños de diferentes casas hogares para que puedan tener una educación de calidad, proporcionándoles becas de estudio completas o parciales.

ARTES – Talleres de preparación en dibujo, pintura, música, danza, entre otros.

OFICIOS – Talleres prácticos de panadería, mecánica, corte y confección, y manualidades.

ESPIRITUAL – Restablecimiento de valores en los niños. Conocimiento del amor y misericordia de Dios, así como una relación personal con Él.

ESCUELA PARA PADRES – Capacitar a los padres para que sean responsables con sus hijos, que sepan que Dios les confió a esos niños pero que un día les pedirá cuentas de lo que hicieron con ellos.

PROCANI – Programa Agrícola Orgánico y Autosostenible.

DONACIONES – Captación de donaciones dando a conocer el proyecto a través de diferentes contactos.

VOLUNTARIADO – Personas que de manera voluntaria colaboran con los diferentes proyectos que God's Project establezca.

Público al que atiende actualmente

Vida para niños: San Lucas, Sacatepéquez
 Casa Shalom: Milpas Altas, Sacatepéquez
 Casa Samuel: Santa Rosa, Chiquimulilla
 Fundaniños: San José Pinula, Guatemala



Perfil del Grupo Objetivo

Perfil demográfico

Población: 2,541,581 (ciudad de Guatemala, según censo 2002 realizado por el Instituto Nacional de Estadística INE).

Sexo: hombres y mujeres.

Edad: de 18 a 50 años.

Ciclo vital de la familia: jóvenes solteros(as) sin hijos, jóvenes solteros(as) con hijos, casados(as) sin hijos, casados(as) con hijos, divorciados(as) sin hijos, divorciados(as) con hijos, viudos(as) sin hijos, viudos(as) con hijos.

Tamaño del hogar: pequeño (mamá / papá e hijos), mediano (papá, mamá e hijos) y grande (papá, mamá, hijos, abuelos, tíos, etc.)

Perfil psicográfico

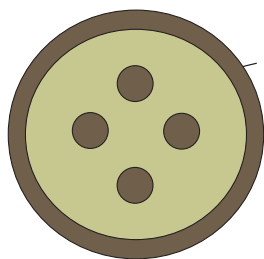
Tipos de personalidad: Solidario, dinámico, humilde, creativo, hospitalario y servicial.

Estilos de vida: Empresarios, trabajadores de áreas ejecutivas, comerciantes, religiosos.

Caracterización de la audiencia:

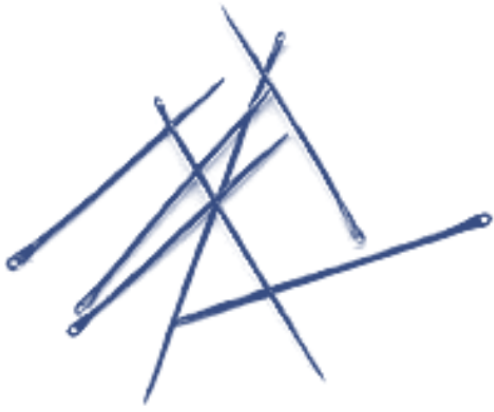
La gran mayoría de las personas que viven en la ciudad de Guatemala tiene un trabajo, el cuál les permite tener un trabajo con un ingreso económico estable; esto permite que puedan apartar dentro de su presupuesto una fracción para ayudar y colaborar con la Fundación God's Project.

El guatemalteco es solidario, se reconoce por ser luchador y por trabajar duro. La disposición que hay en las personas es básica, ya que si el donante no puede colaborar monetariamente, lo puede hacer invirtiendo tiempo, con mano de obra o comprando una muñeca My Love Doll, y esto beneficia en gran manera a la Fundación.



Capítulo III:

Concepto
de Diseño y
Bocetos



Conceptos Fundamentales

A

Las sucesivas crisis socioeconómicas acontecidas en nuestro país durante las últimas décadas han generado un progresivo deterioro en la calidad de vida de los niños/as y adolescentes de vastos sectores de nuestra sociedad. (Altamirano, 2002)

En la actualidad hay miles de niños en los orfanatos de nuestro país, que carecen de amor, educación, atención y cuidados. A pesar de que en los orfanatos se les provee de las necesidades básicas, todavía hay mucha tela que cortar, todavía hay muchas necesidades que cubrir.

Un orfanato es una institución encargada del cuidado de los menores de edad, huérfanos o abandonados, y de los niños o adolescentes a quienes las autoridades han separado de sus progenitores, retirándoles la patria potestad. (Fernández, 2008)

Para dar un indicio del porqué hay tanto niño en los orfanatos, se debe iniciar hablando acerca de la pobreza y ésta es una situación que surge como consecuencia de la falta de los recursos para satisfacer las necesidades físicas y psíquicas básicas que atraen un deterioro del nivel y calidad de vida de las personas. La alimentación, la vivienda, la educación, la asistencia sanitaria o el acceso al agua potable, son algunas de estas necesidades. Se estima que cerca del 80% de los 13 millones de guatemaltecos vive en la pobreza. (Smith-Spark, 2007)

La pobreza ha sido una de las razones principales por las cuáles tantos niños han sido abandonados

o presentados para adopción, ya que esto también implica recibir cierta cantidad de dinero para ayudarse económicamente.

En la actualidad, es más difícil dar un niño o niña en adopción debido a la nueva ley que el gobierno estableció acerca de las adopciones en Guatemala.

La Adopción es un acto jurídico convenido, por el cual se acepta como hijo propio a quien no lo es en realidad.

La adopción, el abandono y el tráfico de niños se da como consecuencia de la pobreza de la familia campesina y urbano-marginal, también se puede decir que se da por la violencia armada, por la insensibilidad de la sociedad, por la crisis ética de los magistrados, fiscales y abogados y por el poder económico de adoptantes nacionales y extranjeros.

Al mismo tiempo, la falta de acceso a programas de control de la natalidad contribuye a las altas tasas de natalidad. La desnutrición es un hecho de la realidad cotidiana, la cual se le atribuye también a la pobreza.

Técnicamente, la adopción es una medida de protección a las niñas, niños y adolescentes entre personas que por naturaleza no la tienen.

La pobreza también es otra razón por la cual hay desintegración familiar, el desempleo hace que el padre o la madre de familia busquen una manera de proveer las necesidades básicas de la familia, muchas veces el padre sale del hogar en busca de una oportunidad de trabajo, pero esto implica el dejar a su familia.

La desintegración familiar no sólo puede ser por causas económicas, sino también sociales e inmorales, entre ellas están el robo, abuso sexual y embarazos en adolescentes por falta de orientación de tipo familiar y/o sexual.

Las jóvenes son rechazadas por su familia por estar embarazadas a corta edad. El consumo drogas también promueve el abandono de los hijos. Debido a esta situación estas jóvenes optan por la adopción y el abandono de sus hijos, debido a que no tienen los recursos para el mantenimiento de los mismos.

Y así, hay muchas causas más por las cuales los niños llegan a los orfanatos. Muchos de los orfanatos carecen de recursos para llegar a cubrir las necesidades de los niños. Por ello existen fundaciones que ayudan a estos orfanatos como lo es la Fundación God's Project, que provee de programas y proyectos, tanto educativos como espirituales para apoyar a estas instituciones.

Una Fundación es una organización no lucrativa realizada por voluntad del fundador, teniendo como fin beneficiar a un conjunto de personas, que tienen necesidades insatisfechas -como por ejemplo de alimentación, educación, salud, amor, atención, valores, etc-.

Las fundaciones son de gran apoyo a las personas y se sabe que apoyar es la acción de sustentar o ayudar a alguien más cuando éste lo necesite.



B

Una campaña promocional tiene como objetivo aumentar las ventas que son definidas y planificadas con anterioridad. Para poder realizarlas se tiene que definir qué se quiere comunicar y a quién. En este caso se pretende aumentar la compra del producto My Love Doll y a través del CD interactivo capturar donantes que apoyen a la Fundación constantemente.

En sí, una campaña promocional es un conjunto de estrategias que dan a conocer un producto o servicio determinado.

Una campaña agrupa diferentes acciones o pasos, porque es lo necesario para lograr algo tan complicado como un cambio de percepción, de creencia o peor aún, de conducta. (León Pérez, 2009)

En una campaña debe haber diseño gráfico. Separando las dos palabras, es posible decir que "diseño" es la concepción de un objeto que va destinado a la producción en serie y "gráfico" es un conjunto de puntos que se plasman en un papel y sirven para analizar un conjunto de elementos. Por lo cual, unidos estos dos conceptos, crean una obra de arte con la cual es posible transmitir un mensaje visual y de impacto al receptor.

Cabe mencionar que en todo está el color, y éste es la impresión producida al incidir en la retina los rayos luminosos difundidos o reflejados por los cuerpos. Algunos colores toman nombre de los objetos o sustancias que los representan naturalmente.

Orientado al espectro solar o espectral puro, cada uno de los siete colores en que se descompone la luz blanca del sol: rojo, naranja, amarillo, verde, azul turquesa y violeta. (<http://www.arqhys.com/color.html>)

Como se dijo, una campaña promocional es un conjunto de estrategias, parte de estas es crear un CD interactivo que es una herramienta de publicidad de las más innovadoras e impactantes que actualmente se destaca en el mercado multimedia. Por medio de esta herramienta se puede exponer el producto de una manera original y de alta calidad a la persona o cliente que se desea persuadir y hacer que adopte el producto o servicio; en este caso a que sean parte de las personas que ayudan a la Fundación.

Este CD, a través de un ambiente interactivo que contiene textos, audio, video, animación, efectos visuales, gráficos y fotos, brindará una imagen moderna y llegará a las manos de las personas que se pretende impactar. También, como parte de la estrategia se realizarán banners, stand, volantes, tarjetas de presentación y de recolección de datos.

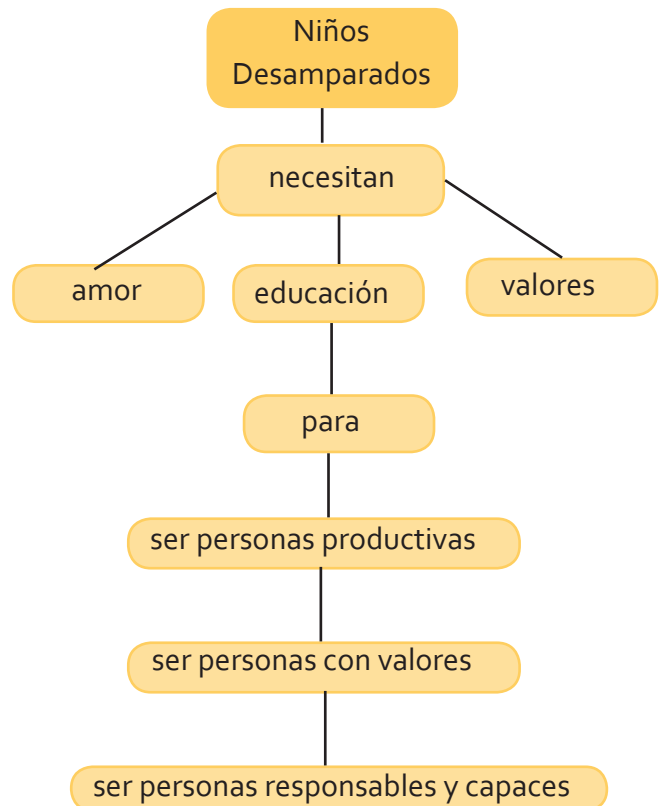
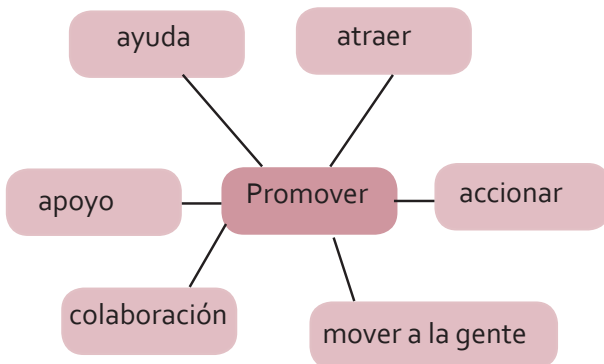
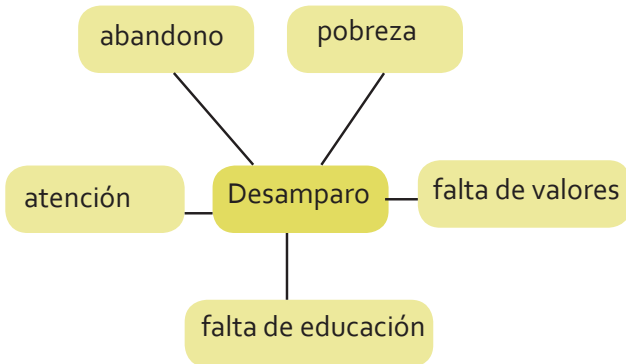
Un banner es una pieza publicitaria diseñada con la intención de llamar la atención, que resulte notoria y que comunique el mensaje deseado. El volante es típicamente usado por individuos o empresas para promover información, ideas, productos o servicios. Un stand es el espacio dentro de un lugar en donde se pueda exponer una empresa y presentar sus productos o servicios.

Concepto Creativo

Para el desarrollo del concepto creativo del CD interactivo y la promoción de las muñecas My Love Doll se utilizaron tres métodos de creatividad: Los Mapas Mentales, técnica creada por Tony Buzan (nacido en Londres en el año 1,942). El método Do It, traducido "hágalo" que se basa en los conceptos de: definir, abrir, identificar y transformar, este método fue desarrollado por Roger Olsen. Y la Lluvia de ideas (Brainstorming) es una técnica de grupo para generar ideas originales en un ambiente relajado, esta herramienta fue creada en el año 1941, por Alex Osborne. A continuación se desarrollará el concepto creativo utilizado con las técnicas mencionadas:



Mapas mentales



DO IT = Hágalo

¿Para qué se lleva a cabo la campaña?

- Para atraer a más personas que colaboren con la Fundación comprando My Love Doll.

¿Qué se quiere comunicar con la campaña?

- Sentimientos con los que se identifiquen las personas y esto les provoque querer coleccionar (comprar) y a la vez ayudar.
- El impacto que tiene la Fundación: al comprar un producto de ésta, la apoyan.

¿Cómo se comunica el mensaje?

- Mediante una estrategia de comunicación novedosa y creativa que incorpora acciones de mercadeo, promoción y publicidad.
- De manera coordinada con las acciones de promoción.
- La campaña debe seducir al empresario potencial, motivándolo a tomar una decisión de involucrarse en los proyectos de la Fundación, también coleccionando o comprando una My Love Doll para ayudar a los niños huérfanos.

¿A quién va dirigida la campaña?

- Empresarios
Colegios
Lugares donde vaya gente
Ministerios claves

Brainstorming

Ellos te necesitan

Tú, ¿me apoyas?

¿Me llevas contigo?

Y yo, ¿como puedo ayudar?

Quiéreme

Un pedacito de mí en ti

Es tiempo de ayudar

Es tiempo de compartir

¿Te unes?

Los niños de hoy, el futuro de nuestro mañana.

Aporta a la nueva generación. Regala amor.

Comparte una sonrisa.

Ella tiene una, sólo faltas tú.

Las sonrisas no tienen precio, sonrisas que puedes regalar. Una muñeca para cambiar una vida.

Algo pequeño para ti, algo grande para ellos.

5 formas de decir gracias

Gracias se dice con colores.

5 detalles que marcan la diferencia.

Lo que hoy es un sueño, mañana puede ser una realidad. Dale color a la vida creando un futuro con valor. Demos amor y valor al futuro creando una vida de colores.

Participando para el futuro.

Muchas razones, un propósito.

Muchas razones para dar, un propósito que cumplir.

Participando para un futuro mejor.

Cinco razones para dar, un propósito que cumplir.

Dale color a la vida, con un detalle.

5 detalles que marcan la diferencia.

Colecciona, ayudando.

Coleccionando estás ayudando.

Pequeños detalles, grandes diferencias.

Colecciona detalles que marcan vidas.

Primera propuesta para el concepto creativo

Como primera propuesta se utilizó el concepto de: "Es tiempo de ayudar y de compartir y yo te necesito a ti" y se utilizaron fotografías con niños extendiendo sus brazos en señal de querer alcanzar algo. Se aplicó para el CD interactivo como para las demás piezas, pero luego de hacer encuestas se llegó a la conclusión de que no cumplía con los objetivos deseados.



Segunda propuesta para el concepto creativo

Para la segunda propuesta se utilizó el concepto de: "Colecciona sonrisas de amor, perdón, esperanza" en el cual también se utilizaron fotografías dando a entender estos tres sentimientos. En esta segunda propuesta ya se había establecido una línea de diseño en cuanto a colores, diagramación y diseño que sí funcionó, sin embargo el concepto del slogan y fotografías tampoco llegaron a cumplir con el objetivo deseado.



Proceso del desarrollo de los bocetos y decisiones de diseño

Luego de aplicar una serie de métodos creativos para definir el concepto principal de la campaña y estilo de diseño, y haber presentado y evaluado algunas propuestas para la campaña, se llegó finalmente al siguiente concepto:

Colecciona detalles que marcan vidas.

Para llegar a este concepto se realizó el siguiente cuestionamiento:

¿Qué necesita la gente? Compañía

¿Cuál es el deseo o motivo de coleccionar?

- Sentir que soy importante
- Ser parte de algo

¿Por qué colecciono?

Porque a todos nos gusta algo que comience y creer que podemos terminarlo, a lo cual, si estamos motivados, le damos seguimiento y mejor aún si podemos tener acceso a ese algo y tenerlo de recuerdo.

Entre las razones de alguien para coleccionar algo se encuentra primero que todo el liderazgo individual, el sentirse líder de conducir su vida, decidir a donde quiere dirigirse y estar en armonía con el medio que lo circunda. El poder de adquisición de una serie no sólo de un elemento. Tener continuidad con algo y que si esto ayuda a alguien más tiene doble beneficio.

En cuanto al ambiente y estilo de diseño para el CD interactivo y todos los demás materiales que apoyarán la campaña, también se realizó una investigación para utilizar un diseño paralelo a lo que se quiere transmitir, que es vender las muñecas para la recaudación de fondos.

Muñeca: (tangible)

Suave
Pequeña
Infantiles / vivos
Adorno
Regalo
Detalle

(intangible)
Alegres / felices
bonitos
barato
finas
decorativas
personalidades

Ayuda: (tangible)

Dinero
Depósitos
Cheques
Mano de obra
Participar
Capacitando
Oficio

(intangible)

Dar

Voluntaria

Empatía

Satisfactoria

Gratitud

Agradecimiento

Colección

Luego de definir estas características se incluyó como parte del concepto “detalles que marcan vidas”; éste tiene varias funciones debido a que las muñecas son los detalles que se pueden utilizar para regalar y marcar una vida, y también al comprar una muñeca se está ayudando a los niños de los orfanatos, marcándoles la vida también.

Gráficamente para visualizar el concepto y transmitir por medio del CD interactivo lo acogedor, tierno y ameno de las muñecas, se realizó un diseño moderno y atractivo ambientado al estilo de la creación de una muñeca de trapo, que es el producto My Love Doll. Se utilizarán hilos, telas, botones, agujas, retazos y varios íconos gráficos que creen un ambiente de costura, de creación, que a la vez lleva el mensaje implícito de que se está construyendo un futuro mejor para los niños a los cuales se va ayudar.

Los colores que se utilizaron afectan directamente a los estados físicos y emocionales. Independientemente de la simbología cultural de los colores y las connotaciones personales de los registros cromáticos, que aportan otras visiones a la gama de color, se utilizaron más colores cálidos que fríos. Sin embargo se utilizó uno frío, en este caso el azul, para tener un buen balance tanto en vista como significado psicológico.

El color que más predomina en el CD interactivo y en las demás piezas gráficas es el anaranjado que representa alegría, creatividad, éxito y es utilizado como estimulante del apetito. Es un color “amigable” con mucha fuerza, energético, vibrante. Tiene una excelente visibilidad, la cual se quiere lograr con dicho CD.

El azul utilizado se asocia con seriedad, carácter, análisis, honestidad, conocimiento, transparencia, pureza, salud, tranquilidad, agua.

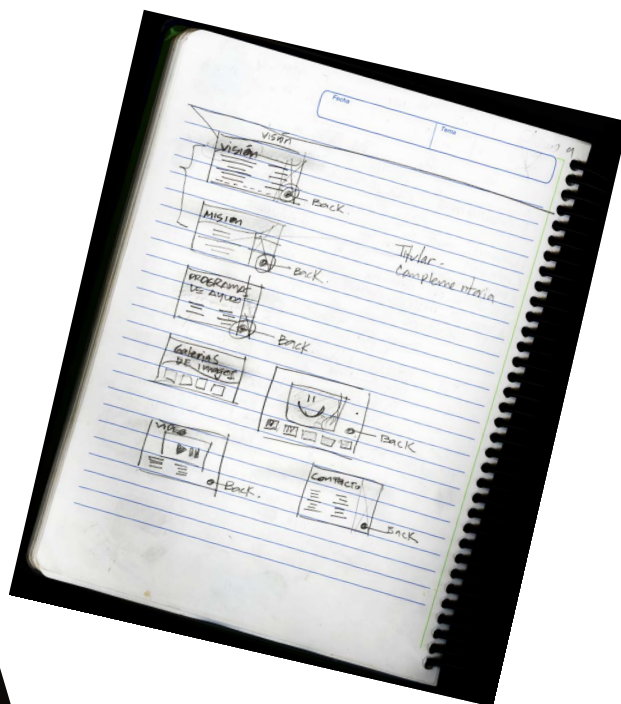
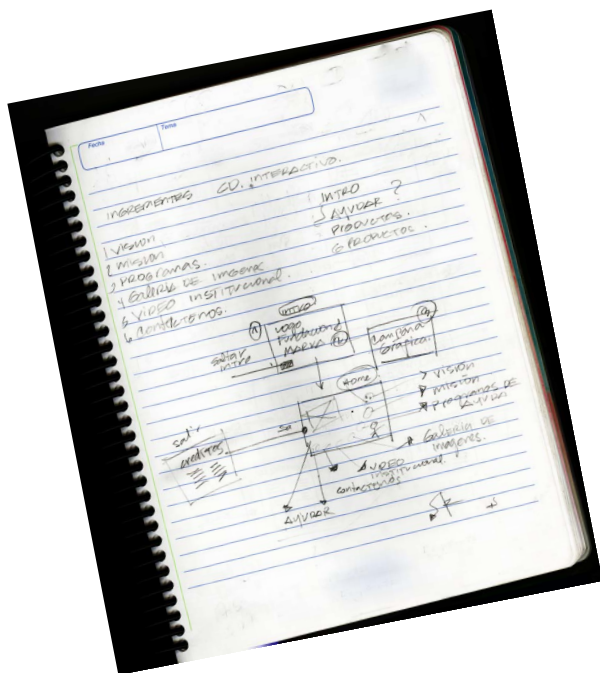
El rojo provoca reacción en el cuerpo, en la mente. El rojo sin ninguna duda enciende y el amarillo transmite alegría, la longevidad, la inteligencia, el optimismo y la claridad.

El CD interactivo tiene varias secciones, las cuales se definen a continuación:

Menú de Inicio

1. Visión
2. Misión
3. Programas
4. Galería de imágenes
5. Video Institucional
6. Contáctenos
7. Quiero ayudar a la Fundación
 - 7.1 My Love Doll
 - 7.2 Productos

Esquema Pre-boceto:





Capítulo IV:

**Comprobación
de eficacia
y Propuesta
gráfica final**

Comprobación de eficacia Y Propuesta gráfica final

El proceso de validación consistió en verificar la eficacia del CD interactivo y de las piezas de diseño que apoyan a la campaña promocional de la Fundación God's Project.

Las técnicas para validar fueron realizadas de manera coordinada con el cliente, el grupo creativo afín y el grupo objetivo, con la finalidad de enriquecer la investigación y tener resultados más adecuados.

Se utilizaron tres técnicas de validación con los tres grupos que se describen a continuación:

Entrevista = Cliente

Debido a que la entrevista es un instrumento muy importante en una investigación y un procedimiento cómodo y económico para obtener datos referentes al tema que se está tratando, se realizó una entrevista con el cliente, en este caso, con la directora ejecutiva de la Fundación God's Project, Elizabeth Molina.

Los resultados fueron muy positivos; el diseño, la diagramación y navegación en el CD interactivo le pareció creativo, llamativo y dinámico. Sus observaciones fueron en cambiar de orden unas fotografías. Con las demás piezas gráficas que respaldarán el CD interactivo también realizó una observación en la fotografía utilizada, la cual se mejoró y se colocó el producto My Love Doll más grande.

Focus Group = Grupo Creativo Afín

El Focus Group es una técnica de recolección de datos, que puede realizarse a fin de investigar acerca de la percepción de las personas entorno a un tema en particular. Se realizó una entrevista grupal con el grupo creativo afín, se mostró la propuesta del CD interactivo y las piezas gráficas que apoyan la campaña promocional y se observaron las reacciones anotando los comentarios y opiniones del grupo. Se conformó por seis personas, en una habitación amplia y cómoda que contó con todas las comodidades de climatización y confort para también así favorecer la conversación de los participantes. La propuesta del CD interactivo y piezas gráficas fue aceptada, tanto de concepto de diseño, como colores utilizados, interactividad y multimedia. Las sugerencias consistieron en mejorar la facilidad de navegación en el CD interactivo, agregar más opciones para dirigirse a las demás secciones y no regresar al menú cada vez que se termine de ver alguna, también más imágenes en cada sección y colocarle más información en cuanto al precio de las muñecas y al lugar de adquisición, tanto en el CD interactivo como en las piezas gráficas impresas.

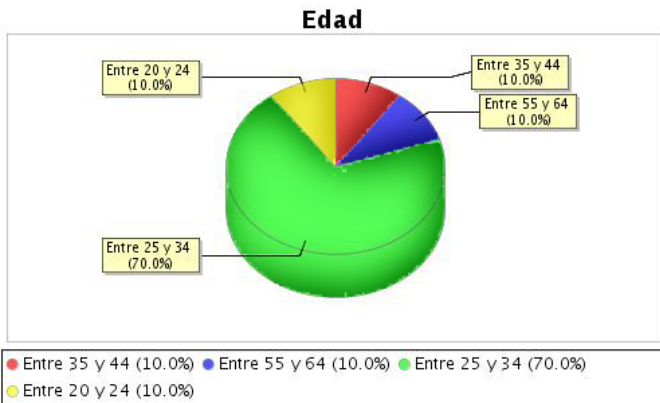
Encuesta = Grupo Objetivo

La encuesta se puede definir como una investigación realizada sobre una muestra de individuos representativos de un gremio más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con la intención de obtener

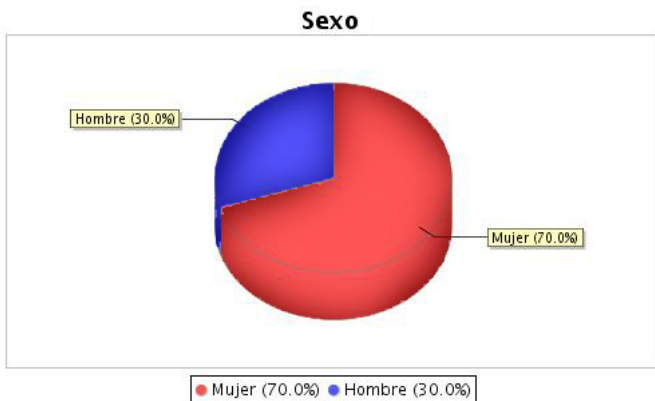
mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas del grupo objetivo. La encuesta estuvo compuesta por una serie de preguntas cerradas y abiertas, dicha encuesta se realizó a través de Internet. Y para recolectar los resultados de la validación con el grupo objetivo, se verificaron las respuestas y el resultado de las gráficas.

Como perfil del informante se contó con personas que en su mayoría estaban entre 25 y 34 años, de diferentes profesiones, oficios y roles. Residentes en la ciudad de capital de Guatemala, con un ingreso mínimo de un mil quetzales al mes.

A continuación los resultados gráficos y porcentuales de la encuesta realizada:

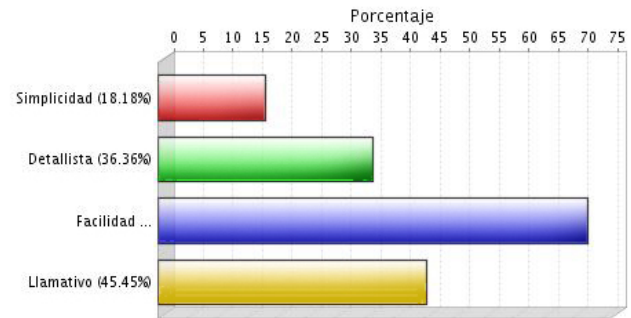


La mayoría de personas encuestadas fue según el grupo objetivo planteado anteriormente, en el cual hay un 70% de personas con las edades de 25 y 34 que son las personas más proclives a influenciar con la campaña.



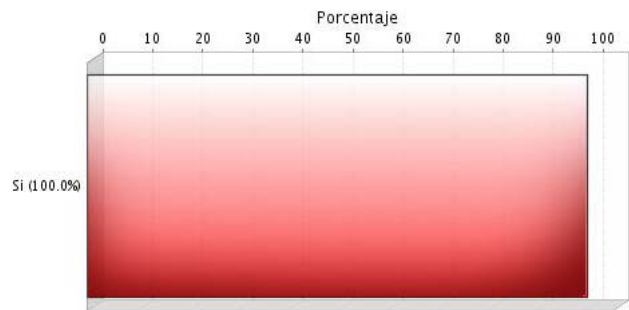
Según el sexo, entre las personas que contestaron la encuesta hay una mayoría de mujeres, lo cual es viable debido a que son consumidoras y compradoras dominantes en casi todas las categorías del mercado.

¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos te atraen del CD interactivo?



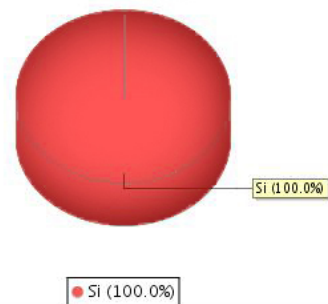
Debido a que en el CD interactivo se pretende presentar la información de una manera fácil, dinámica y creativa; se cumplió con el objetivo de ser accesible y fácil en su interactividad.

¿Te parece atractivo el diseño y estructura tanto del CD interactivo como de las piezas gráficas que apoyan a la Campaña de Promoción?



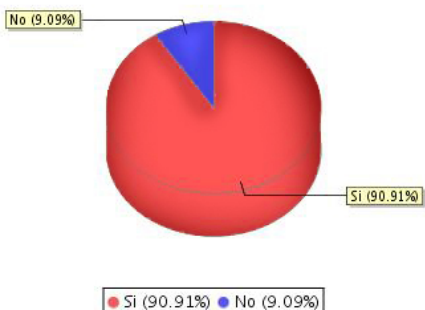
Una campaña de promoción debe de ser atractiva desde el principio para que la persona potencial a apoyar, sea persuadida y quiera ayudar y ver el CD interactivo para hacerlo frecuentemente.

¿Crees que la tipografía utilizada en cada una de las piezas gráficas e interactivas de la campaña promocional es adecuada y legible?



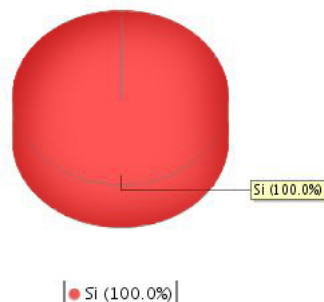
La tipografía es esencial en una campaña de promoción, sobre todo en las piezas gráficas y en el CD interactivo para facilitar la lectura del usuario y proporcionarle dinamismo.

¿Los sonidos de los botones del CD interactivo te parecen apropiados?



Los sonidos son básicos en el CD interactivo, debido a que es un material audiovisual y crea interactividad con el usuario; según la encuesta les parecieron apropiados.

¿Te llaman la atención los colores utilizados en toda la Campaña Promocional para la Fundación God's Project?



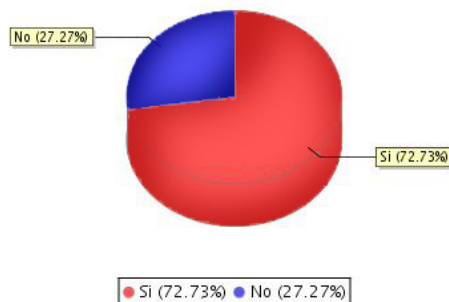
Los colores utilizados son básicos para llamar y atraer la atención de las personas e influenciarlas, lo cual se cumplió, según la encuesta.

La información proporcionada, ¿es suficiente para conocer acerca de la Fundación God's Project?



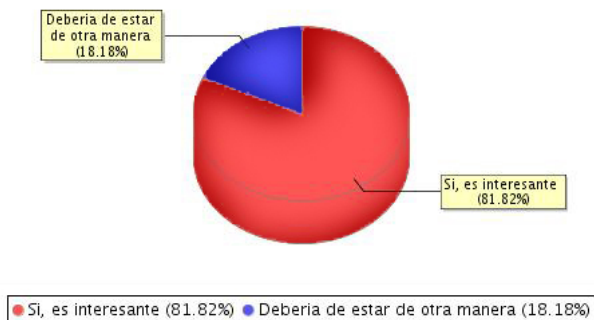
Como bien se ha dicho, uno de los objetivos principales del CD interactivo y las piezas gráficas es informar acerca de la Fundación, lo cual la mayoría opinó que es suficiente, ya que se muestra la información básica.

¿Te atrae coleccionar las muñecas My Love Doll, luego de haber visto el CD interactivo?



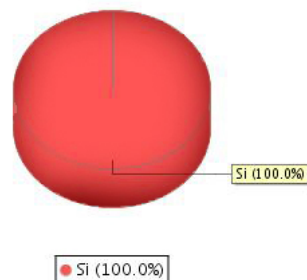
Esta pregunta es muy importante, debido a que como fin se pretende que se informen del producto My Love Doll, lo adquieran, lo coleccionen. Así con esto, no sólo ayudan una vez si no se les induce a ayudar en más ocasiones.

En la sección del producto en el CD interactivo, ¿te parece interesante la manera en que se presentan las muñecas?



Presentar las muñecas de una manera interesante es importante para que las personas se enteren de la colección, se informen y se motiven a adquirir las demás.

¿Crees que funciona el concepto de la Campaña de Promoción para atraer personas a que apoyen y compren My Love Doll?



Queriendo llegar un poco más a fondo acerca del producto My Love Doll y de la Fundación God's Project se presenta un concepto que llegue al sentimiento y memoria en las personas, y no solo buscar su apoyo, sino que ellos mismos se están llevando un beneficio al darle algo a alguien más, la respuesta fue muy positiva.

Propuesta gráfica final

Y Fundamentación

La validación se realizó enfocada principalmente en el CD interactivo, pero debido a que es una campaña promocional se realizó la validación de todas las piezas gráficas propuestas.

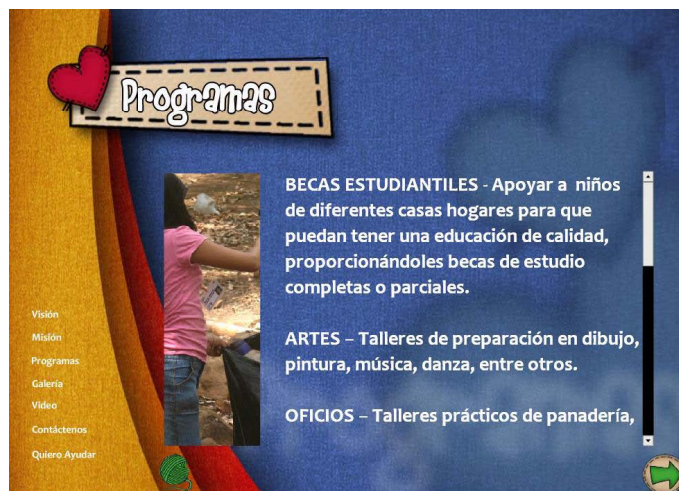
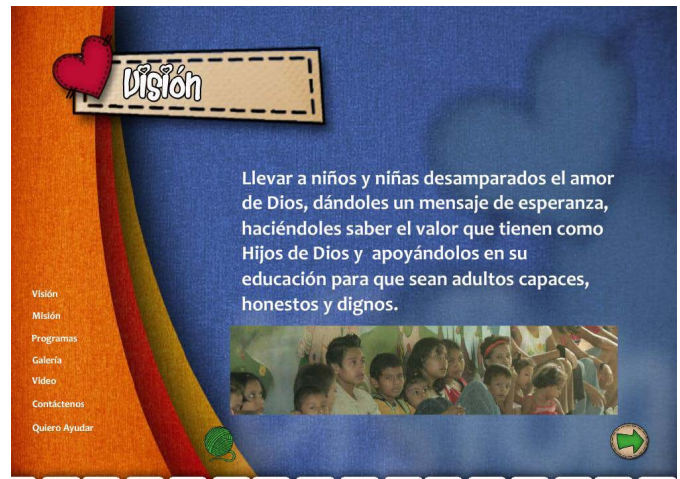
Durante la validación se obtuvieron algunas sugerencias para mejorar la facilidad de navegación en el CD interactivo y este fuera aún más atractivo.

Se agregó un botón de siguiente a cada sección, ya que en un inicio se había puesto un botón que regresaba al menú y no había opción para ir de sección en sección sin tener que regresar al menú inicio.

También se agregó un banner interactivo en cada sección de imágenes de la Fundación para hacerlo más dinámico, y un submenú para permitirle al usuario dirigirse a la sección que más le interese o quiera.

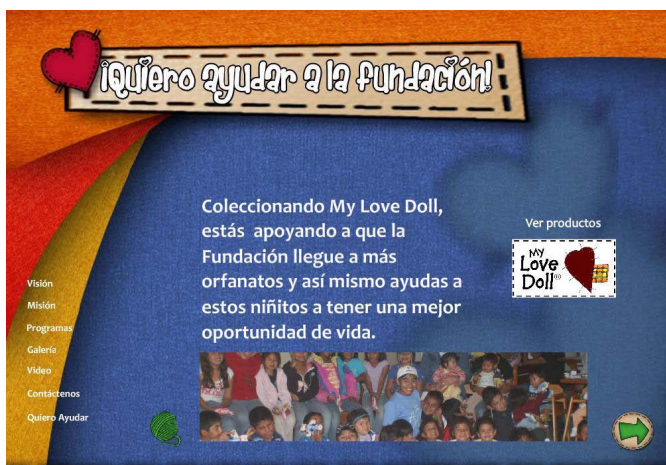
Luego se colocó el precio de las muñecas en la sección en donde se muestran, debido a que la persona que las ve, necesita saber el precio para comprarla.

A continuación se presenta la propuesta final del CD interactivo, con los cambios sugeridos y que aportaron a la mejora del mismo:





Debido a que el CD interactivo es un recurso de promoción publicitaria innovador e impactante actualmente en el mercado, se desarrolló como pieza principal para la campaña de la Fundación God's Project, creando un sistema efectivo que trae numerosas acciones como el apoyo de venta, también atrayendo a más personas a que apoyen y donen para que esta fundación siga apoyando a los orfanatos y se extienda a más.



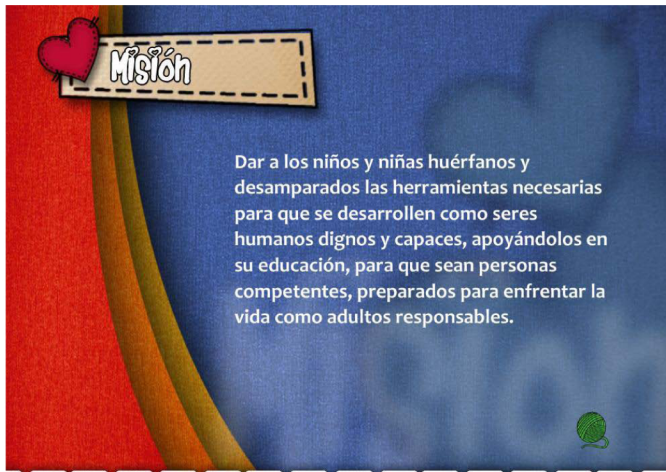
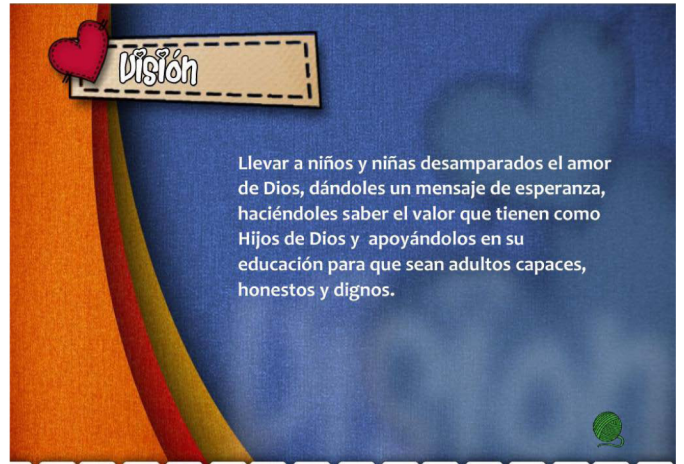
Aparte de ser una herramienta publicitaria innovadora, como medio de distribución el costo es bajo, por lo cual también permite a la Fundación poder contar con esta herramienta y utilizarla.

Primero el CD interactivo se entregará personalmente, según los contactos que la Fundación God's Project consiga o tenga, se irá dando de uno en uno. También como estrategia se propone poner un stand en los centros comerciales y así obtener la venta de las muñecas en ese momento y compartir el CD interactivo para que la persona que adquiera una muñeca se lo lleve y siga coleccionando.



Se crearon unas tarjetas de recolección de datos para que a la persona que adquiera su muñeca se le dé seguimiento por medio de un mail y se le invite a ir a comprar las demás.

CD Interactivo



Etiqueta de CD



Empaque de CD



Volantes



Banner y minibanner



📌 Stand



📌 Tarjeta de Recolección de datos en el stand

A data collection card for 'My Love Doll'. The card has a wooden texture background. At the top left, there is a 'My Love Doll' logo with a red heart and a small grid. To the right, it says 'Colección 2' and 'Detalles que marcan vidas'. Below this, there are four fields for data collection: 'Nombre: _____', 'Edad: _____', 'Teléfono: _____', and 'E-mail: _____'. At the bottom right, there is a small 'GOD's project' logo.

📌 Tarjeta de Presentación





Conclusiones



Dado que la Fundación God's Project es una entidad no lucrativa, que ayuda a niños desamparados y faltos de amor y cariño, pese a que están en orfanatos, la Fundación los capacita en muchas áreas para que estos tengan un futuro mejor, por lo cual la creación de una campaña para dar a conocer la Fundación God's Project y la promoción de los medios por los cuales las personas pueden apoyar es de gran utilidad para lograr los objetivos de dicha entidad.



La elaboración del CD interactivo beneficia directamente a la Fundación, y por medio de él se comercializa de una manera más directa y efectiva el producto My Love Doll, con cuya venta los fondos llegan a la Fundación de una manera más concisa y precisa.



La haber propuesto piezas gráficas que apoyaran al punto de venta de My Love Doll y en donde también se entregará el CD interactivo trae resultados sorprendentes debido a que la imagen y persistencia de los mismos aporta a que las personas quieran adquirir tanto el CD como las muñecas.



La comunicación audiovisual que se presenta por medio del CD interactivo da como resultado una comunicación más efectiva, debido a que la mayoría de personas se basan más por lo visual e inmediatamente extienden su apoyo.



Recomendaciones

- Que el CD interactivo sea entregado junto con el producto My Love Doll para que la persona que adquiera una muñeca o muñeco se lleve la información completa de la Fundación y asimismo pueda seguir apoyando o coleccionando y convertirse en un donante perseverante.
- Que el material impreso creado como apoyo del CD interactivo se imprima y se utilice en los puntos de venta.
- Realizar la distribución del CD interactivo de una manera conciente y dárselo a las personas que tengan el perfil que se expuso en el grupo objetivo para que no se desperdicie y alcance la finalidad deseada.



Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta

Plan Estratégico de medios

Se propone colocar puntos de venta dentro de los centros comerciales en donde se venda la muñeca y a la vez se entregue el CD interactivo a las personas que adquieran las muñecas My Love Doll.

En los puntos de venta colocar el stand, junto con el minibanner y el banner, también los volantes para entregarles a las personas que pasen cerca del stand y las tarjetas de recolección de datos para luego hacer una base de datos de las personas que adquirieron el producto My Love Doll e informar acerca de la Fundación y de cómo se están utilizando los fondos.

El precio del CD por unidad es de Q 4.90. Con etiqueta impresa a full color y el empaque propuesto, el total será de Q.20.00 por CD.

Si la computadora no tiene Flash Player se recomienda descargarlo de forma gratuita en la siguiente dirección:

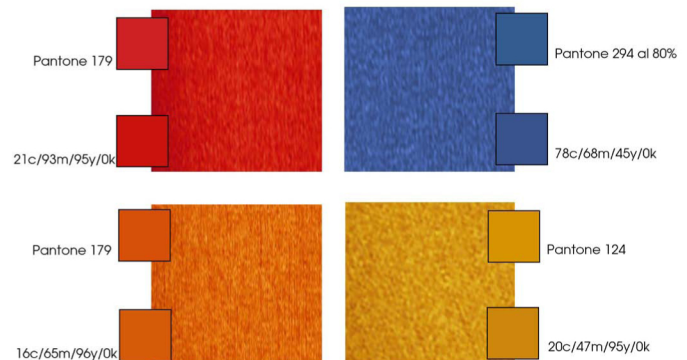
<http://www.adobe.com/es/products/flashplayer/>

Los colores que se utilizaron tanto en el CD interactivo como en todos los demás materiales de la campaña son los siguientes:

CD Interactivo

Para poder ver el CD interactivo se necesita una computadora, ya sea PC o Macintosh.

Este mismo inicia automáticamente cuando está en una PC debido a que es un archivo .exe, o en otras palabras un archivo ejecutable, cuyo contenido se interpreta por el ordenador como un programa. Si está en un Macintosh, se adhiere al CD un archivo .swf que por el sistema del mismo puede decodificar esa extensión.



La tipografía utilizada tanto en el CD interactivo como en las demás piezas gráficas son:

Heartbreaker

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

MisterEarl BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Candara

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Banner

El banner propuesto tiene una medida de 0.60 x 1.80 m, el costo del banner es de Q.45.00

Volantes

Se propusieron 1000 volantes para iniciar, el costo por unidad es de Q.183, en total son Q.1,830.00

Minibanner

El minibanner tiene una medida de 22 x 45 cm, con un costo de Q.30.00 y si se compra con araña aumenta el precio a Q.70.00.

Stand

Compuesto por tres piezas, con una medida de 1.90 x 1.00 m, el costo por stand es de Q.2,650.00

Tarjeta de recolección de datos en el stand

La medida de la tarjeta es de 5 x 6", solo tiro a full color.

Tarjeta de presentación

La medida es de 2x3", solo tiro a full color. El Precio por unidad es de Q.0.80.



Bibliografía y Fuentes Consultadas

Autor: Altamirano, Florencia

Título: Niñez, pobreza y adopción, una estrategia social : un estudio de investigación desde el trabajo social / Florencia Altamirano. --

Clasificación: 361.32 A465

Imp / Ed.: Buenos Aires : Espacio, 2002.

Descripción: 174 p. : il. ; 20 cm.

ISBN: 9508021454

Temas:

Trabajo social con niños

Adopción

Orfanatos

Niños abandonados

Autor: Pereira de Gómez, María Nieves

Título: El niño abandonado : familia, afecto y equilibrio personal / María Nieves Pereira de Gómez.--

Clasificación: 306.88 P436:2

Imp / Ed.: Mexico : Trillas, 2006.

Edición: 2 ed.--

Descripción: 128 p. ; 23 cm.

ISBN: 968247650

Temas:

Orfanatos

Niños abandonados

Trabajo social con niños

Vida familiar

Páginas Web

1. <http://www.madrid.org/> Madrid Comunidad Virtual

2. Copyright ©2008 TuAnalista.com. Todos los derechos reservados.

3. www.definicion.org/huerfano

4. <http://es.cyberdodo.com/directory/view?id=1121>

5. <http://www.definiciones.com.mx/definicion/A/apoyo/>

6. <http://es.wikipedia.org/wiki/Orfanato/>

7. <http://es.wikipedia.org/wiki/Pobreza>

8. <http://www.geocities.com/CollegePark/Field/3519/aduldef.html>, José Antonio Cárdenas Zetina | carzeto2@prodigy.net.mx /

9. <http://revistaoye.blogspot.com/2009/03/la-desintegracion-familiar.html>, Publicado por María Reyes

10. www.cdinteractivo.com

11. <http://crengifo.tripod.com/banner/a-banner.html>

12. http://es.wikipedia.org/wiki/Volante_propagand%C3%ADstico



Glosario

Entidad no lucrativa:

Es una entidad cuyo fin no es la consecución de un beneficio económico. Suele tener la figura jurídica de asociación, fundación, mutualidad o cooperativa (las cooperativas pueden tener o carecer de ánimo de lucro), y por lo general reinvierte el excedente de su actividad en obra social.

Gremio:

Conjunto de personas que tienen un mismo ejercicio, profesión o estado social.

Estandarizado:


Tipificar, ajustar o adaptar a un tipo, modelo o norma alguna cosa.

Producción:


Fabricación o elaboración de un producto.



Anexos



Encuesta
CD Interactivo y piezas gráficas que apoyan la campaña promocional



A continuación se le presentará una serie de preguntas acerca del cd interactivo que vió anteriormente como apoyo para la campaña de promoción para la fundación Gods Project.

1. Sexo: 2. Edad:

| | |
|------------------------------------|--|
| Masculino <input type="checkbox"/> | 18-24 <input type="checkbox"/> |
| Femenino <input type="checkbox"/> | 25-30 años <input type="checkbox"/> |
| | 31-37 <input type="checkbox"/> |
| | 38-49 <input type="checkbox"/> |
| | 50 años en adelante <input type="checkbox"/> |

3. ¿Cuál o cuáles de los los siguientes aspectos te atraen del CD interactivo?

Simplicidad

Facilidad de información

Detallista

Llamativo

Ninguno de los anteriores

4. ¿Te parece atractivo el diseño y estructura tanto del CD interactivo como de las piezas gráficas que apoyan a la Campaña de Promoción?

Si No

5. ¿El diseño y estructura del cd interactivo te parece atractivo?

Si No

6. ¿Crees que la tipografía utilizada en cada una de las piezas gráficas e interactivas de la campaña promocional es adecuada y legible?

Si No

7. ¿Los sonidos de los botones del CD interactivo te parecen apropiados?

Si No

8. La información proporcionada, ¿es suficiente para conocer acerca de la Fundación God's Project?

Es suficiente Debería haber más información

No es suficiente

9. En la sección del producto en el CD interactivo, ¿te parece interesante la manera en que se presentan las muñecas?

Si

No

10. ¿Te llaman la atención los colores utilizados en toda la Campaña Promocional para la Fundación God's Project?

Si

No

11. ¿Crees que funciona el concepto de la Campaña de Promoción para atraer personas a que apoyen y compren My Love Doll?

Si

No

12. ¿Te atrae coleccionar las muñecas My Love Doll, luego de haber visto el CD interactivo?

Si

No

13. ¿Comprarias una de estas muñecas para regalarla como un detalle de muestra de cariño a alguien que aprecias?

Si

No

14. ¿Tienes algún comentario adicional o alguna sugerencia acerca del cd interactivo?



No. de Cotización: 000000472

Fecha Emisión: 02/06/2010

Fecha Venciml.: 02/06/2010

Cliente: LAURA DIEGUEZ
Dirección: CIUDAD
Vendedor: ERICK
Con Atención a: LAURA DIEGUEZ
Contacto: (502) 4131-6363 / 2289-2330 / 4878-0854
Observaciones: COTIZACION BANNER 0,60X1,80 Y 0,22X0,45

| Cod. Artículo | Descripción | Unidades | Precio U. | Monto |
|---------------|----------------------------|----------|-----------|-------|
| 102001 | M2 IMPRESION LONA VINILICA | 1,10 | 45,00 | 49,50 |
| 102001 | M2 IMPRESION LONA VINILICA | 1,00 | 45,00 | 45,00 |
| Sub-Total: | | | | 94,50 |
| Descuento: | | | | 0,00 |
| Total: | | | | 94,50 |

02/06/2010 21:48

Nombre de Vendedor: ERICK

Aceptado

Condiciones Generales:
Condiciones Generales:

Para todo trabajo se requiere el 50% de anticipo y 50% contra entrega. No nos hacemos responsables por mal estado de la estructura metálica, vehículo o rotulo, así como limpieza, pintura, lámparas y balastros en mal estado. La instalación no incluye tapa remaches ni modificaciones al rotulo o estructura metálica.

Es necesario se proporcione la energía eléctrica adecuada y parqueo libre durante las horas de instalación, esta se hace en una sola visita y si fuere necesario extender el horario estipulado es necesario dejar un encargado en el local comercial para que facilite lo necesario como la energía eléctrica.

Tiempo de Entrega: A convenir dependiendo de la fecha de recepción del material y/o aprobación del diseño final.
Los precios están Sujetos a Cambios sin Previo Aviso.

www.helio centro.com
Boulevard Liberación, 15-86 Zona 13, Edificio Obelisco
Tel: (502) 2332-0139/ 2361-9581
11 av. 30-15 zona 12, colonia sta rosa (entrada usac periferico)
Tel: (502) 2477-0552 /2477-0541



Ediciones Superiores, S. A.
 Av. Del Ferrocarril 18-87 zona 12
 PBX: 2381-3300, 2353-1306 y 07. Fax: 2381-3340
 Guatemala, Guatemala

COTIZACION

D-4819

| | | | |
|----------|-----------------------|------|-----|
| Cliente | 6716 | | |
| Contacto | Laura Diéguez | | |
| Teléfono | 2410-2246 | Fax | --- |
| Celular | --- | Otro | --- |
| E-mail | lauidieguez@gmail.com | | |

| | |
|------------------|---------------------------------------|
| Fecha | 27-05-10 |
| Vendedor | Sergio Estrada |
| E-mail vendedor | sergio.estrada@edicionesuperiores.com |
| Teléfono Directo | 2381-3323 |

Tenemos el gusto de cotizarle el siguiente trabajo:

Volantes

Tamaño 1/2 carta, impresos a full color más Barniz Normal Brillante total tiro y retiro, en Couche Brillante B-80, troquelado.

| | | |
|---------------------|---------------|--|
| Este trabajo es | Trabajo nuevo | |
| Cliente Proporciona | Arte en CD | |
| Programa | Freehand | |

| | | | |
|--------------|----------|--|--|
| Cantidades | 1,000 | | |
| Precio Unit. | 1.83 | | |
| Precio Total | 1,830.00 | | |

| | | | |
|--------|-----------|--|--|
| Tamaño | 1/2 carta | | |
|--------|-----------|--|--|

| Parte | Material | Impresión | | Barniz Normal | | Barniz UV | | Plástico | |
|-------|-----------------------|-----------|--------|-----------------|-----------------|-----------|--------|----------|--------|
| | | Tiro | Retiro | Tiro | Retiro | Tiro | Retiro | Tiro | Retiro |
| | Couche Brillante B-80 | 4 | 4 | Brillante total | Brillante total | | | | |

| | |
|-----|--|
| xxx | Doblado Troquelado Medio Corte Despegar Numerado Estampado Engrapado Pegado Caballote |
|-----|--|

| | |
|--|--|
| | Espiral metálico Sisado Perforado p/desprender Perforado (Cartapacio) Bloqueo Encuadernado carterita Lomo Cuadrado |
|--|--|

| | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| Forma de pago | 50% de anticipo y 50% contraentrega |
| Tiempo de entrega | A convenir |
| Sostenimiento de oferta | 10 días |

Información importante: El precio que indicamos en esta cotización, es válido únicamente si las especificaciones aquí indicadas son cumplidas. Cualquier variación podría implicar un recargo. **Los precios anteriores incluyen IVA, y están en Quetzales**

Sergio Estrada

Aprobado Cliente



Tarifas de Espacios

| Tiempos de Arrendamiento | Precio diario de Lunes- Jueves | | Precio diario Viernes- Domingo | | Entre Semana | | Fin de Semana | | Semana Completa | |
|------------------------------------|--------------------------------|-----------|--------------------------------|-------------|--------------|-------------|---------------|-------------|-----------------|-------------|
| | Inquilinos | Terceros | Inquilinos | Terceros | Inquilinos | Terceros | Inquilinos | Terceros | Inquilinos | Terceros |
| Plazas | \$ 420.00 | \$ 600.00 | \$ 770.00 | \$ 1,100.00 | \$ 1,120.00 | \$ 1,600.00 | \$ 1,750.00 | \$ 2,500.00 | \$ 2,800.00 | \$ 3,500.00 |
| Plazas | \$ 420.00 | \$ 600.00 | \$ 770.00 | \$ 1,100.00 | \$ 1,120.00 | \$ 1,600.00 | \$ 1,750.00 | \$ 2,500.00 | \$ 2,800.00 | \$ 3,500.00 |
| Espacio, Stand ó Kiosko 2x2 | \$ 250.00 | \$ 325.00 | \$ 400.00 | \$ 520.00 | \$ 600.00 | \$ 780.00 | \$ 700.00 | \$ 900.00 | \$ 1,000.00 | \$ 1,300.00 |
| Actividades personas en movimiento | \$ 250.00 | \$ 325.00 | \$ 250.00 | \$ 300.00 | \$ 600.00 | \$ 780.00 | \$ 700.00 | \$ 900.00 | \$ 1,000.00 | \$ 1,300.00 |
| Mainstreet | \$ 250.00 | \$ 350.00 | \$ 450.00 | \$ 550.00 | \$ 900.00 | \$ 1,200.00 | \$ 1,400.00 | \$ 1,800.00 | \$ 2,000.00 | \$ 2,450.00 |

Nota: Máximo de 4 personas en cada actividad, por cada persona extra se cobrará un 15% de recargo

Tarifa "Entre Semana" incluye todos los días de lunes a jueves

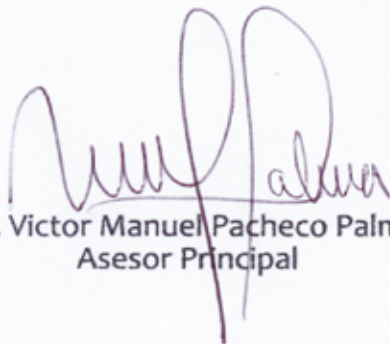
Tarifa "Fin de Semana" incluye todos los días desde viernes a Domingo

Precios II o incluyen IVA

Imprímase



Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Decano Facultad de Arquitectura



Lic. Victor Manuel Pacheco Palma
Asesor Principal



Laura Eleonor Diéguez Porres
Sustentante



Campaña de Promoción para la Fundación God's Project
Guatemala 2010