

**Galileo**  
UNIVERSIDAD

La Revolución en la Educación

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA CON HIJOS QUE SE ENCUENTRAN EN LAS EDADES DE TRES A SEIS AÑOS, LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN PREPRIMARIA QUE OFRECE EL COLEGIO TRAZANDO EL CAMINO. ALDEA SANTA INÉS PINULA, SAN JOSÉ PINULA, GUATEMALA, 2016.

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación Guatemala, CA

**ELABORADO POR:**

Kevin Xavier Cordón Rustrián

No. De Carné: 12002797

Para optar al título de:

**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, Marzo 2016


Guatemala 30 de abril de 2015

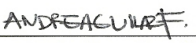
Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:  
**DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER  
A PADRES Y MADRES DE FAMILIA CON HIJOS QUE SE ENCUENTRAN EN  
EJES DE TRES A SEIS AÑOS, LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN  
PREPRIMARIA QUE OFRECE EL COLEGIO TRAZANDO EL CAMINO.  
ALDEA SANTA INÉS, SAN JOSÉ PINULA, GUATEMALA, 2016.** Así mismo  
solicito que la Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores sea quién me asesore en la  
elaboración del mismo.

Atentamente,

  
Kevin Xavier Córdón Rustrián  
12002797

  
Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores  
Asesora



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 4 de mayo del 2015

Señor  
**Kevin Xavier Cordón Rustrián**  
Presente

Estimado señor Cordón:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA CON HIJOS QUE SE ENCUENTRAN EN LAS EDADES DE TRES A SEIS AÑOS, LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN PREPRIMARIA QUE OFRECE EL COLEGIO TRAZANDO EL CAMINO. ALDEA SANTA INÉS, SAN JOSÉ PINULA, GUATEMALA, 2016.** Asimismo, se aprueba al Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 4 de diciembre 2015

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de ciencias de la Comunicación**  
**Universidad Galileo**

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA CON HIJOS QUE SE ENCUENTREN EN LAS EDADES DE TRES A SEIS AÑOS, LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN PREPRIMARIA QUE OFRECE EL COLEGIO TRAZANDO EL CAMINO, ALDEA SANTA INÉS, SAN JOSÉ PINULA, GUATEMALA 2016.** Presentada por el estudiante *Kevin Xavier Cordón Rustrián*, con número de carné *12002797*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

*ANDREA AUILAR F.*

**Licda. Carmen Andrea Auilar Flores**  
**Asesor**



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

**Guatemala, 26 de abril 2016**

**Señor  
Kevin Xavier Cordón Rustrián  
Presente**

Estimado señor Cordón:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Ciudad de Guatemala, 5 de julio de 2016

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

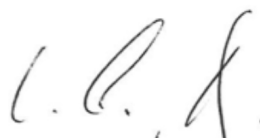
Universidad Galileo

Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA CON HIJOS QUE SE ENCUENTRAN EN LAS EDADES DE TRES A SEIS AÑOS, LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN PREPRIMARIA QUE OFRECE EL COLEGIO TRAZANDO EL CAMINO. ALDEA SANTA INÉS, SAN JOSÉ PINULA, GUATEMALA, 2016***, del estudiante Kevin Xavier Cordón Rustríán, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



**Galileo**  
UNIVERSIDAD  
La Revolución en la Educación



Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 7 de julio 2016

**Señor**  
**Kevin Xavier Cordón Rustrián**  
**Presente**

Estimado Señor Cordón:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A PADRES Y MADRES DE FAMILIA CON HIJOS QUE SE ENCUENTRAN EN LAS EDADES DE TRES A SEIS AÑOS, LOS SERVICIOS DE EDUCACIÓN PREPRIMARIA QUE OFRECE EL COLEGIO TRAZANDO EL CAMINO**, presentada por el estudiante **Kevin Xavier Cordón Rustrián**, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

---

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia con hijos que se encuentran en las edades de tres a seis años, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino. Aldea Santa Inés Pinula, San José Pinula, Guatemala, 2016.

**Elaborado por:**

Kevin Xavier Cordón Rustrián

No. de carné: 12002797

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, Marzo 2016



## **Autoridades**

Rector

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora

Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Lic. Rualdo Anzueto Ms.C

## **Dedicatoria**

### **A La Santísima Trinidad:**

A Dios, por ser el creador y generoso, por haberme otorgado la vida, por su amor puro y permitirme cumplir cada sueño, cada meta, cada objetivo sin haber dañado al prójimo.

A Jesús Hijo, por dejar una enseñanza de vida que siempre llevo presente, que es hacer el bien sin mirar a quién, esto llena mi ser de paz, tranquilidad y armonía.

Al Espíritu Santo, por ser la unión viva entre Cristo y mi ser, por medio de Él, Dios envía su sabiduría para que yo culmine con tranquilidad cada meta en mi vida según su voluntad.

### **A mis padres:**

Porque son las dos personas que Dios me dio, que amo y aprecio en esta vida porque en ellos veo el reflejo del amor, la verdad, la seguridad. Por su apoyo incondicional en cada momento, por estar pendiente de mí en cualquier acto que realice en esta vida, por el sacrificio que hacen para darme lo mejor.

### **A mi hermana:**

Por ser una persona muy importante en mi vida, en ella veo el reflejo de mis trabajos diarios y sé que culminan con satisfacción. Al momento de darle un detalle, ella me responde con unos ojos brillantes y risueños.

**A ella:**

Porque la conozco desde toda mi vida, pero desde hace más de 3 años lo imposible se hizo realidad, con cada acto o detalle que hace me enseña qué es el amor, por apoyarme en cada etapa de mi vida, darme ánimo cada noche de desvelo, por ser una persona muy luchadora. Sé que Dios tiene un propósito en la vida de cada uno y es por ello que me puso en el camino a una mujer especial a quien yo amo mucho, Kelly.

**A mis amigos:**

A Baner, Jose, Javier, Horacio y Ricardo, creo que no importa en el orden que los coloque, ya que los verdaderos amigos son contados con los dedos de la mano, en ellos veo el reflejo de una amistad fiel y duradera que se ha fortalecido por más de 16 años.

**A mi asesora de tesis:**

Licda. Carmen Andrea Aguilar, quien vio en mi la capacidad de cumplir con satisfacción, cada meta trazada durante este tiempo y por alentarme a trabajar en orden y excelencia.

**A mis compañeros de salón:**

Conocí a varios compañeros de salón durante 4 años, pero agradezco mucho a los que me dieron su confianza y el apoyo para participar en cada actividad académica, que Dios los bendiga siempre por eso.

## **Resumen**

En el presente proyecto de graduación se detecta que el Colegio Trazando el Camino no cuenta con materiales gráficos impresos que den a conocer a padres y madres de familia, los servicios que ofrece, es por ello que son pocas las personas que logran enterarse de la existencia del colegio.

Por lo que se plantea el siguiente objetivo: Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino.

Se realizó una herramienta de validación para conocer la percepción del grupo objetivo, conformado por padres y madres de familia entre las edades de 25 a 35 años de edad, que buscan los servicios educativos de nivel preprimaria para niños y niñas entre tres y seis años de edad, quienes cuentan con un nivel socio-económico nivel D, C-y C por los ingresos salariales, poseen un nivel de educación de primaria, básica, diversificado. Hay un bajo porcentaje de los que obtienen un título universitario, y expertos en las áreas de comunicación y diseño.

El resultado obtenido fue que se diseñaron materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia con hijos que se encuentran en las edades de tres a seis años, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino. También se recomienda revisar la impresión del material gráfico impreso que se entrega al cliente, para que este mismo pueda recibir de forma satisfactoria los materiales para su utilización en el colegio.

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este proyecto.

## Índice

<b>Capítulo I: Introducción</b>	
<b>1.1 Introducción.....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo II: Problemática.....</b>	<b>3</b>
<b>2.1 Contexto .....</b>	<b>3</b>
<b>2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....</b>	<b>3</b>
<b>2.3 Justificación .....</b>	<b>4</b>
<b>2.3.1 Magnitud.....</b>	<b>4</b>
2.3.1.1 Gráfica magnitud.....	5
<b>2.3.2 Vulnerabilidad.....</b>	<b>6</b>
<b>2.3.3 Trascendencia .....</b>	<b>6</b>
<b>2.3.4 Factibilidad .....</b>	<b>6</b>
2.3.4.1 Recursos humanos.....	7
2.3.4.2 Recursos organizacionales .....	7
2.3.4.3 Recursos económicos .....	7
2.3.4.4 Recursos tecnológicos.....	7
<b>Capítulo III: Objetivos de diseño.....</b>	<b>8</b>
<b>3.1 Objetivo General .....</b>	<b>8</b>
<b>3.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>8</b>
<b>Capítulo IV: Marco de referencia .....</b>	<b>9</b>
<b>4.1 Información general del cliente.....</b>	<b>9</b>

<b>Capítulo V: Definición del grupo objetivo .....</b>	<b>17</b>
<b>5.1 Perfil geográfico .....</b>	<b>17</b>
<b>5.2 Perfil demográfico .....</b>	<b>17</b>
<b>5.3 Perfil psicográfico.....</b>	<b>18</b>
<b>5.4 Perfil conductual .....</b>	<b>18</b>
 <b>Capítulo VI: Marco Teórico.....</b>	 <b>20</b>
<b>6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....</b>	<b>20</b>
<b>6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....</b>	<b>24</b>
<b>6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.....</b>	<b>24</b>
<b>6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño. ....</b>	<b>29</b>
<b>6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias.....</b>	<b>38</b>
 <b>Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar.....</b>	 <b>46</b>
<b>7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico .....</b>	<b>46</b>
<b>7.2 Conceptualización .....</b>	<b>51</b>
<b>7.2.1. Método.....</b>	<b>51</b>
<b>7.2.2. Definición del concepto.....</b>	<b>56</b>
<b>7.3 Bocetaje .....</b>	<b>57</b>
<b>7.4 Propuesta preliminar .....</b>	<b>123</b>
 <b>Capítulo VIII: Validación Técnica .....</b>	 <b>165</b>
<b>8.1 Población y muestreo .....</b>	<b>165</b>
<b>8.2 Método e instrumento.....</b>	<b>168</b>
<b>8.3 Resultados e interpretación de resultados .....</b>	<b>170</b>
<b>8.4 Cambios a base de resultados.....</b>	<b>188</b>

<b>Capítulo IX: Propuesta gráfica final .....</b>	<b>189</b>
<b>Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución .....</b>	<b>211</b>
<b>10.1 Plan de costos de elaboración.....</b>	<b>211</b>
<b>10.2 Plan de costos de producción .....</b>	<b>212</b>
<b>10.3 Plan de costos de reproducción.....</b>	<b>213</b>
<b>10.4 Plan de costos de distribución .....</b>	<b>215</b>
<b>10.5 Cuadro con resumen general de costos .....</b>	<b>215</b>
<b>Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones .....</b>	<b>216</b>
<b>11.1 Conclusiones .....</b>	<b>216</b>
<b>11.2 Recomendaciones .....</b>	<b>217</b>
<b>Capítulo XII: Conocimiento General:.....</b>	<b>219</b>
<b>Capítulo XIII: Referencias .....</b>	<b>222</b>
<b>13.1 Referencias en documentos físicos.....</b>	<b>222</b>
<b>13.2 Referencias Biblioweb.....</b>	<b>223</b>
<b>Capítulo XIV: Anexos.....</b>	<b>227</b>



# **Capítulo I:**

# **Introducción**

# **Capítulo I: Introducción**

## **1.1 Introducción**

Colegio Trazando el Camino nace con la idea de brindar educación de nivel pre primario a la población de la Aldea Santa Inés Pinula, en el municipio de San José Pinula, del departamento de Guatemala. El centro educativo inicia en enero del año 2009 con el apoyo de varios padres de familia y la profesora Maritza Yolanda Reyes Blanco, quien funge como directora.

Sin embargo, actualmente este colegio no cuenta con materiales gráficos impresos que den a conocer a padres y madres de familia, los servicios que ofrece, es por ello que son pocas las personas que logran enterarse de la existencia del colegio.

Para solucionar esta problemática se propone el presente proyecto de graduación: “Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia con hijos que se encuentran en las edades de tres a seis años, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino. Aldea Santa Inés Pinula, San José Pinula, Guatemala, 2016.”

El proceso de diseño de los materiales gráficos impresos, se respaldan con la investigación de conceptos fundamentales relacionadas con la comunicación y el diseño, así como ciencias, artes, teorías y tendencias. Esta investigación permite elegir los elementos adecuados para los materiales gráficos impresos.

El proyecto se valida al utilizar como herramienta de investigación la encuesta, esta se aplica al cliente, a 26 personas hombres y mujeres del grupo objetivo y a 8 expertos en el área de comunicación y diseño.

Al concluir el trabajo se diseñan materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia con hijos que se encuentran en las edades de tres a seis años, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino.

# **Capítulo II:**

# **Problemática**

## **Capítulo II: Problemática**

El Colegio Trazando el Camino, que está ubicado en la Aldea Santa Inés Pinula, brinda los servicios educativos de nivel preprimaria a niños y niñas entre tres y seis años de edad, dirigidos a la población que vive en el municipio de San José Pinula. Actualmente este colegio no cuenta con materiales gráficos impresos que den a conocer a padres y madres de familia, los servicios que ofrece, es por ello que son pocas las personas que logran enterarse de la existencia del colegio.

### **2.1 Contexto**

Se conversa con la directora Maritza Yolanda Reyes Blanco y se analiza la problemática con el fin de trazar un plan de acción para dar a conocer el colegio de manera masiva. Hasta el momento el colegio se ha dado a conocer únicamente por publicidad de boca en boca, a través de padres y madres de familia que lo recomiendan con amistades y conocidos. Se propone como solución implementar materiales gráficos impresos que deben ser colocados en lugares estratégicos que faciliten así la exposición del colegio a la comunidad de Santa Inés Pinula.

### **2.2 Requerimiento de comunicación y diseño**

El Colegio Trazando el Camino no cuenta con materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia, los servicios de educación pre primaria que ofrece.

## **2.3 Justificación**

Para sustentar las razones por las que se considera importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: magnitud, trascendencia, vulnerabilidad y factibilidad.

### **2.3.1 Magnitud**

Guatemala cuenta con 16,176,133 de habitantes, en el departamento de Guatemala hay 3,353,952 habitantes. El Municipio de San José Pinula tiene un aproximado de 78,896 habitantes. (Multivez Sigma-Dos, 2015).

En la Aldea Santa Inés hay aproximadamente 9,594 habitantes entre ellos 5,124 niños y niñas comprendidos entre tres y seis años de edad. (Municipalidad de San José Pinula, 2015). En el área hay tres establecimientos de educación pre-primaria, actualmente el Colegio Trazando el Camino tiene 65 alumnos inscritos y seis colaboradores. El Colegio quiere incrementar su población estudiantil de 15 alumnos por año, más dos colaboradores por cada 30 alumnos inscritos.

### 2.3.1.1 Gráfica magnitud



República de Guatemala  
16,176,133 millones  
de habitantes



Departamento  
de Guatemala  
3,353,952 millones  
de habitantes



Municipio de  
San José Pinula  
78,896 habitantes



Aldea  
Santa Inés Pinula  
9,594 habitantes



En la Aldea Santa Inés Pinula  
hay 5,124 niños y niñas  
en las edades de 3 a 6 años



En la Aldea  
Santa Inés Pinula  
hay 3 establecimientos  
de educación pre-primaria



El Colegio Trazando  
el Camino, tiene  
65 alumnos inscritos  
y 6 colaboradores



El Colegio quiere incrementar  
su población estudiantil de 15 alumnos  
por año, más 2 colaboradores  
por cada 30 alumnos inscritos.

### **2.3.2 Vulnerabilidad**

El Colegio Trazando el Camino se ve afectado por no contar con materiales gráficos impresos, debido a que no permite que incremente el número de estudiantes de nivel pre primaria, asimismo no se da a conocer en la Aldea Santa Inés Pinula. Esto agrava su situación no sólo económicamente, ya que en ese sentido el colegio pierde ingresos de estudiantes potenciales, sino que también prestigio, porque no llama la atención de los padres y madres de familia, lo que provoca que no se interesen por inscribir a sus hijos en el colegio y tomen en consideración otros establecimientos.

### **2.3.3 Trascendencia**

Cuando el Colegio Trazando el Camino inicie la implementación de los materiales gráficos impresos, la población de la Aldea Santa Inés Pinula, principalmente los padres y madres de familia con hijos que se encuentran en las edades de tres a seis años, pueden identificar fácilmente al colegio, esto ayudará a generar confianza y credibilidad en la institución, como también a fortalecer su imagen. Contribuye a que los padres y madres de familia se acerquen a las instalaciones del colegio para solicitar más información acerca de la inscripción de sus hijos e hijas. De esta forma se espera lograr un incremento en las inscripciones a mediano plazo.

### **2.3.4 Factibilidad**

Este proyecto es factible, ya que se cuenta con recursos económicos, humanos, tecnológicos y organizacionales para la elaboración e implementación de los materiales gráficos impresos solicitados por el colegio.



#### ***2.3.4.1 Recursos humanos***

El Colegio Trazando el Camino cuenta con personal capacitado y profesional para atender las necesidades de desarrollo emocional e intelectual de los niños y niñas de tres a seis años de edad. El personal docente pone el conocimiento y los estudios para hacer frente a las diversas situaciones que conlleva el cuidado y enseñanza de niños en edad preescolar. Además, el personal está disponible para resolver dudas o ampliar información, si así lo requieren las personas que se acerquen al colegio, luego de percatarse de los materiales gráficos impresos.

#### ***2.3.4.2 Recursos organizacionales***

La directora autoriza al personal docente para que brinde toda la información del colegio y el apoyo para llevar a cabo este proyecto. Proporciona al diseñador las fotografías con las que actualmente cuentan.

#### ***2.3.4.3 Recursos económicos***

El colegio cuenta con los recursos económicos necesarios para la realización de los materiales gráficos impresos, así como su respectiva instalación.

#### ***2.3.4.4 Recursos tecnológicos***

El colegio dispone del equipo técnico requerido para la elaboración de los materiales gráficos impresos, tales como: Cámara fotográfica modelo Canon T3 para realizar las sesiones fotográficas de los estudiantes, computadoras adecuadas con programas de diseño, indispensables para la elaboración de los materiales gráficos impresos. Los programas a utilizar son: Adobe Illustrator y Adobe Photoshop.

# **Capítulo III:**

## **Objetivos de Diseño**

## **Capítulo III: Objetivos de diseño**

### **3.1 Objetivo General**

Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia, con hijos que se encuentran en las edades de tres a seis años, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino.

### **3.2 Objetivos Específicos**

3.2.1 Investigar información acerca de las tendencias relacionadas con el diseño de materiales gráficos impresos, para implementar la más adecuada en la elaboración de este proyecto.

3.2.2 Recopilar toda la información necesaria del Colegio Trazando el Camino para definir una línea gráfica que le dé uniformidad visual a los materiales gráficos impresos.

3.2.3 Elegir tipografías legibles para facilitar la visualización y la lectura de la información a gran distancia.

3.2.4 Diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con estética visual para lograr que los padres y madres de familia comprendan correctamente la información.

3.2.5 Crear un sistema de señalética para guiar a los padres y madres de familia hacia las instalaciones del Colegio Trazando el Camino.

# **Capítulo IV:**

## **Marco de Referencia**

## **Capítulo IV: Marco de referencia**

### **4.1 Información general del cliente**

**Nombre:** Colegio Trazando el Camino

**Dirección:** 2av. 1-76 interior callejón Lorena, Santa Inés Pinula, San José Pinula, Guatemala, Guatemala

**Teléfono:** 50164993

**Correo:** colegiotrazandoelcamino@hotmail.com

**Contacto:** Directora Maritza Yolanda Reyes Blanco

**Antecedentes:** En el 2008 nace la idea de fundar una institución educativa de nivel pre primario a la población de la Aldea Santa Inés Pinula, una opción innovadora en la enseñanza, ya que dicha aldea no contaba con una institución privada al alcance económico de los habitantes.

En el año 2009 el Colegio Trazando el Camino abre sus puertas con 1 profesional y 9 alumnos. El colegio cuenta con resolución vigente para el funcionamiento del mismo extendida por el Ministerio de Educación de Guatemala.

El colegio es una institución laica que promueve los valores humanos, la enseñanza moral, el compromiso, el respeto, la responsabilidad, la honestidad y la tolerancia. A través de los años el Colegio Trazando el Camino ha ganado prestigio, gracias a su

excelencia académica. Actualmente es un centro educativo mixto que ofrece los servicios: Nursery, Pre Kínder, Kínder y Preparatoria.

**Visión:** Ser una institución educativa prestigiosa, reconocida por su labor formadora de estudiantes de éxito, con alto nivel académico para niños y niñas.

Ser el mejor colegio de nivel pre primaria de San José Pinula, con estándares de excelencia, orientada a la formación integral del individuo para contribuir así a mejorar su entorno, desarrollar al máximo sus capacidades, implantarles valores, principios en la familia, todo en un ambiente divertido y con amor.

**Misión:** Colegio Trazando el Camino es una identidad privada, laica y no partidista, cuyo objetivo es proporcionar a los niños y niñas una formación de excelencia e innovadora que permita conformar su propia identidad, enseñándoles a ser responsables de sí mismos.

Cimentar en los niños y niñas hábitos de estudio que les asegure el éxito en sus futuras actividades educativas. Hacerles sentir que es un ser importante para su familia y el universo que los rodea, educándolo con amor.

**Valores:**

Responsabilidad: Valor indispensable en la formación de personas sensibles a su entorno real y de futuros profesionales, el colegio apoyará el fomento de este valor a través de diversas actividades diarias en las aulas y el reconocimiento pertinente, para que los alumnos vean la importancia de cumplir con todo lo asignado.

**Solidaridad:** En la actualidad la sociedad necesita de personas solidarias para estrechar la brecha existente entre todos los ciudadanos, máxime por las etnias que existen en nuestro país. El colegio ve de gran importancia el desarrollo de este valor a través de actividades como murales, debates, pláticas y recursos audiovisuales.

**Justicia:** Apoyar al alumno a desarrollar, desde sus inicios en su vida escolar, la práctica de la justicia a cada uno de los actos y actividades de la vida cotidiana, haciéndolo un mejor ciudadano, por lo que el colegio a través de solución de conflictos en el salón, logrará desarrollar este valor en los alumnos.

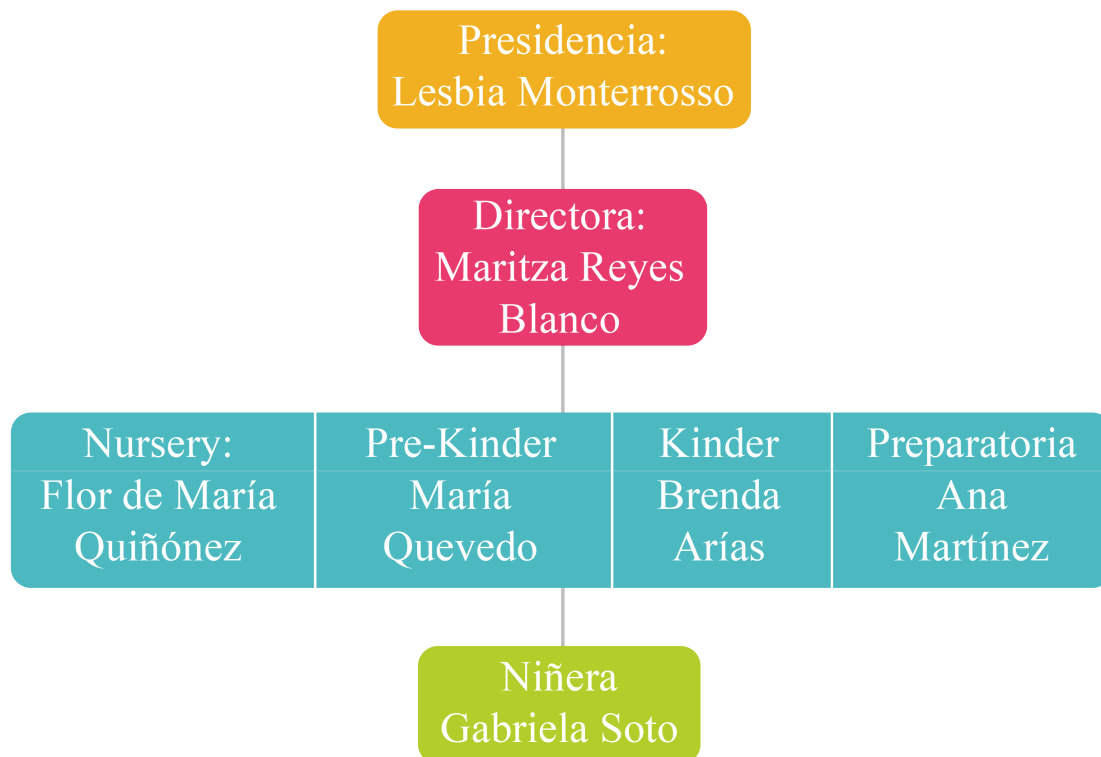
**Equidad:** Juntamente con el currículo y actividades extras se podrá fomentar este valor, para que el alumno lo practique tomando en cuenta las diferentes etnias del país.

**Amor al prójimo:** A través de momentos espirituales, fomentar a los alumnos el respeto y amor que se debe tener al prójimo, que deberá ser proyectado en todo momento en su relación con las personas que le rodean en el colegio.

**Liderazgo:** Apoyar a los alumnos a través de su propia iniciativa para que sean los impulsores de diferentes actividades, permitiéndoles desarrollar su liderazgo.

**Servicios:** Educación Preprimaria a niños y niñas de 3 a 6 años.

**Organigrama:**





**FODA:** Este método conlleva a realizar un análisis interno y otro externo convirtiéndose en un diagnóstico que permite saber qué hacer o implementar en el proyecto para tener mejores resultados.

Los aspectos del FODA a analizar son los siguientes: aula, centro educativo y proyección a la comunidad.

### Fortaleza

- Contar con personal idóneo profesional y comprometido a la enseñanza educativa.
- Preparación profesional de los docentes y administrativo especial para nuestro nivel.
- Ubicación geográfica para su funcionamiento y seguridad para el alumnado.
- Ambientes adecuados a las expectativas del alumnado.
- Valores y actitudes integras del personal docente.
- Cuenta con espacios que favorece el desarrollo de actividades al aire libre y espacios techados.

### Oportunidades

- Se cuenta con tiendas y librerías que venden materiales educativos mínimos en la comunidad, cercanas al establecimiento
- Acceso principal a la cabecera municipal.
- Prácticas pedagógicas de mejora continua dentro y fuera del aula.
- Oportunidades de capacitación programadas por parte del MINEDUC.
- Práctica de buenos valores de nuestro personal docente.

### Debilidades

- Mínimo número de matriculados en el establecimiento de la población escolar.
- Escaso apoyo de la familia hacia el trabajo escolar de sus hijos.
- No contar con grados de nivel superiores de preprimaria a primaria.
- Falta de publicidad en general del establecimiento.

### Amenazas

- Desinterés del alumno por aprender.
- No se cuenta con una biblioteca a nivel comunal.
- El alto índice de inestabilidad económica debido a la situación política y social del país.
- Existen otros colegios que ofrecen la educación preprimaria en la comunidad.
- Falta de apoyo de la sociedad a la educación preprimaria.

**Antecedentes de diseño:**

Isologo:



**Colores:**



**Tipografía:**

Familia Arial:

Abcdefghijklmñopqrstuvwxyz - ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890;!#\$%&\*()\_+

**Forma:** Está compuesto por el nombre y el isotipo que sería el ícono del Sol.

**Nombre:** Trazando el Camino cuenta con un degrade y colores pasteles ideal para el grupo objetivo que son los niños y niñas.

**Isotipo:** el Sol es muy importante para cada ser humano, ya que es la fuente de luz y energía.

**Oportunidad identificada:** El Colegio Trazando el Camino se encuentra en la necesidad de implementar materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia, los servicios que ofrece.

**Delimitación geográfica:** Aldea Santa Inés Pinula, municipio de San José Pinula, Guatemala, Guatemala.

**Grupo objetivo:** Padres y madres de familia con niños y niñas de tres y seis años de edad.

**Competencia:** Existen actualmente tres colegios: Colegio Pradera, Colegio Panamericano y el Colegio Entre Campos que brindan la educación de nivel preprimaria.

**Posicionamiento:** El Colegio Trazando el Camino es el segundo mejor ubicado en la Aldea Santa Inés Pinula que brindan la educación preprimaria, según el Ministerio de Educación.

**Factores de diferenciación:** Cuenta con un espacio de área verde mayor a los otros tres colegios que hay en la Aldea Santa Inés Pinula. El precio está al alcance de la comunidad ofreciéndoles media beca a los hijos de madres solteras.

**Objetivo de comunicación:** Dar a conocer los servicios educativos a nivel pre primario que ofrece el Colegio Trazando el Camino, a padres y madres de familia en la Aldea Santa Inés pinula.

**Mensajes clave a comunicar:** El personal del Colegio Trazando el Camino cuenta con el conocimiento y los estudios para hacer frente a las diversas situaciones que conlleva el cuidado y enseñanza de niños en edad preescolar.

**Reto de diseño y trascendencia:** Diseñar materiales gráficos impresos a través de ilustraciones, tipografías y fotografías para crear un impacto visual positivo en los padres y madres de familia que estén interesados en la educación de sus hijos a nivel pre primario en la Aldea Santa Inés Pinula.

**Materiales a realizar:**

Volantes, Afiche, vallas, muppi, papelería corporativa y señalética.

**Presupuesto:**

Cuenta con suficiente presupuesto para que puedan realizarse e implementarse los materiales gráficos impresos.

**Capítulo V:**

**Definición del**

**Grupo Objetivo**

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El grupo objetivo al que van dirigidos los materiales gráficos impresos son a padres y madres de familia, que buscan los servicios educativos de nivel preprimaria para niños y niñas entre tres y seis años de edad, que está ubicado en la Aldea Santa Inés Pinula, San José Pinula.

### **5.1 Perfil geográfico**

San José Pinula es un municipio del departamento de Guatemala, considerado uno de los más grandes territorialmente, pues consta de 220 kilómetros cuadrados. Se encuentra situado a una altura de 1,752 Metros Sobre el Nivel del Mar, por lo que generalmente su clima es frío, esta a una distancia de 22 kilómetros de la Ciudad Capital y con una población aproximada de 78,896 habitantes. Es fundado en la Administración del General Manuel Lisandro Barrillas, quien era el Gobernador de Guatemala, el 1ero. de octubre de 1886; su nombre significa "Tierra del Pinol". Cuenta con veinte aldeas y seis caseríos, a pesar que una gran porción del municipio es rural, se ha urbanizado y cuenta con los servicios básicos.

### **5.2 Perfil demográfico**

Edades: 25 a 35 años.

Género: masculino y femenino.

Tamaño de familias: entre 3 ,4 y más de 5 miembros.

Ciclo de vida: solteros con hijos, casados con hijos.

Sus ingresos van de los Q.4,500.00 a Q.9,500,00.

Ocupación: trabajadores de tiempo completo y medio tiempo, oficinistas, cajeros, comerciantes, amas de casa y operadores.

Educación: poseen estudios de nivel primario, diversificado y hay un bajo porcentaje de los que obtienen un título universitario.

Nivel socioeconómico: nivel D, C- y C por los ingresos salariales que alcanzan.

Religión: Católico, cristiano y otros.

### **5.3 Perfil psicográfico**

Personas con valores y principios que inculcan a sus hijos e hijas para que estudien y obtengan mayores beneficios a largo plazo como son las oportunidades o mejor empleo en su futuro.

El estilo de vida es conforme salario obtenido, las personas se dedican a pasar tiempo con sus hijos y gastos básicos, también cuentan con tiempo de recreación en parques o centros comerciales, deportes.

### **5.4 Perfil conductual**

El fin de la propuesta del proyecto para el Colegio Trazando el Camino es dar a conocer a padres y madres de familia el establecimiento educativo, ya que es una opción

para que sus hijos e hijas obtengan los conocimientos adecuados. Aunque no se cuenta con publicidad, se ha llegado a determinar que la respuesta ha sido positiva.

Los padres de los graduandos del Colegio Trazando el Camino quedan satisfechos por el nivel académico de sus hijos, a lo largo de los años aún hablan positivamente del colegio y de las instalaciones.

Los padres y madres de familia han mostrado una actitud positiva hacia el colegio, lo eligen como una opción para que sus hijos continúen estudiando en las instalaciones, porque la ubicación es óptima.



# **Capítulo VI:**

## **Marco Teórico**

## **Capítulo VI: Marco Teórico**

### **6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio**

#### **6.1.1 Colegio**

Es un espacio designado para que todas las personas en edad escolar asistan a recibir cátedras impartidas por profesores especializados en cada tema. El lugar tiene por lo general varias áreas para los que asisten a recibir clase, algunos colegios pueden contar con varias herramientas que faciliten su educación y el aprendizaje.

#### **6.1.2 Colegio privado**

Son centros educativos que no están financiados por el gobierno. Se crean a partir de una sociedad y se mantienen únicamente a través de las cuotas mensuales de los padres de familia que inscriben ahí a sus hijos.

Se rigen por las mismas leyes que dicta el Ministerio de Educación y pueden tener todos los niveles académicos o especializarse solo en un nivel específico. Dentro de los límites establecidos por la legalidad poseen completa libertad de gestión. (Empresarios por la Educación, 2011)

#### **6.1.3 Educación**

La educación es un proceso de formación social, es un conjunto de conocimientos, órdenes y métodos por medio de los cuales se ayuda en el desarrollo, conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar en el proceso físicas morales e intelectuales.

La educación se divide en dos: la formal y la informal. La educación formal se crea en el ámbito de las escuelas, colegios, institutos, universidades hasta en el trabajo; mientras que la informal es la que se adquiere a lo largo de la vida. (Garibaldi, 2013).

#### **6.1.4 Enseñanza**

Es el acto o acción de enseñar, es una actividad realizada entre dos o más personas, enseñar también es el acto de transmitir conocimientos, puede ser con técnicas no necesariamente del tipo escrito, también puede ser oral, visual, mímicas u otros. Existen miles de maneras de enseñar y transmitir conocimientos a los otros apoyándose de técnicas y material didáctico para que sea más fácil para el alumno absorber la información. (Hiraldó, 2015)

#### **6.1.5 Aprendizaje**

El aprendizaje es todo el proceso por el que un ser humano pasa al recibir capacitación, inducción o entrenamiento sobre un tema, arte u oficio. A través del aprendizaje todos los seres humanos recopilan información necesaria para la supervivencia ya que inculca experiencias y habilidades necesarias para el diario vivir.

El aprendizaje también moldea el carácter, valores y aptitudes frente a la vida con la sociedad en que se vive, hace a los seres capaces y competentes para desarrollar y evolucionar como raza. (Bruner, 2001)

### **6.1.6 Docente**

También se conoce como profesor, maestro, enseñante o auxiliar de la educación. Es la persona que realiza el acto de enseñar a un grupo determinado de personas o a una persona, imparte enseñanza, conjuntamente con procesos y materiales, herramientas y técnicas que le permiten transmitir información sobre diferentes temas.

Los profesores han estudiado pedagogía para aprender el cómo enseñar, ya que transmitir conocimientos no es tan fácil como parece, hay ciertos estatutos o formas de hacerlo para que se pueda asimilar bien un mensaje por parte del alumno o receptor.

### **6.1.7 Plan de Estudio**

El plan de estudios es todo el diagrama organizado sobre los temas, áreas de desarrollo, herramientas y actividades a llevarse a cabo para la enseñanza integral de un grupo de personas en un nivel determinado.

A través del plan de estudios se proponen las fases y métodos a seguir para que el proceso de aprendizaje sea más eficaz y vaya de acuerdo a los niveles escolares de cada individuo.

### **6.1.8 Escolar**

Es un grupo de personas o alumnos de una institución tanto como para la institución misma, refiriéndose a la institución misma quiere decir al establecimiento que es una herramienta de aprendizaje donde los alumnos van a adquirir conocimientos.

Por otro lado escolar se ve del punto de vista de alumno es toda aquella persona que recibe el conocimiento. Si se aplica el término como adjetivo puede ser todo aquello que califica lo referente a escuela por ejemplo, útiles escolares que pueden ser todos los instrumentos que involucran para el aprendizaje. (García, 2008, p 22)

### **6.1.9 Preescolar**

Es una enseñanza antes de la escuela, es aquel lugar físico donde los niños pequeños asisten a una formación de elementos básicos antes de ir al programa de educación habitual o primario.

Es la primera interacción con otros niños más que todo en esta etapa se aprende a socializar con otros niños y aprender cosas básicas como colores primarios, números incluso a leer y a escribir pero solo algunas cosas, esto los prepara para adquirir rápidamente los conocimientos del nivel primario. (ABC del bebe, 2012)

### **6.1.10 Niño**

Se puede definir la palabra niño desde varios puntos de vista por ejemplo, niño es todo aquel ser humano desde el momento en que nace hasta que cumple cierta edad y alcanza su adolescencia o independencia. Un niño es aquel que no ha alcanzado la madurez física e intelectual por los pocos años que han transcurrido desde su nacimiento, haciéndolo dependiente hasta que él mismo pueda hacer las cosas solo.

La madurez también define a un niño por su capacidad de discernir y ver el mundo diferente al pensamiento del adulto ya que no tienen un gran sentido de la responsabilidad y necesitan ser orientados y guiados en todo momento. (Polo, s.f.)

## **6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño**

La comunicación y el diseño juntos dan soluciones de comunicación visual que busca ser social, ambiental y culturalmente eficaces, contribuyen con esta actividad a una mejor comunicación entre las personas.

### **6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.**

#### ***6.2.1.1 Comunicación***

Comunicación es la acción de comunicarse, cuando los seres humanos se comunican entre sí, comparten cuestiones, éstas llevan a las situaciones propias sean comunes con el otro y con las que este tengan, esto lleva a crear una comunicación.

También es la acción por medio del que los individuos se relacionan entre sí, para que la comunicación se produzca se requieren tres elementos básicos: un emisor, un mensaje y un receptor. A estos tres elementos se le agrega otros dos factores de igual importancia: el código y el canal. Se les conoce como los factores de la comunicación. (Thompson, 2008)

#### ***6.2.1.2 Emisor (codificador)***

Emisor es la fuente de información e iniciador del proceso de comunicación. La responsabilidad del emisor es elegir el mensaje y canal más eficaces, tras de lo cual codifica el mensaje.

La codificación consiste en la traducción de información a una serie de símbolos para la comunicación. Es necesaria porque la información únicamente puede transmitirse de una persona a otra por medio de representaciones o símbolos. (Pineda, 2014)

#### **6.2.1.3 Receptor (decodificador)**

Receptor es aquel que recibe la información, este la decodifica e interpreta la traducción del mensaje, y esto se percibe por medio de sus sentimiento para que la información tenga sentido.

Uno de los principales requisitos que debe cubrir el receptor es la capacidad de escuchar. Escuchar es el acto de prestar atención a un mensaje, no únicamente oírlo.

#### **6.2.1.4 Canal**

El canal es conocido como el medio por donde se transmiten los mensajes desde un emisor hacia un receptor, un canal es un espacio físico que permite la comunicación entre dos o más, el emisor puede transmitir a través de una serie de símbolos el mensaje y el receptor lo recibe por medio de sus cinco sentidos.

Por ejemplo se puede citar una campaña política, el político puede transmitir el mensaje oral y los receptor que son los posibles votantes pueden recibir el mensaje de la campaña, incluso se puede ligar a interpretaciones. Se puede citar también ejemplos de otros canales como la televisión, radio, cartas y todo aquel medio que permita la comunicación entre dos o más personas.

#### ***6.2.1.5 Código***

El código es un sistema de signos propio de las lenguas naturales o también un conjunto de elementos que se combinan siguiendo ciertas reglas para dar a conocer algo, las comunidades humanas, el mundo han organizado sus propias lenguas utilizando sonidos que se asocian a distintos significados y con esto logran comunicarse a través del código más complejo las lenguas humanas o códigos lingüísticos.

El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código para que la comunicación sea posible. Aunque todos los otros elementos del circuito comunicativo funcionen adecuadamente, la comunicación no tendrá éxito si es que emisor y receptor no comparten el mismo código. (Linda, 2012)

#### ***6.2.1.6 Mensaje***

El mensaje es todo concepto o información que quiera trasladarse a un grupo específico, esto en publicidad debe hacerse de manera clara, concisa, creativa y puede ser gráfica o verbalmente para llegar a oídos de nuestro público objetivo, hablándole de manera que se sienta identificado y entienda el concepto que queremos hacerle llegar.

El mensaje siempre debe responder a una estrategia y su ejecución corresponder a un código común entre el emisor y receptor; si no existe un código común y se trata de códigos diferentes, si no es así el destinatario necesita decodificar el mensaje para asimilar su contenido.



### ***6.2.1.7 Comunicación Persuasiva***

La persuasión a diferencia de la manipulación no trata de engañar ni de hacer creer algo diferente a la realidad.

La persuasión utiliza como herramienta argumentos diferentes, puntos de vista y perspectivas nuevas que la otra persona puede haber pasado por alto o ignorar por falta de experiencia. Con la persuasión se hace ver y entender nuevas posibilidades que pueden beneficiarle más que sus actuales opciones. (Figueras, 2013)

### ***6.2.1.8 Comunicación escrita***

La comunicación escrita es una forma de relacionarse con las demás personas a través de la transmisión de ideas, conceptos e información, entre otros. Por medio de las letras y su semántica utilizando para ello los símbolos escritos sobre una superficie visible y clara.

La comunicación escrita es un tipo de comunicación que posee el hombre que le permite expresarse a través de un pedazo de papel o por su parte hoy en día puede realizarse por medio de una computadora. (Santaella, 2014)

### ***6.2.1.9 Comunicación Publicitaria***

Para el marketing es vital la comunicación efectiva, ya que por medio de los materiales POP Point of Purchase (punto de compra) se dirige al público objetivo, vendiéndole una idea, un nuevo producto o promocionarle una campaña, para brindar una

comunicación eficiente es importante conocer el medio en el que se mueve el consumidor, sus ideales, su toma de decisiones.

Es importante comunicar e informar al mismo tiempo para que sea aceptada la idea por el consumidor del producto. (Añaños, 2008, p 151)

#### ***6.2.1.10 Comunicación Educativa***

Este término se comprende mejor por separado, por ejemplo la comunicación es el acto de comunicar o transmitir información por diferentes tipos de canales de un emisor hacia un receptor, y educativo es todo aquello que tiene fines de enseñanza en el ámbito estudiantil.

La comunicación educativa es toda la evolución por la que pasa el alumno al recibir la información, ejemplos, experiencias y conceptos que se le proveen y la forma en que éste lo recibe y depende de sus propias vivencias o medio en el que se desarrolla. La comunicación es con fines educativos. (Sánchez, 1991)

#### ***6.2.1.11 Comunicación Social***

Social es la forma de interactuar de los individuos entre sí, valga la redundancia en la sociedad. Por lo tanto la comunicación social se refiere a todo el proceso evolutivo de la información y la expresión como parte integral de una sociedad.

Así como los beneficios o efectos que se ha tenido sobre la sociedad a través de la industria, de la cultura y los cambios sociales de sus integrantes, es la forma en que un ser social se desarrolla en su medio.

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

### **6.2.2.1 Diseño**

El diseño es una revolución en los estilos de vida su labor es proyectar, coordinar y organizar un conjunto de elementos para producir y crear objetos destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. En el momento de diseñar se toma en cuenta los aspectos estéticos y los asuntos funcionales.

El diseño es también el espacio productivo en el que se formula nuevo estilo de vida, es una cultura por lo tanto impregnado de ideología, acompañado por manifiestos que aspiran a resolver la nueva articulación entre usos, técnicas productivas, contenidos simbólicos y estéticas. (Mare, 2014)

### **6.2.2.2 Diseño Gráfico**

El diseño gráfico es el arte de diseñar o crear con algún fin determinado, el diseño es creativo, dinámico, claro y ordenado cuyo fin principal es proyectar mensajes a través de una imagen. Es meramente visual ya que se crean emblemas o mensajes con la intención de persuadir e informar, entre otras actividades; algunos ejemplos de diseño son las marcas, etiquetas, cartelera, vallas y volantes. El diseño va a depender mucho de la manera en que se quiera utilizar o lo que se quiera proyectar puede ser desde un mensaje transmitido para persuadir hasta la venta de un producto para consumo masivo.

El diseño se vale de distintos programas informáticos como Photoshop, InDesign e Illustrator, entre otros, herramientas útiles para crear o montar diferentes fotografías o incluso empezar de cero con algún diseño.

### **6.2.2.3 Publicidad**

La publicidad es el acto de promover o promocionar algún producto o servicio. En sentido amplio, la publicidad se basa en informar a través de medios masivos a algún público en específico y se toma en cuenta el tipo de mercado se quiere llegar, en un sentido más específico la publicidad no es sola en sí, si no también depende de varias ramas auxiliares para que pueda ser completa por ejemplo costo, público y objetivos.

La publicidad es una poderosa herramienta utilizada por grandes empresas o personas que desean dirigirse a un público en general y comunicar algo, los mercadólogos y publicistas se encargan de encontrar y hacer cumplir los objetivos de la misma. Un aspecto importante o a tomar en cuenta es que la publicidad se maneja por medio de agencias de publicidad, son partícipes muchas veces dentro del desarrollo publicitario, que está elaborada por varios factores; entre los cuales, el más importante es el brief, que contiene las ideas previas para desarrollar el producto publicitario. (Thompson, 2008)

### **6.2.2.4 Boceto**

El boceto es un borrador, bosquejo, apunte de algún proyecto final, el boceto no es el resultado final de lo que se desea hacer, sino más bien simples líneas en forma esquemática también puede ser aplicado en mapas o ideas.

El boceto tiene un trazado rápido, sin requerir elementos especiales, este tampoco entra en detalle si no que es la base de forma rápida y con mano alzada, el bosquejo tiene como finalidad perfeccionarse ya después de trazado. Su objetivo es simbolizar ideas, pensamientos o conceptos, sin preocuparse por la estética. Por eso, generalmente se

realiza sobre cualquier clase de hoja y sin necesidad de disponer de instrumentos de dibujo auxiliares, solamente papel, lápiz y borrador.

#### ***6.2.2.5 Estructura y composición de un diseño***

La estructura de un diseño está compuesta por elementos conceptuales, visuales de relación y prácticos, que en su conjunto llegan a formar un diseño a utilizar. La forma es más bien el tamaño y la posición, entre otros, con el que se desea trabajar o crear.

La composición a su vez es la estructura con la que está hecho un diseño, es más como la organización de lo que se desea hacer. Esta debe gobernar la posición de las formas en el diseño. La composición, impone un orden y predetermina las relaciones internas de las formas de un diseño.

#### ***6.2.2.6 Diseño Editorial***

Es una rama del diseño gráfico que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos. El diseño editorial persigue la unidad armónica entre el texto, la imagen y la diagramación, formando así diseños limpios.

Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre se tiene en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y se toma en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. (Staff Creativa, 2014)

### **6.2.2.7 *Círculo Cromático***

Se encuentra entre la teoría del color es una representación visual de los colores primarios, rojo, amarillo y azul, y su combinación para crear todos los demás colores visibles, es útil para que una persona pueda comprender las relaciones entre los colores y para planificar sus diseños. Con este círculo se puede orientar al cliente al momento de hacer la elección de colores.

Consta de cuatro partes, colores primarios, secundarios, complementarios y terciarios. Los colores primarios son el rojo amarillo y azul. Se pueden mezclar para crear todos los colores del círculo, también se puede llegar a los secundarios al mezclar estos en cantidades iguales. Los colores terciarios son aquellos que se obtienen a partir de mezclar los secundarios y primarios, es decir toda una nueva paleta de colores nuevos. Los colores complementarios es el color opuesto a un color secundario.

### **6.2.2.8 *Imagen***

Imagen significa figura o representación visual de algo o alguien, la imagen es una demostración, figura o representación de algo o de su aspecto determinado. Las imágenes pueden dar un marco completo en conjunto a los sonidos y olores, entre otros. Es decir la imagen en sí no es solo ella sino también está combinada con otros elementos.

La imagen se puede representar visualmente por medio de varias técnicas como lo son la pintura, el dibujo y el arte. El término es muy libre a interpretaciones ya que puede referirse a lo que observan los ojos hasta las representaciones mentales que se tiene de alguien o de algo. (Marchante, s.f.)

### **6.2.2.9 Material gráfico impreso**

Los materiales gráficos impresos se comprenden mejor dividiéndolos en tres partes fundamentales las cuales son:

- a.) La pre-producción
- b.) La producción (diseño)
- c.) La post-producción

#### **Pre Producción:**

En la preproducción de los materiales gráficos impresos se distinguen etapas como:

La concepción de la idea a partir de una necesidad planteada, la definición del estilo gráfico, el estilo gráfico es un conjunto de características que componen un diseño y que tienen relación gráfica entre sí para conformar un todo armónico, entre ellos se distingue el color, la tipografía, formas básicas, retículas, entre otras. En la concepción de la idea, surge la necesidad de definir qué tipo de materiales gráficos impresos se necesita entre ellos: brochure, afiche, volante, entre otros.

El tipo de material gráfico impreso que se define según la necesidad también va a dar ciertos elementos del estilo. Por ejemplo un brochure puede contener más información que un afiche y un afiche contener una o más imágenes, más representativas que las de brochure. (Hormelas, 2013)

## **Producción:**

En este punto se definen algunos aspectos en diseño para los materiales gráficos impresos como: columnas de textos, imágenes, formato, entre otros. También la selección de la paleta cromática, es decir qué colores se van a utilizar, en este punto el público objetivo también juega un papel importante por ejemplo: los niños prefieren los colores cálidos y los jóvenes los fríos.

El proceso de bocetaje, es sin duda, uno de los pasos más importantes y básicos en la producción de materiales gráficos impresos, porque es el punto de partida del siguiente proceso de diseño. Los bocetos deben dar una idea de la colocación de algunos elementos en el plano como: imágenes, textos, logotipos.

El proceso de producción consiste en el desarrollo del diseño del material mediante una herramienta digital. Existen diversos programas que pueden servir, entre ellos: Ilustrador, Photoshop e InDesign.

En el proceso de producción se distinguen varios pasos:

1.) Definir el tipo de material a diseñar, lo importante es colocar las medidas exactas al nuevo documento.

2.) Agregar la resolución correcta y el color si es para materiales gráficos impresos se debe utilizar entre 200 y 300 DPI y el modo de color para un impreso es CMYK.

(Currículo Nacional Base de Guatemala, s.f)



## **Post Producción:**

El último paso para la producción de materiales gráficos impresos es la post-producción, básicamente, ésta se realiza en el lugar en donde se imprimen los artes finales. Previo a enviar, los artes están guardados en el tipo de archivo correcto, el tipo de archivo más indicado es el formato PDF. Aunque si se trata de una valla o arte de gran escala, se utiliza el TIFF. Hay que asegurarse que las fuentes vayan rasterizadas o convertidas a curvas.

### *6.2.2.9.1 Volantes y Flyer*

Estas formas de comunicación se utilizan normalmente para distribuir información en forma masiva y para una audiencia general. Por esta razón contienen un lenguaje simple, una limitada cantidad de información, y una fluidez clara y lógica. Un volante es un medio de publicidad económica, que muchas veces se entrega en la mano, o se coloca en algún lugar específico para que la gente lo tome.

Normalmente pueden ser en blanco y negro debido a que casi siempre se utilizan por un bajo presupuesto. El uso del volante o afiche se recomienda para períodos de publicidad de corto plazo, como ofertas especiales, precios especiales o paquetes. También se pueden usar para promocionar eventos, lugares o personas, siempre bajo el marco del bajo presupuesto publicitario. La información del volante debe ser concreta, resumida y llamativa para obtener la mayor atención del consumidor en el punto más importante del mensaje. (Printu, 2015)

#### *6.2.2.9.2 Vallas o Mantas Publicitarias*

Las vallas publicitarias son estructuras exteriores y se entiende por exterior toda aquella estructura afuera de los edificios o en algún polideportivo como ejemplo. La intención de las vallas es que llegue a muchas personas cuando estas se encuentran fuera de sus hogares, por lo que es una publicidad a gran tamaño y ha de ser vista desde grandes distancias y alturas.

La estrategia que utiliza esta publicidad es que debe ser llamativa y contener mensajes cortos ya que la mayoría de personas se encuentran en sus vehículos o se trasladan a pie, por lo que no pueden distraerse por mucho tiempo.

#### *6.2.2.9.3 Mupi*

Los mupis son carteles publicitarios de marquesinas que se encuentran ubicados en paradas de autobuses donde transita todo público. Los mupis también forman parte de la publicidad exterior y estos se encuentran a nivel del suelo con soportes, estos están impresos y recubiertos con cristal para que no se dañen y sean más duraderos. Suele ser muy utilizado en campañas de productos de alto consumo ya que permite a los observadores tiempo suficiente para analizar su contenido.

#### *6.2.2.9.4 Papelería Corporativa*

La papelería corporativa con un diseño limpio es una poderosa arma de marketing ya que transmite identidad de marca que los clientes asocian rápidamente con la empresa, la papelería puede comunicar cuál es el portafolio de los productos o servicios a posibles clientes de forma rápida ya que puede incluir referencias a la actividad de la empresa.

La papelería corporativa transmite la imagen y la primera impresión de la empresa y esto sólo se puede hacer una vez, por lo que es importante que la papelería sea eficaz.

Algunos elementos de la papelería corporativa:

Tarjeta de presentación: Es un clásico en el mundo empresarial y es uno de los primeros elementos de contacto con la empresa. El diseño debe transmitir el posicionamiento que se le quiere dar a la empresa.

Hoja membretada: El uso de papel corporativo da uniformidad e identidad a la empresa otorgándole profesionalismo a subbranding en todo momento.

Folders o carpeta: El presentar un proyecto o información en un folder con diseño cuidado que da un plus de calidad, seriedad y solidez a un negocio. Además permite presentar a la empresa en las oficinas de clientes y ayuda a dar aún más notoriedad.

La carpeta informativa es un organizador de papeles u otros elementos, los documentos se guardan en su interior agrupados por temáticas comunes, estas carpetas también llamadas KIT son usadas por las empresas para dar una fácil distribución de sus materiales ya que en el interior puede variar según el presupuesto que se le invierta, mientras las carpetas sean mas formales y presentables puede tener un cd con información o hasta USB por carpeta y cada solapa puede llevar cierto diseño con información debidamente diagramada. (UZKIAGA diseño y comunicación, s.f.)

#### *6.2.2.9.5 Señalética*

La Señalización es un sistema que tiene por objeto regularizar flujos de gente o de vehículos en un espacio exterior sin influir en la imagen del entorno y sin tener en cuenta sus características, por el contrario, conforma la imagen del entorno e impacta directamente en él.

La función de la señalética es ayudar a los individuos a identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos en un entorno definido. El objetivo principal de la señalética es facilitar a los usuarios el acceso a los servicios necesarios, para comunicar de manera clara, precisa, concreta y lo más directa posible ya que el destinatario necesita acceder rápidamente al destino.

### **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

#### **6.3.1 Ciencias**

##### ***6.3.1.1 Semiología***

La semiología es el estudio de los signos en el seno de la vida social, es una rama primordial en la lingüística y forma parte del estudio de la comunicación, fundamental para el análisis de los medios de comunicación, también aborda la interpretación, analiza los aspectos verbales y no verbales. La semiología es muchas veces entendida como un equivalente de la semiótica.

Al comunicarse el ser humano utiliza distintos tipos de signos y símbolos con la finalidad de proyectar un mensaje a través de un canal lo que lo convierte en parte

esencial del proceso, se puede poner de ejemplo las letras porque están compuestas de diferentes signos con lo que el emisor tiene la finalidad de dar a conocer un mensaje y la estricta codificación de los mismos símbolos dan a entender lo que se pretende.

Entre las características más relevantes de la semiología se encuentran arbitrariedad, la linealidad que es la disposición lineal de los elementos del habla, la inmutabilidad que es algo que se puede cambiar y la mutabilidad no dice que está en constante cambio. La semiología a su vez se divide en diferentes ramas pero en este caso se habla exclusivamente de la comunicación.(Argente, 2008, p 100)

### ***6.3.1.2 Psicología***

La psicología proviene del griego psico actividad mental o alma y logía estudio, es conocida como una disciplina amplia en la rama de ciencia de la conducta. Esta se encarga de los procesos mentales de recopilar hechos sobre las conductas y las experiencias de los seres vivos, describir y explicar todos los aspectos del pensamiento, y así crear teorías para su comprensión. También se fija en los aspectos de un individuo en medio de una sociedad e igualmente individual así se pueden entender por qué las actitudes, pensamientos o emociones que toma el individuo en su entorno y en tal situación.

La psicología trata de los sentimientos, de las percepciones y de las acciones humanas esto hace conocer los procesos cognitivos al estudiarlos y comprenderlos. La psicología estrictamente se ocupa de sentar las bases para el mejor conocimiento de la psiquis humana pero no se ocupa de la salud de esta ni de prevenir las más recurrentes afecciones que sufre esta.

### **6.3.1.3 *Psicología Educativa***

Es la parte de la psicología que se dedica exclusivamente a entender el estudio del aprendizaje y la enseñanza de seres humanos en los centros educativos, explora las múltiples formas que hay para enseñar y que los mismos aprendan, también técnicas para aplicar con las personas para que sea más fácil la recepción de información.

La misión de esta psicología es que el alumno aprenda y el maestro enseñe, así mismo mejorar la calidad y nivel de educación en todos los ámbitos posibles. (Wolfoolk, 2010, p 520)

### **6.3.1.4 *Psicología del Color***

En el campo de estudio la psicología del color está dirigido al estudio de cómo el ser humano recibe e interpreta el mismo y cómo puede afectar su conducta o pensamiento. Este campo se desarrolla de manera amplia en la publicidad, arquitectura y arte. El color también se puede asociar con alguna conducta o sentimiento por ejemplo el verde puede relacionarse con la envidia.

Los colores no son cuestión de gusto ya que el cerebro asocia los colores con sentimientos y razones, está profundamente enraizado con el lenguaje y pensamiento, los colores pueden transmitir sentimientos y son útiles para personas que los trabajan como: artistas, terapeutas y diseñadores, entre otros. (Heller, 2004, p 309)

### ***6.3.1.5 Psicología de la Comunicación***

La comunicación aparte de comunicar algo también significa estar en sintonía los unos con los otros, la comunicación no consiste en solamente trasladar a otros un mensaje sino también de entenderlo, y recurrir a la elaboración de signos adecuados, convencionalmente producidos en la comunidad de individuos.

La psicología de la comunicación se enfoca en conceptualizar y configurar la percepción de los mensajes que existen en realidad.(Anolli, 2010, p 170)

### **6.3.2 Artes**

#### ***6.3.2.1 Fotografía***

La fotografía es conocida como un arte porque es la acción de capturar momentos en papel o digitalmente. Siempre se ha utilizado para capturar acciones de la vida humana, también para expresar momentos o proyectar sentimientos. Es tener una técnica para capturar, conforme ha avanzado la tecnología y el desarrollo se ha mejorado la resolución de las cámaras para obtener así una mejor toma de los detalles.

Hoy en día, la fotografía se ha desarrollado, al margen de otras consideraciones científicas o técnicas. Se ha dividido en diferentes ramas según su necesidad, por ejemplo el campo del reportaje periodístico gráfico, su finalidad es captar el mundo exterior como se percibe por el ojo humano, está el lado de la publicidad, la que trata de vender y transmitir productos para los consumidores o depende de la finalidad de la campaña. Por otro lado existe la fotografía artística, con el fin de expresar e interpretar. (Wright, 2001, p 181)

### **6.3.2.2 Tipografía**

La tipografía es el arte o técnica de reproducir comunicación mediante las palabras impresas, se transmiten las palabras de la forma en que se quieran utilizar, la tipografía ha crecido con los años en cuanto el tipo, el diseño y la forma, entre otros. Hoy en día existen miles de tipos de tipografías creadas por personas o a través de la computadora, la evolución de la tipografía se ha incrementado o variado por las proyecciones tecnológicas y artísticas.

La tipografía es un signo que es considerado como un miembro activo en las formas culturales del hombre. Cada signo expresa una idea, un concepto o una cosa, los signos se combinan entre sí para crear una idea más compleja. Estos sistemas de escritura son los pictogramas, jeroglíficos e ideogramáticos. La tipografía es un gran apoyo para crear documentos, libros, periódicos, anuncios de publicidad, revistas y cualquier otro documento impreso. (Satué, 2007, p 301)

### **6.3.3 Teorías**

#### **6.3.3.1 Teoría de las 5 W 1 H**

La teoría del 5W y 1 H es una metodología de análisis, esta técnica es inspirada en el proceso creativo de Rudyard Kipling, que consiste en contestar seis preguntas básicas: qué (What), por qué (Why), cuándo (When), dónde (Where), quién (Who) y cómo (How).



Este método se usa muy común en el proceso creativo para planificar con estrategia. Kipling (1992), decía lo siguiente: “tengo 6 honestos sirvientes, ellos me enseñaron todo lo que sé”.

a.) La primera pregunta es What? ésta pregunta se ofrece a su público con el fin de lograr sus objetivos que tienen en mente.

b.) La segunda pregunta de la técnica es Why? Esta pregunta ayuda a ver el objetivo de negocio y de mercadotecnia más claro.

c.) La tercera pregunta es When? ¿Cuándo compra el consumidor?.

d.) La cuarta pregunta es el Where? ¿Dónde se encuentra el consumidor?.

e.) La quinta pregunta es Who? esta pregunta ayuda a determinar a quién va dirigido el mensaje.

f.) La última pregunta es How? ¿A raíz de qué situación aparece el problema? esta pregunta se ofrece a su público con el fin de cómo se debe resolver los problemas y mejorarlos.

### ***6.3.3.2 Teoría de la influencia personal***

Katz y Lazarsfeld (1955) desarrollan la teoría de influencia personal, ellos explican la importancia que le dan a los medios de comunicación, dicen que las personas son los únicos que deciden cuánta importancia le dan a la información que le transmiten.

Los mensajes llamados medios de comunicación no llegan de manera directa a los individuos si no que a través de los líderes de opinión que son los que filtran los

mensajes, es decir, los mensajes de los medios llegan a ciertas personas más preparadas y más influyentes en la sociedad. Estas personas se transforman en líderes de opinión, y transmiten la información a los grupos primarios o grupos restringidos. La teoría de la influencia personal habla sobre la capacidad del entorno para intervenir en las decisiones del individuo.

### **6.3.3.3 Marketing**

Es un instrumento de educación utilizado por empresas e instituciones públicas y organizaciones sin ánimo de lucro. El marketing tiene como objetivo comunicarse con el público de interés, también para transmitir las cualidades la oferta de valor. Juega un papel crucial en el logro o alcance de objetivos. En éste también influye la tecnología, ya que crea nuevos soportes para comunicar. (Rodríguez, 2007, p 100).

### **6.3.4 Tendencias**

#### **6.3.4.1 Diseño plano (*Flat Design*)**

El diseño plano consiste en reducir todo tipo de decoración tales como sombras, relieves o gradientes para que los elementos se vean reales y simplificar el mensaje para facilitar la funcionalidad. Este diseño se caracteriza por un estilo minimalista que utiliza colores vivos de tonalidad pastel, con pocas variaciones de cada color, son esquemas de color que ayudan al usuario a comprender el diseño de forma visual. Así facilitar la interacción y la tipografía de manera audaz para crear una experiencia distinta.

La mayor influencia del diseño plano viene desde el sistema operativo iOS 7, Windows y Google, estos productos han evolucionado la tendencia porque producen resultados positivos, tanto a nivel estético como funcional.

#### **6.3.4.2 Minimalismo**

Uno de los movimientos más importantes desde los años 60 es el minimalismo, su origen es en la República de Weimar alemana. El minimalismo es el diseño en su forma más básica, es la eliminación de elementos pesados para la vista.

El minimalismo también tiene su reflejo en una filosofía o forma de vida que propone dedicarse a lo importante y descartar todo lo innecesario como camino para alcanzar la realización personal, el diseño minimalista está destinado a ser calmado y llevar la mente del observador a lo básico de la pieza.

La tendencia del minimalismo se caracteriza por su extrema simplicidad, ya que esta tendencia no utiliza en sus diseños formas, fondos y conceptos no esenciales, solo lo inevitable para que el diseño cumpla con su función.

El diseño minimalista es mostrar sólo lo importante o lo realmente funcional; hay tres frases que muestran los principios de este movimiento. (Linda, 2012)

"Menos, pero mejor". – Dieter Rams

"Menos es más". - Mies van der Rohe

"Hacer más con menos". – Buckminster Fuller

**Capítulo VII:**

**Proceso de Diseño y**

**Propuesta Preliminar**

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

#### **7.1.1 Ciencia auxiliares**

##### ***7.1.1.1 Semiología***

La semiología es la ciencia que estudia los signos, la forma en la que se conjugan las palabras y su correcta estructura ayuda a proporcionar de una forma lógica los elementos en los materiales gráficos impresos.

La semiología es imposible dejarla a un lado, ya que como se analiza su definición anteriormente, el propósito es transmitir un mensaje y esto se logra por medio de signos y letras en forma ordenada, en este caso para que llegue correctamente al receptor.

##### ***7.1.1.2 Psicología***

Es la ciencia que estudia la conducta y permite entender el pensamiento de los individuos, por lo tanto, su aplicación en este proyecto es muy importante, ya que todo el proyecto es visual y por medio de esta ciencia se puede deducir cómo piensan los padres y madres de familia para orientar el diseño de los materiales gráficos impresos hacia ellos de una forma más adecuada.

##### ***7.1.1.3 Psicología Educativa***

La psicología educativa ayuda a comprender el aprendizaje y enseñanza de los niños y niñas en los centros educativos, las técnicas y maneras en que se puede transmitir el

conocimiento a los infantes, en los materiales gráficos impresos se puede dar a conocer la forma en que trabajan los maestros del Colegio Trazando el Camino, dar como referencia las actividades y métodos de enseñanza utilizados en el colegio mismo, para que el padre de familia conozca y a su vez se interese por lo que ofrece el colegio.

#### ***7.1.1.4 Psicología del Color***

El color es muy importante en la comunicación visual, para el Colegio Trazando el Camino es primordial la correcta selección de color puesto que la psicología del color es la que analiza los efectos que tienen los colores en las personas, y a través de estos se puede transmitir emociones u otros sentimientos.

Los materiales gráficos impresos deben contar con una paleta de color adecuada para unificar todos los diseños. Con esto se logra transmitir de mejor manera el mensaje y causar un impacto positivo en el padre y madre de familia hacia el colegio.

#### ***7.1.1.5 Psicología de la Comunicación***

La psicología de la comunicación ayuda a comprender la forma en que interactúan las personas ya sea de forma verbal o por cualquier método escrito por medio de los materiales gráficos impresos como son: los afiches, los volantes, la valla, el mupi, entre otros. Se debe plasmar toda la información acerca del colegio de una forma clara y concisa para facilitar la comprensión al padre de familia.

El canal que se utiliza en este caso es el medio visual que ayuda a transmitir el mensaje, conforme los términos de la psicología de la comunicación que se enfoca en

conceptualizar y configurar la recepción de los mensajes porque por una parte se va a comunicar y por otra se tiene una sintonía con el padre y madre de familia.

## **7.1.2 Artes**

### ***7.1.2.1 Fotografía***

Todo el proyecto tiene fotografías como elemento principal y el estilo de la fotografía que se va a utilizar es “Lifestyle”, con este estilo se destaca cada aspecto importante del colegio, ya que una fotografía es más fácil de comprender, con las mismas se evita la saturación de textos para que sea más sencillo para las personas al observar lo que realmente se quiere transmitir; que en esta ocasión son los momentos del estudiante día a día dentro de las instalaciones del colegio.

### ***7.1.2.2 Tipografía***

Se realiza una selección de tipografías muy dinámica con estilos y formas diversas para que se pueda transmitir el mensaje, la misma se utiliza en titulares para que todo el proyecto esté unificado.

Las tipografías utilizadas son verificadas para determinar su legibilidad a una distancia lejana, y lograr así una jerarquía visual de texto que logre acoplarse. Se establece así una pieza en conjunto, la tipografía ayuda a darle un estilo limpio y ordenado a cada material gráfico impreso.

### **7.1.3 Teorías**

#### ***7.1.3.1 Teoría de las 5 W 1 H***

La teoría de las 5 W y 1 H es una herramienta que ayuda a identificar factores y las condiciones que pueden provocar un problema en cualquier proceso de comunicación. Se utiliza de acuerdo a lo citado y se responde cada una de las interrogantes.

a.) ¿Qué? (What?): La falta de comunicación que se tiene con los padres y madres de familia sobre el conocimiento del colegio y sus instalaciones.

b.) ¿Por qué? (Why?): Porque son necesarios los materiales gráficos impresos, para dar a conocer los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino.

c.) ¿Cuándo? (When?): A partir de la implementación de los materiales gráficos impresos en la Aldea Santa Inés Pinula, los padres y madres de familia estarán interesados en inscribir a sus hijos en el colegio.

d.) ¿Dónde? (Where?): Los materiales gráficos impresos se deben colocar y publicar principalmente en la Aldea Santa Inés Pinula y lugares aledaños para captar el interés de los padres y madres de familia.

e.) ¿Quién? (Who?): Los diseños de los materiales gráficos impresos son dirigidos a padres y madres de familia para que conozcan los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino.



f.) ¿Cómo?(How?): La raíz del problema es la falta de comunicación del colegio, para resolver problema se diseñan materiales gráficos impresos que den a conocer los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino.

### ***7.1.3.2 Teoría de la influencia personal***

Esta teoría explica la importancia que se le da a los medios de comunicación a través de los líderes de opinión que son los que filtran o circulan el mensaje, por lo tanto es muy importante para el Colegio Trazando el Camino porque ellos cuentan con la necesidad de darse a conocer en toda la aldea Santa Inés Pinula.

Se puede citar de ejemplo que en el momento en que un individuo recibe un volante y el mensaje se trasmite correctamente, se puede lograr una publicidad efectiva así mismo provocar que esta persona se transforme en líder de opinión y transmita la información a más personas.

### ***7.1.3.3 Marketing***

El marketing tiene como objetivo comunicarse con el público de interés en este caso son los padres y madres de familia. El Colegio Trazando el Camino debe implementar los materiales gráficos impresos internos y externos, para divulgar el mensaje a toda la Aldea Santa Inés Pinula.

a) Internos: estos materiales transmiten fidelización y solidez con los padres y madres de familia, ya que capta al grupo objetivo que llegue a pedir información de la escolaridad preprimaria.

B) Externos: estos materiales cumplen con el propósito de llegar a más personas y así cumplir con el objetivo de que se dé a conocer el colegio a una mayor escala.

#### **7.1.4 Tendencias**

##### ***7.1.4.1 Diseño plano (Flat Design)***

El diseño plano se caracteriza por evitar el uso exagerado de colores y elementos sobrecargados. Al implementar esta tendencia en los materiales gráficos impresos, el diseño tiene una apariencia limpia, sin exceso de elementos, al utilizarla se obtienen automáticamente colores planos, dinámicos y vivos. Los elementos gráficos tienen que ser estéticos para que sean funcionales en el diseño y de esta manera llame más la atención, lo que permite que al grupo objetivo se le facilite la comprensión del mensaje.

##### ***7.1.4.2 Minimalismo***

La aplicación de esta tendencia en los materiales gráficos impresos, hace que las piezas sean atractivas sin excesiva carga de texto, figuras, formas, entre otros que provocan distracciones o se presten a la mala interpretación del mensaje, es algo importante en una pieza visual, lo que genera un recordatorio en la mente de los padres y madres de familia porque el diseño es atractivo y llamativo.

#### **7.2 Conceptualización**

##### **7.2.1. Método**

El método creativo a utilizar en el proyecto es conocido como “el arte de preguntar” se trata de estructurar preguntas fundamentales las cuales son muy esenciales en la vida

cotidiana. Alex Osborn creador de la técnica del brainstorming aporta en este método ya que afirma que “la pregunta era la más creativa de las conductas humanas”.

Por medio de este método, se quieren ideas nuevas y tendencias para realizar en los materiales gráficos impresos del Colegio Trazando el Camino porque de este método formula un problema y éstas traen varias soluciones. Para este método pueden ser utilizadas las siguientes preguntas: quién, qué, dónde, cuándo, por qué y entre otros.

Para aportar más a este método, Albert Einstein que es un físico conocido mundialmente de origen alemán, lo afirma con este pensamiento:

Si yo tuviera una hora para resolver un problema y mi vida dependiera de la solución, yo gastaría los primeros 55 minutos para determinar la pregunta apropiada, porque una vez, supiera la pregunta correcta, yo podría resolver el problema en menos de cinco minutos. (1905).

#### ***7.2.1.2 Aplicación del método***

1. ¿Qué es lo que se desea el Colegio Trazando el Camino?

El objetivo principal de la institución es la afluencia de nuevos estudiantes para el colegio y así lograr que sea más conocido, generar confianza en los padres de familia y alumnos, por consiguiente hacer de renombre la institución.

2. ¿Por qué la publicidad es importante para dar a conocer al colegio?

La publicidad es un medio atrayente para el público porque informa y comunica de una manera innovadora y diferente.

3. ¿Para qué tipo de público se debe dirigir la publicidad?

Se cree que es importante dirigirla para padres y madres de familia y estudiantes por igual porque ambos deben sentirse cómodos y atraídos con respecto al centro educativo.

4. ¿A los niños les llama la atención el material gráfico impreso?

La teoría del color se utiliza en este caso porque se desea transmitir seguridad, confianza y diversión lo cual es decisivo para los niños.

5. ¿Cuáles son los materiales que se deben utilizar para realizar la publicidad?

La papelería corporativa, volantes, vallas, mupi y señalética son herramientas que se deben utilizar para dar a conocer al colegio ya que son los más llamativos y de fácil vista en diferentes lugares.

6. ¿Acerca de qué debe ser el material gráfico impreso?

Acerca de los servicios del colegio, el slogan e información que brinde la ubicación de las instalaciones del Colegio Trazando el Camino para que los padres y madres de familia interesados puedan visitar las mismas.

7. ¿Cuál es el fin de realizar materiales gráficos impresos para el Colegio Trazando el Camino?

Para que el colegio mismo sea reconocido en la Aldea Santa Inés Pinula y aledaños a la aldea, crear nombre y prestigio de la institución además de darlo a conocer a nuevos estudiantes.

8. ¿A los padres y madres de familia les interesa la publicidad de un colegio?

Sí, ya que cada familia desea una superación personal para cada integrante de su núcleo familiar y de esta manera se llegan a dar cuenta de las posibilidades de que sus hijos puedan estudiar para un mejor futuro.

9. ¿Una adecuada publicidad puede hacer la diferencia en cuanto a la afluencia de estudiantes?

Para dar a conocer las instalaciones y los servicios del Colegio se debe hacer un plan que involucre distintos tipos de publicidad exterior como vallas, mupi y volantes, entre otros. Una efectiva campaña hace la diferencia porque alcanza los objetivos trazados para obtener más estudiantes en las instalaciones.

10. ¿Los colores influyen en los materiales gráficos impresos?

Al investigar con anterioridad los colores pueden influir en la conducta o emociones de cualquier individuo, por lo que una correcta selección de colores puede crear el sentimiento de seguridad y confianza en cuanto se habla de la educación del Colegio Trazando el Camino.

11. ¿Cómo atraer a niños en edad de 3 a 6 años con materiales gráficos impresos?

Con fotografías llamativas que despierten su interés.

12. ¿Los niños tienen idea sobre lo que es un afiche?

Conceptualizada no, pero si pueden saber qué es una valla o un “cártel” porque es un medio de comunicación muy frecuente que pueden ver en cualquier lugar.

13. ¿La saturación de textos e imágenes pueden transmitir el concepto equivocado?

Sí, ya que si se utilizan los colores equivocados y se satura de texto, puede ocasionar que los padres y madres de familia pierdan el interés en leer el material gráfico impreso, porque no es llamativa y es visualmente saturadas.

14. ¿Los niños se divierten al aprender?

Una de las cualidades del colegio es brindar educación por medio de diversión, material didáctico y actividades, por lo que la diversión es parte del aprendizaje de los niños y se puede llevar a cabo al poner en práctica estrategias en base a su bienestar.

15. ¿La ubicación de la institución es un factor influyente para que el colegio no sea conocido?

Sí, porque no se encuentra sobre el boulevard principal, quedándose fuera de vista pero se quiere colocar una valla que indique que dentro de la Aldea Santa Inés se encuentran las instalaciones la institución.

### **Frases conceptuales**

Por medio de una lluvia de ideas se busca la frase idónea que conceptualice el mensaje que se quiere transmitir del Colegio Trazando el Camino.

a.) “Aquí le sacamos el jugo a tu energía.”

b.) “Niños felices y divirtiéndose aprenden mejor.”

c.) “Energía que dura día a día.”

d.) “Con amor y alegría te educamos todo el día.”

e.) “Si buscas diversión y aprendizaje, no dudes en visitar nuestras instalaciones.”

f.) “Porque niños aprendiendo son niños felices.”

g.) “Aprendizaje y diversión.”

h.) “Para qué sumar peras y manzanas si los números también son geniales.”

### **Frase elegida**

“Aprendizaje y diversión.”

### **7.2.2 Definición del concepto**

La frase elegida ayuda a llamar la atención, no sólo de los padres y madres de familia sino también la de los estudiantes en potencia. Los niños tienden a confundir el aprendizaje o la escuela con algo aburrido, obligado y tedioso, pero se desea cambiar esa mentalidad, otorgándole a los alumnos aprendizaje y diversión. Por lo que la frase “Diversión y Aprendizaje” se aplica en todas los materiales gráficos impresos. El uso de color y de los elementos colocados en los artes transmiten el mensaje a los niños, ya que por las edades en los rangos de 3 a 4 años no pueden leer.

Se elige una frase corta porque es mucho más fácil de recordar para el padre y madre de familia, además de causar una reacción positiva al mismo, porque no solamente quieren a sus hijos educados sino también felices, y nada mejor que un niño feliz en el colegio. La frase conceptual se aplica a los materiales gráficos impresos ya que lo

importante de la misma es llamar la atención, de igual manera que quede por largo tiempo el concepto en la mente del padre y madre de familia.

### 7.3 Bocetaje

El siguiente paso es bocetar las ideas que surgen de la conceptualización, que permite visualizarlas. Se consideran varios elementos gráficos como la ilustración, la diagramación, la composición, la tipografía, el uso de color, las texturas, las fotografías, los efectos, las formas, los tamaños y las medidas del formato y todos aquellos elementos del diseño que se utilicen para la propuesta.

**Tabla de requisitos**

<b>Elemento Gráfico</b>	<b>Propósito</b>	<b>Técnica</b>	<b>Emoción</b>
Tipografía	Crear textos limpios y no sobrecargados.	Utilizar la familia Arial Rounded mt bold bajo la gama de colores preestablecidos.	Sobriedad
Color	Atraer la atención de padres y madres de familia como de alumnos.	Utilizar el círculo cromático, primarios, secundarios y complementarios.	Alegría



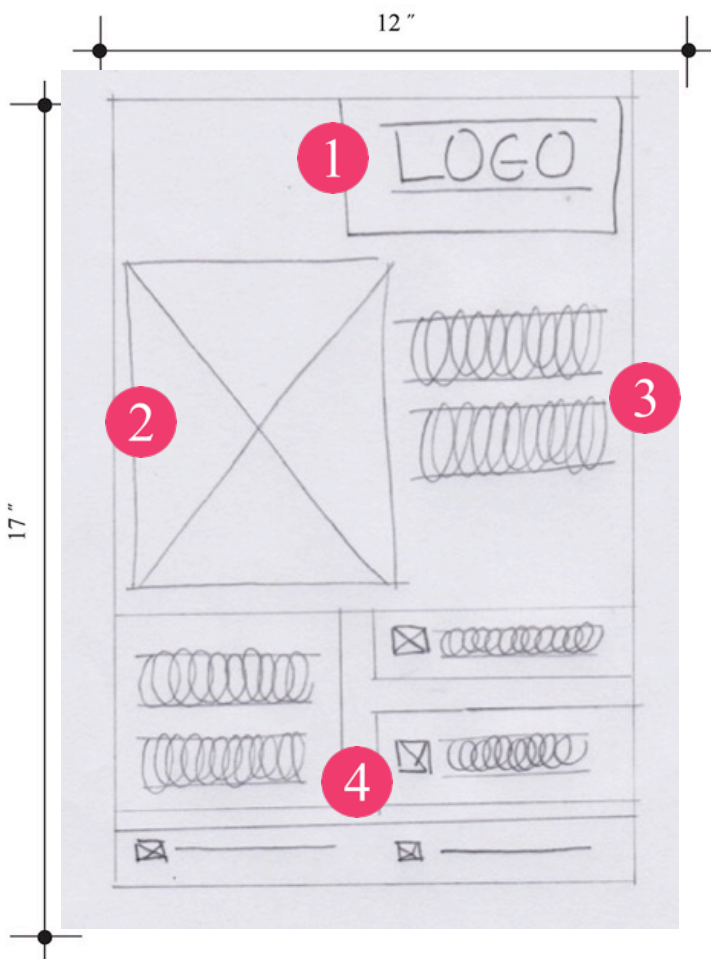
Fotografía	Representar las actividades diarias del colegio que logren la transmisión del mensaje y se identifiquen con las mismas.	Cámara Digital: Realizar varias sesiones de fotografías a alumnos que reflejan el día a día de las actividades del colegio.	Identidad
Formas	Utilizar formas rectangulares para transmitir la solidez del colegio.	Adobe Illustrator	Solidez
Diagramación	Ordenar y esquematizar las secciones del material gráfico impreso.	Adobe Illustrator Adobe Photoshop	Orden

### 7.3.1 Bocetos a base de dibujo natural

El boceto natural es un dibujo o representación de forma esquemática, esto permite desarrollar los bocetos sin detalles o terminaciones para presentar las propuestas gráficas, con este proceso se toman en cuenta todas las ideas para distribuir las correctamente según los espacios, por ejemplo dónde se debe colocar la tipografía, los íconos, las formas y las fotografías, entre otros.

### Diagramación de los materiales gráficos impresos

#### Afiche



#### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Fotografía del estudiante
3. Frase del concepto
4. Área del directorio telefónico

### **Interpretación:**

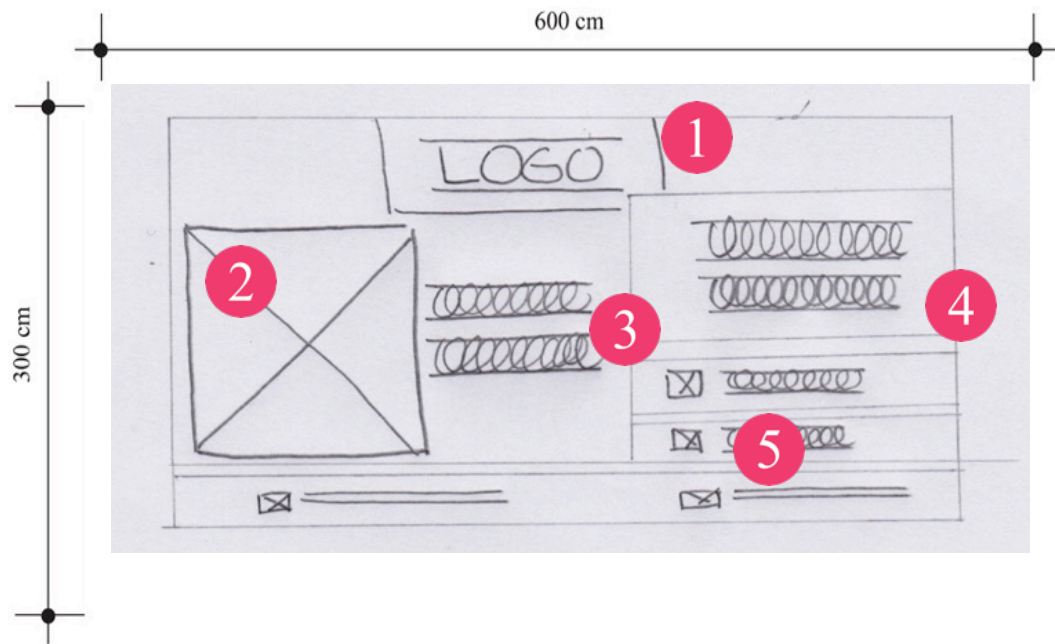
En este boceto se diagrama el tamaño del afiche de 12 x 17 pulgada, a cada elemento se le asigna un tamaño legible y se boceta sin saturar el arte de información innecesaria. Este boceto se divide visualmente en tres áreas, cada espacio queda distribuido de la siguiente manera:

a.) Encabezado, está compuesto con el isologo, tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

b.) Cuerpo, este espacio se le asigna a la fotografía y a la frase conceptual. Visualmente estos elementos quedan al centro del arte, logra interés visual de lo que se quiere comunicar.

c.) Cierre, esta área está compuesta por elementos rectangulares donde se debe colocar el directorio informativo, con el número telefónico e información necesaria del colegio.

## Valla



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Fotografía del estudiante
3. Frase del concepto
4. Información de actividades del colegio
5. Área del directorio telefónico

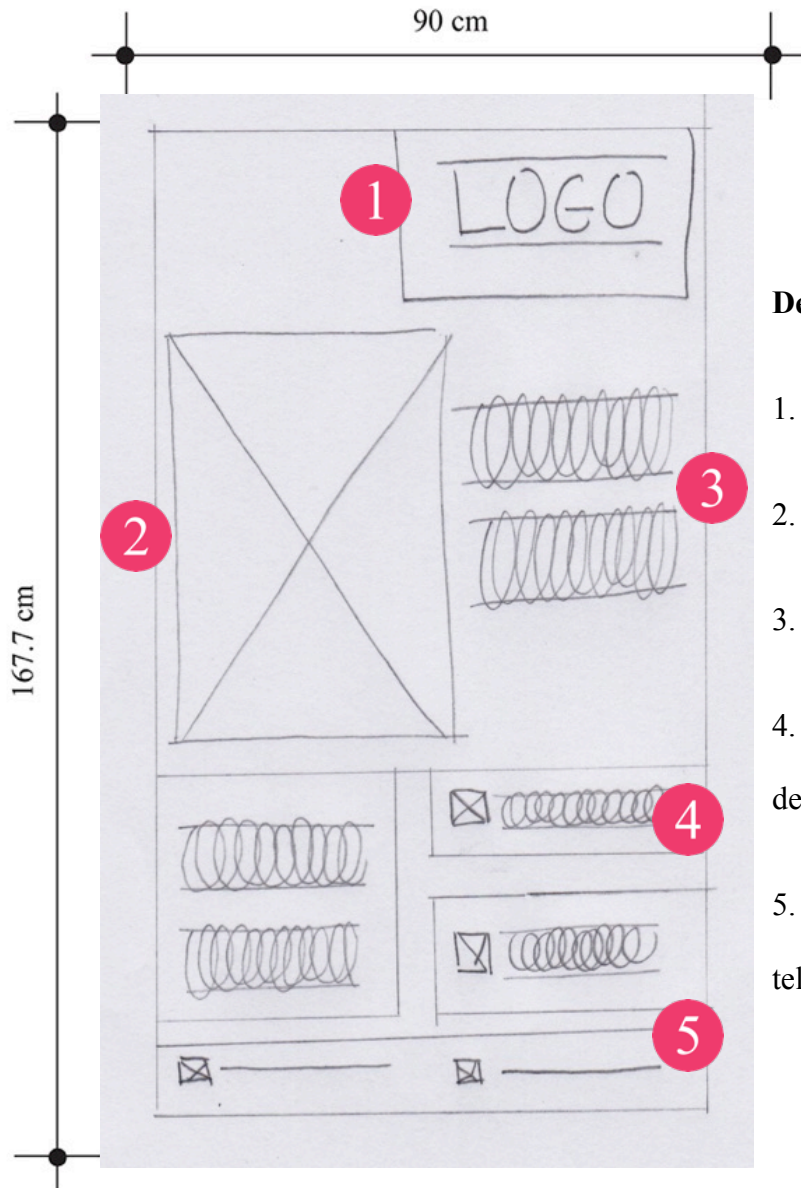
### **Interpretación:**

En este boceto se diagrama el tamaño escala de la valla a 600 x 300 centímetros, a cada elemento se le asigna un tamaño legible y comprensible a larga distancia. Este boceto se divide visualmente en dos áreas, cada espacio queda distribuido de la siguiente manera:

a.) Encabezado, está compuesto con el isologo, tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, junto a la fotografía y la frase conceptual el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

c.) Cierre, esta área está compuesta por elementos rectangulares donde se debe colocar el directorio informativo, con el número telefónico e información necesaria del colegio.

# Mupi



## Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Fotografía del estudiante
3. Frase del concepto
4. Información de actividades del colegio
5. Área del directorio telefónico

### **Interpretación:**

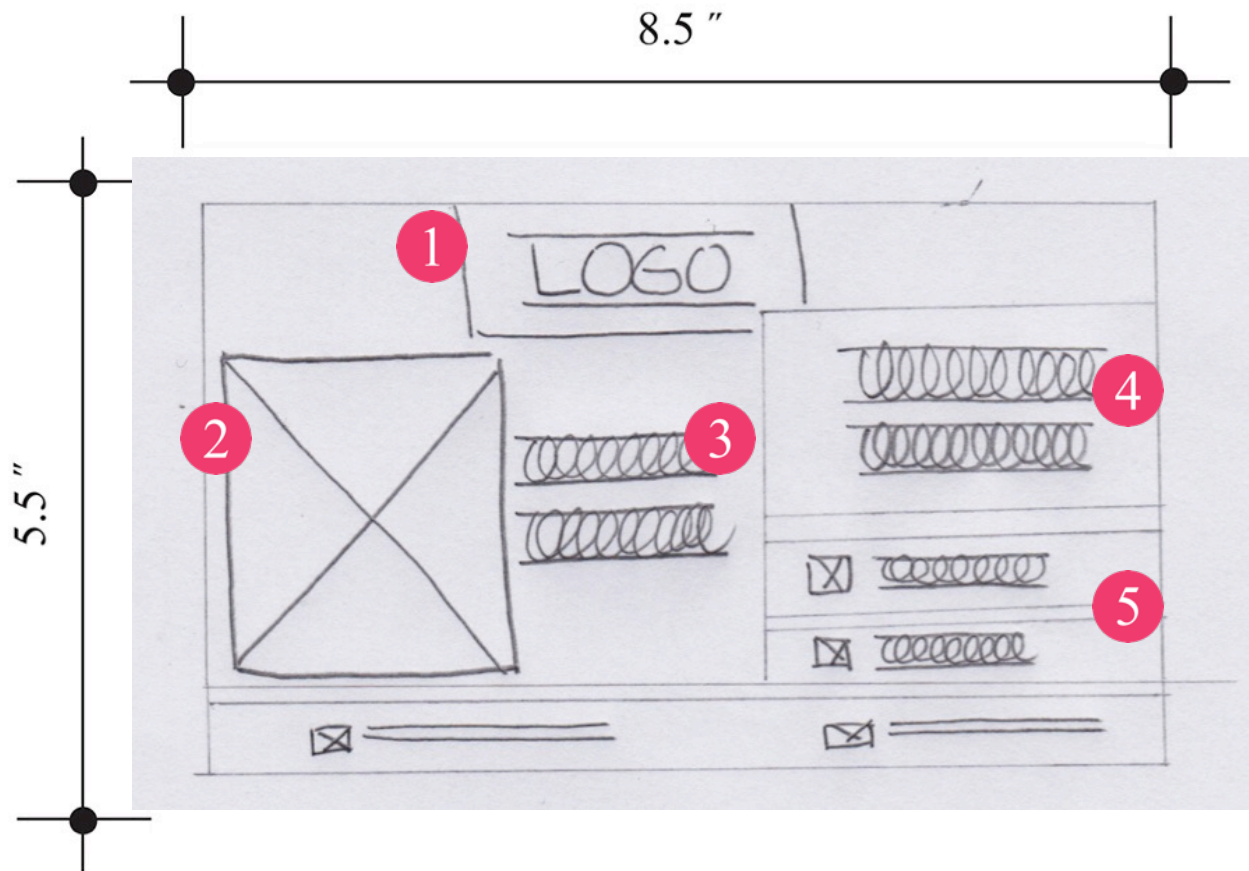
En este boceto se diagrama el tamaño escala del mupi a 90 x 167.7 cm, a cada elemento se le asigna un tamaño legible y se boceta sin saturar el arte de información innecesaria. Este boceto se divide visualmente en tres áreas, cada espacio queda distribuido de la siguiente manera:

a.) Encabezado, está compuesto con el isologo, tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

b.) Cuerpo, este espacio se le asigna a la fotografía y a la frase conceptual. Visualmente estos elementos quedan al centro del arte, logra interés visual de lo que se quiere comunicar.

c.) Cierre, esta área está compuesta por elementos rectangulares donde se debe colocar el directorio informativo, con el número telefónico e información necesaria del colegio.

## Volante



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Fotografía del estudiante
3. Frase del concepto
4. Información de actividades del colegio
5. Área del directorio telefónico



### **Interpretación:**

En este boceto se diagrama el tamaño del volante de 5.5 x 8.5 pulgadas, a cada elemento se le asigna un tamaño legible. Este boceto se divide visualmente en dos áreas, cada espacio queda distribuido de la siguiente manera:

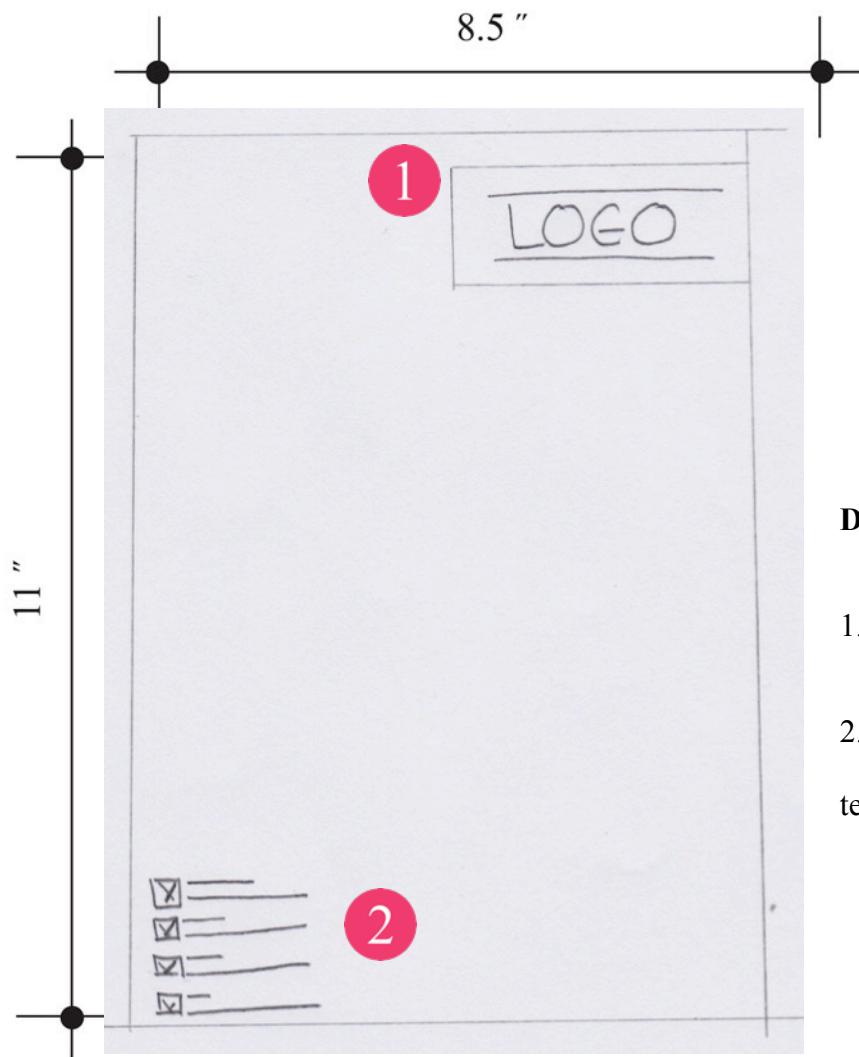
a.) Encabezado, está compuesto con el isologo, tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, junto a la fotografía y la frase conceptual el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

b.) Cierre, esta área está compuesta por elementos rectangulares donde se debe colocar el directorio informativo, con el número telefónico e información necesaria del colegio.

## Papelería

El boceto natural de la papelería está compuesto por el isologo del colegio y en ocasiones acompañado de la frase conceptual y el área del directorio del colegio, esto crea una unidad de diseño en toda la papelería del colegio.

## Hoja Membretada



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Área del directorio telefónico

### **Interpretación:**

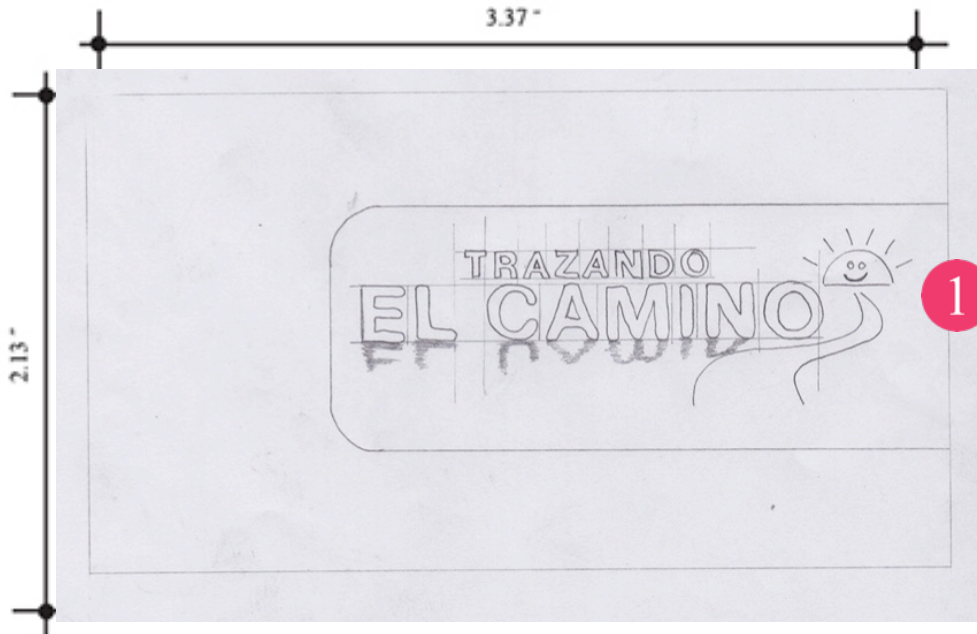
En este boceto se diagrama bajo la tendencia del minimalismo, en un tamaño de 8.5 x 5.5 pulgada, a cada elemento se le asigna un tamaño para que sea legible y comprensible en este caso por el padre y madre de familia. Este boceto se divide visualmente en dos áreas, cada espacio queda distribuido de la siguiente manera:

a.) Encabezado, está compuesto con el isologo, tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

b.) Cierre, esta área está compuesta por el directorio informativo, con el número telefónico del colegio junto a elementos gráficos representados con iconos.

## Tarjeta de Presentación

Tiro



### Descripción:

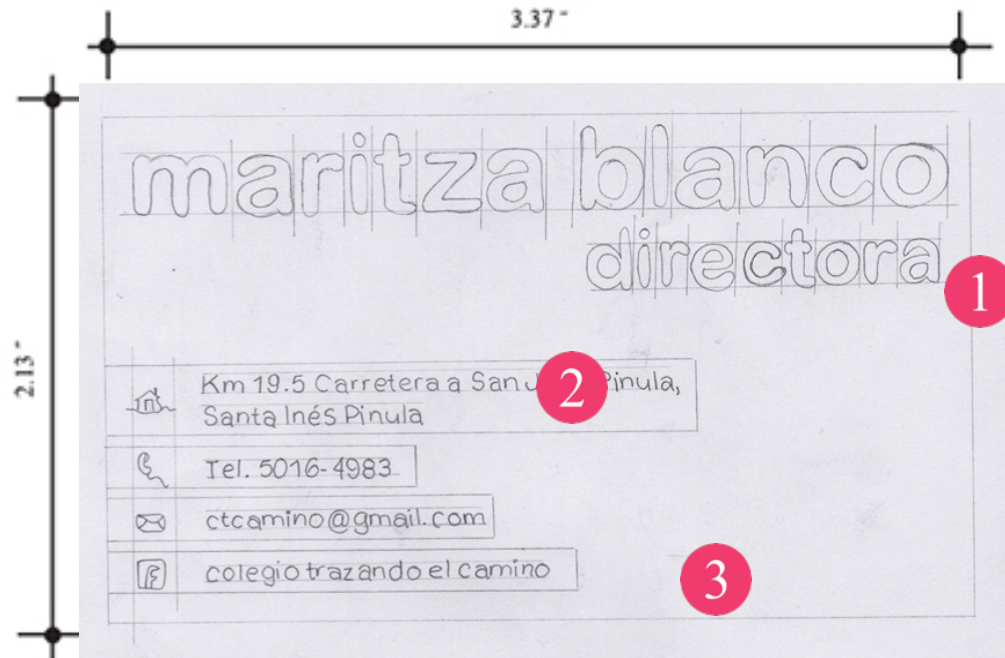
1. Isologo del colegio

### Interpretación:

En este boceto se diagrama el tamaño del tiro de la tarjeta de presentación de 3.37 x 2.13 pulgadas, el isologo tiene un tamaño proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

## Tarjeta de Presentación

Retiro



### Descripción:

1. Nombre del colaborador del colegio
2. Puesto laboral
3. Área del directorio telefónico

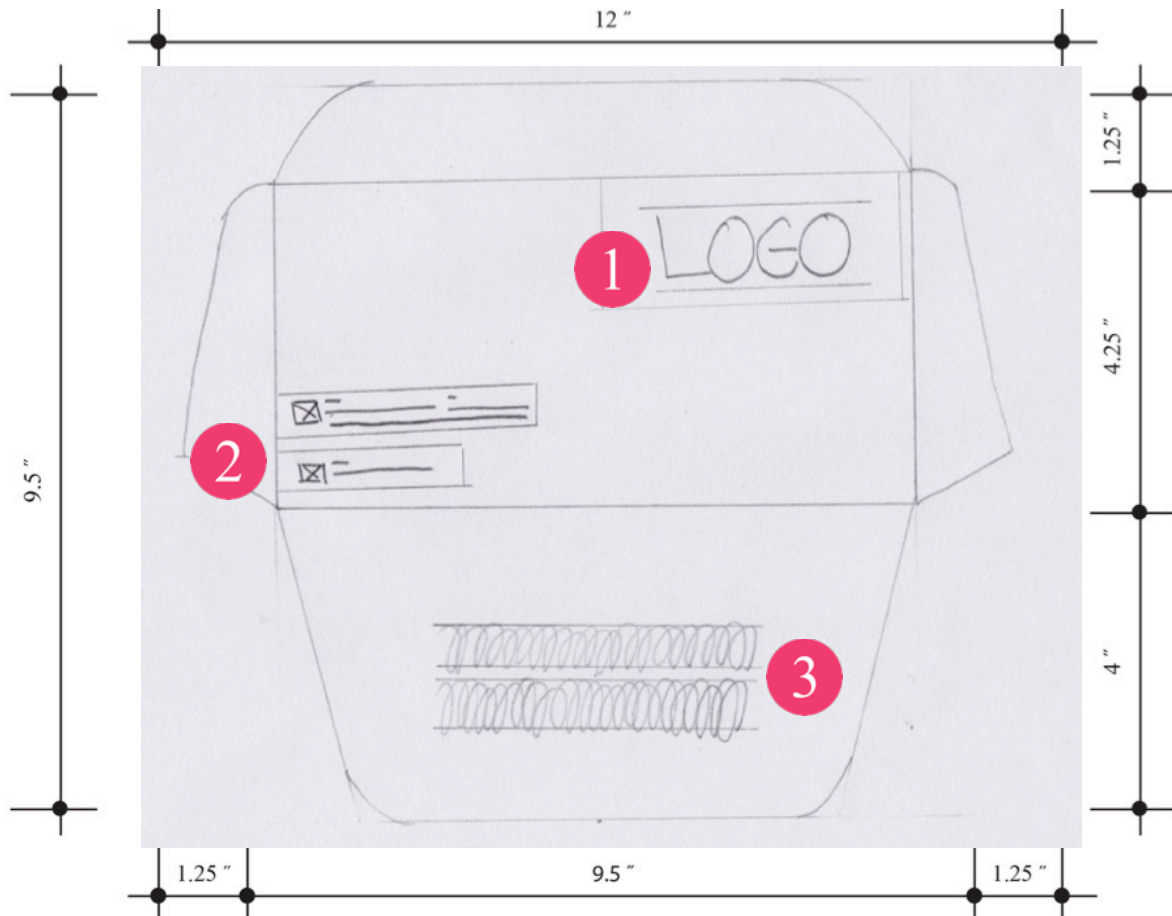
### **Interpretación:**

En este boceto se diagrama el tamaño del retiro de la tarjeta de presentación de 3.37 x 2.13 pulgadas, este boceto se divide visualmente en dos áreas, cada espacio queda distribuido de la siguiente manera:

a.) Encabezado, en este espacio está el nombre del colaborador seguido de su puesto de laboral.

b.) Cierre, esta área está compuesta por elementos de formas rectangulares donde se coloca el directorio informativo y con el número telefónico del colegio junto a elementos gráficos representados con iconos.

## Sobres Hoja Carta



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Área del directorio telefónico
3. Frase conceptual

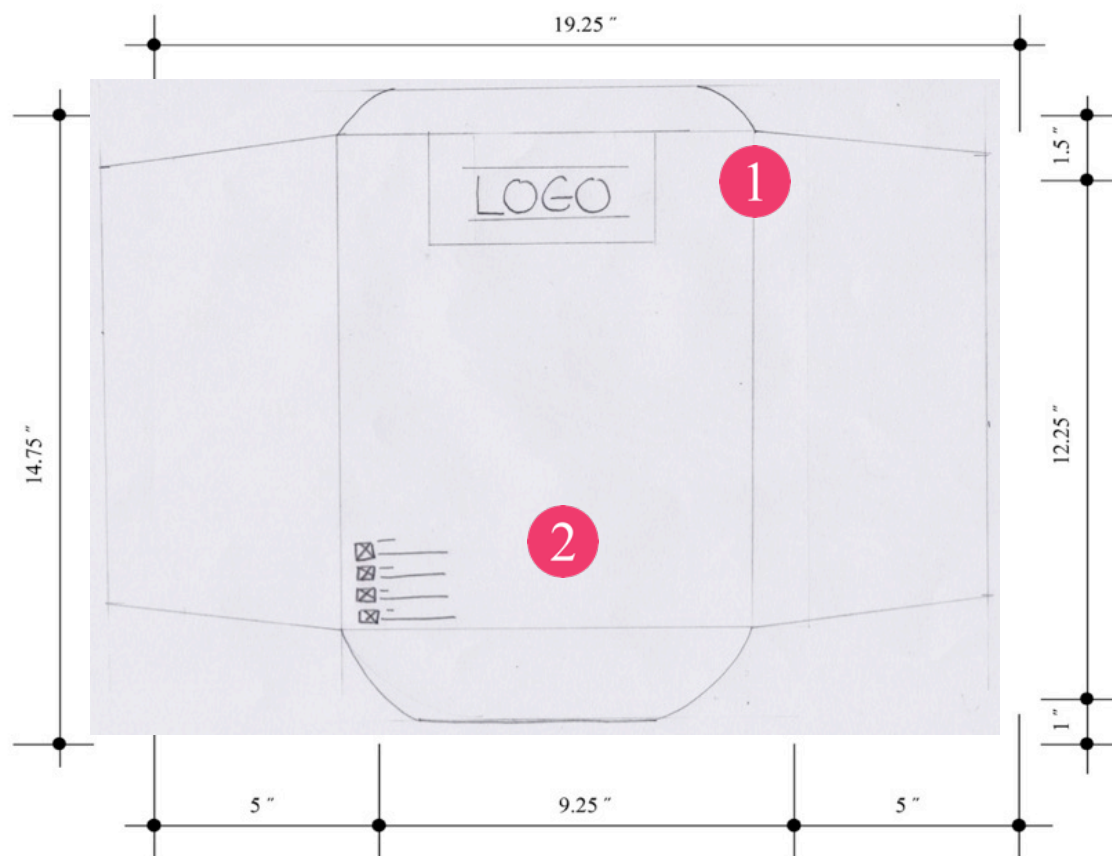
### **Interpretación:**

En este boceto se diagrama el tamaño del plano mecánico del sobre hoja carta de 12 pulgadas x 9.5 pulgadas. Bajo la tendencia del minimalismo este boceto se divide visualmente en dos áreas, cada espacio queda distribuido de la siguiente manera:

a.) Tiro, está compuesto con el isologo tiene un tamaño proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte. En la parte inferior están los elementos de formas rectangulares donde se coloca el directorio informativo y con el número telefónico del colegio junto a elementos gráficos representados con iconos.



## Sobre Tamaño Oficio



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Área del directorio telefónico

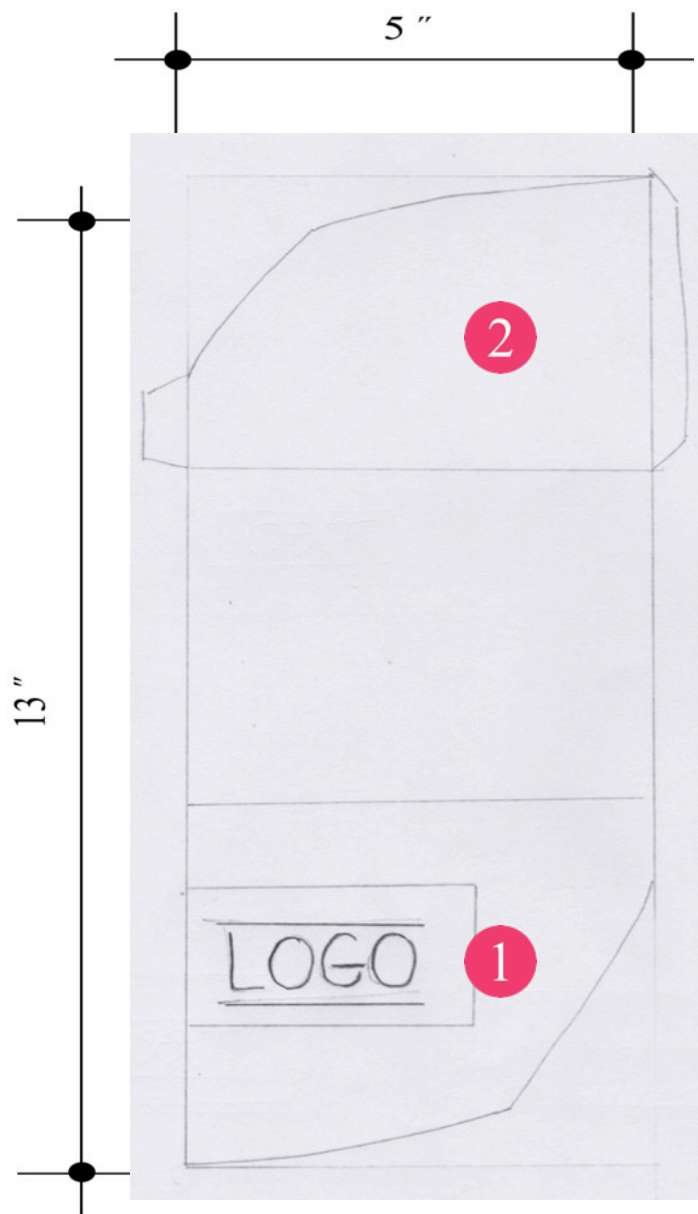
### **Interpretación:**

En este boceto se diagrama el tamaño del plano mecánico del sobre oficio de 19.25 pulgadas x 14.75 pulgadas. Bajo la tendencia del minimalismo este boceto se divide visualmente en dos áreas, cada espacio queda distribuido de la siguiente manera:

a.) Encabezado, está compuesto con el isologo tiene un tamaño proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

b.) Cierre, esta área está compuesta por el directorio informativo, con el número telefónico del colegio junto a elementos gráficos representados con iconos.

## Carpeta DVD y CD's



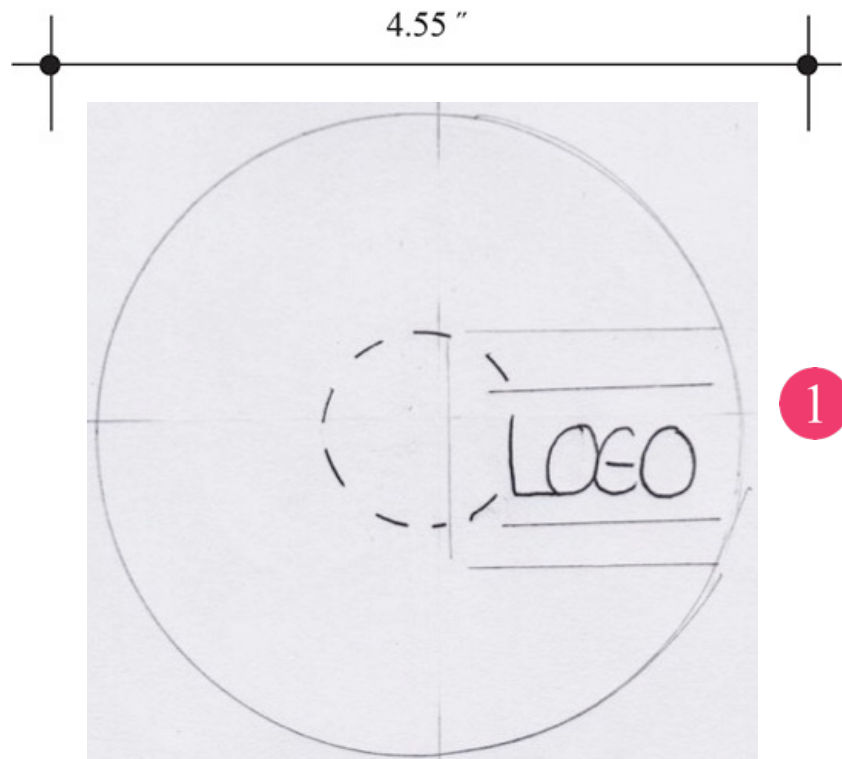
### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Solapa para sujetar el disco

**Interpretación:**

En este boceto se diagrama el tamaño del plano mecánico de la carpeta de DVD y CDs de 5 pulgadas x 13 pulgadas. El isologo tiene un tamaño proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

## Sticker DVD y CD's



### Descripción:

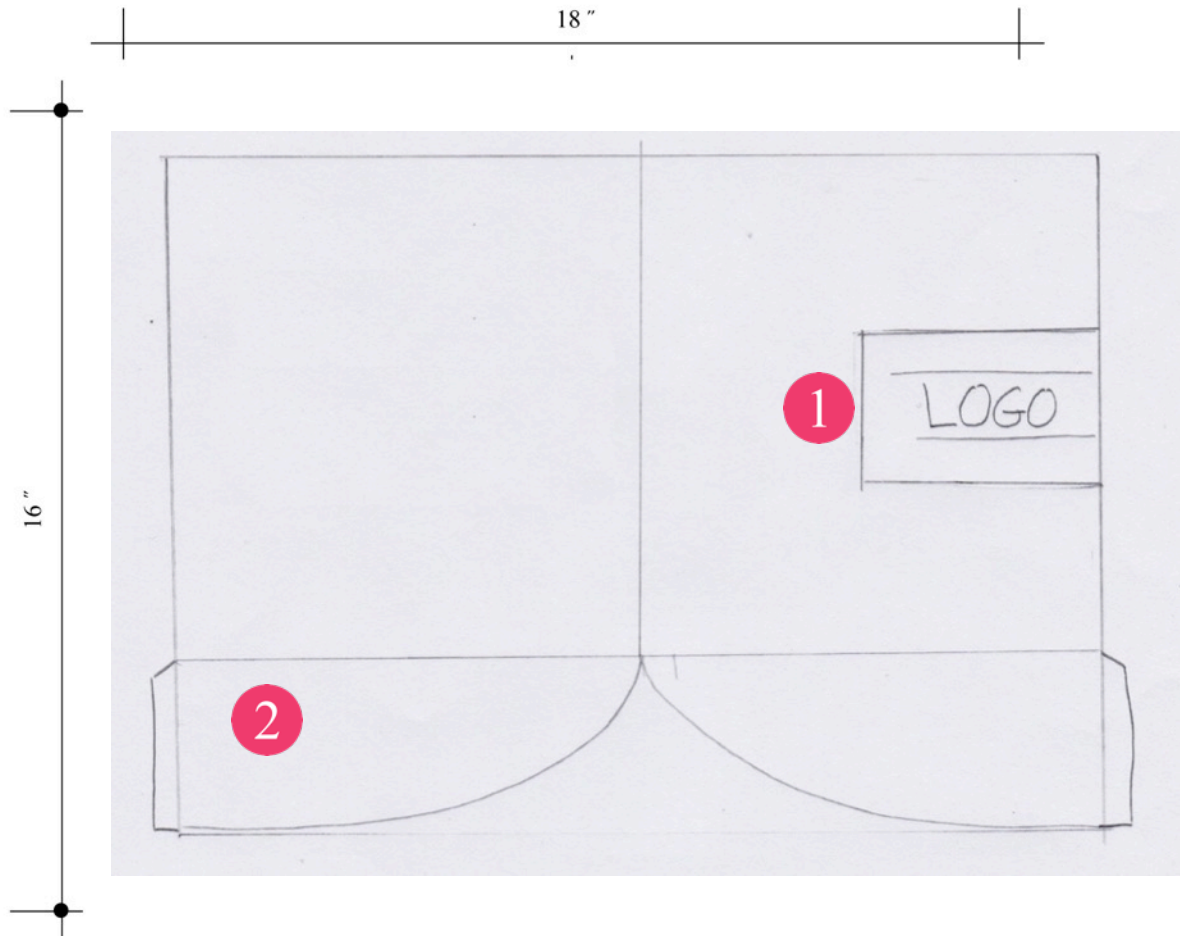
1. Isologo del colegio

### Interpretación:

En este boceto se diagrama el tamaño del DVD y CDs de 4.55 pulgadas x 4.55 pulgadas. El isologo tiene un tamaño proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte.

## Carpeta

Tiro



### Descripción:

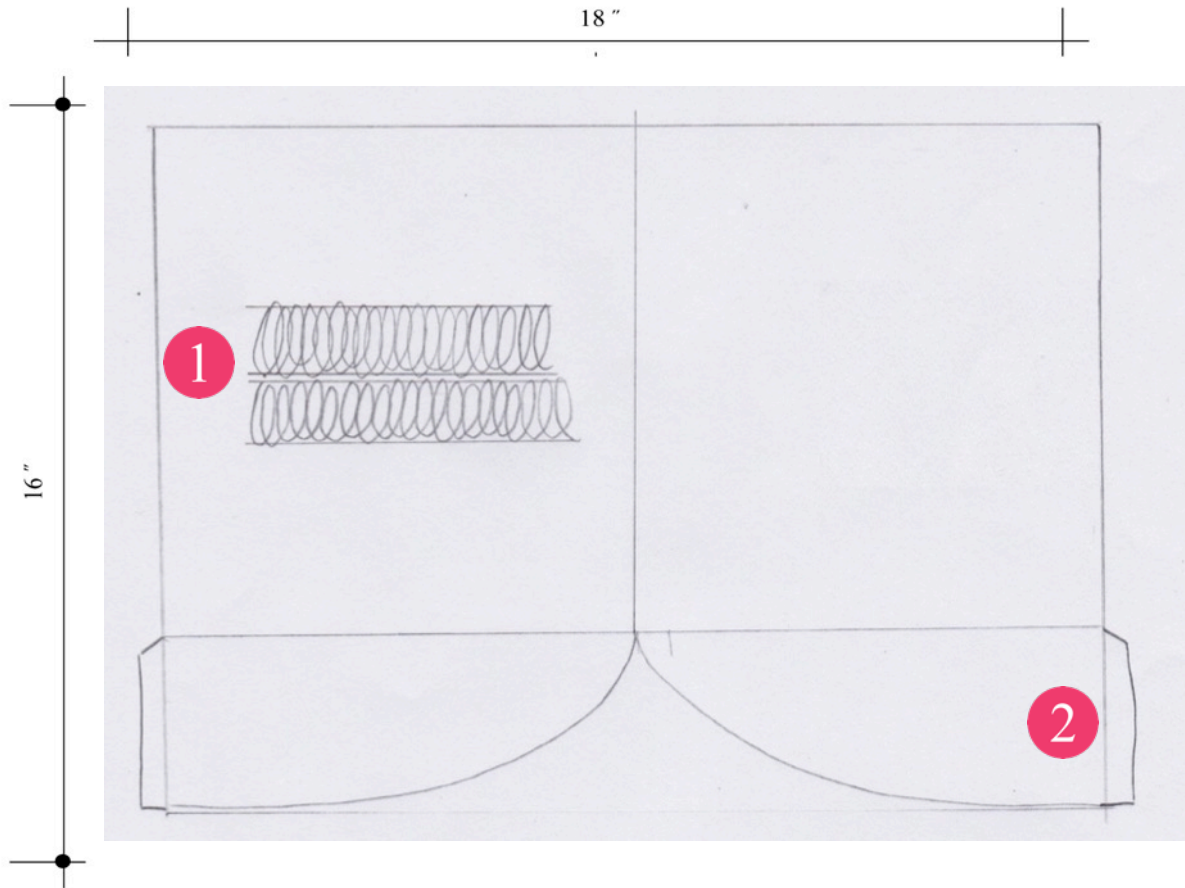
1. Isologo del colegio
2. Solapa inferior

**Interpretación:**

En este boceto se diagrama el tamaño de la portada y contraportada del plano mecánico de la carpeta de 18 x 16 pulgadas. El isologo tiene un tamaño proporcional justificado al centro de la portada del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque debe ser lo primero que se puede visualizar en el arte, en el área de la solapa inferior tiene un troquel para la tarjeta de presentación.

## Carpeta

Retiro



### Descripción:

1. Frase conceptual

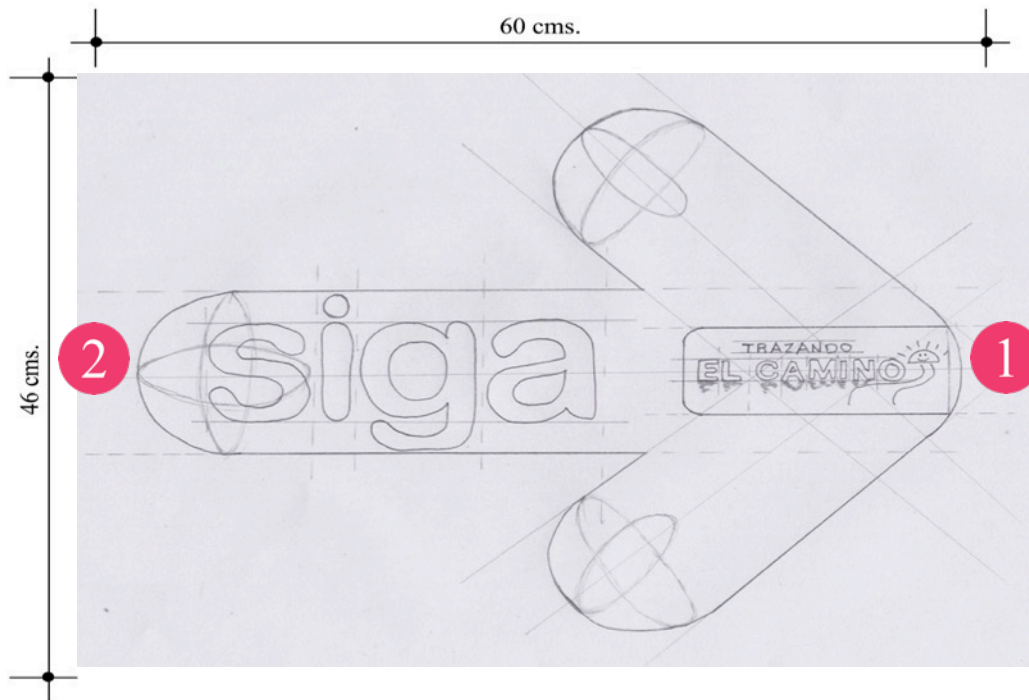
### Interpretación:

En este boceto se diagrama el tamaño del plano mecánico de la carpeta de 18 x 16 pulgadas, el interior de la carpeta está compuesta por la frase conceptual, tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto.



## Señalética

### Señal informativa siga



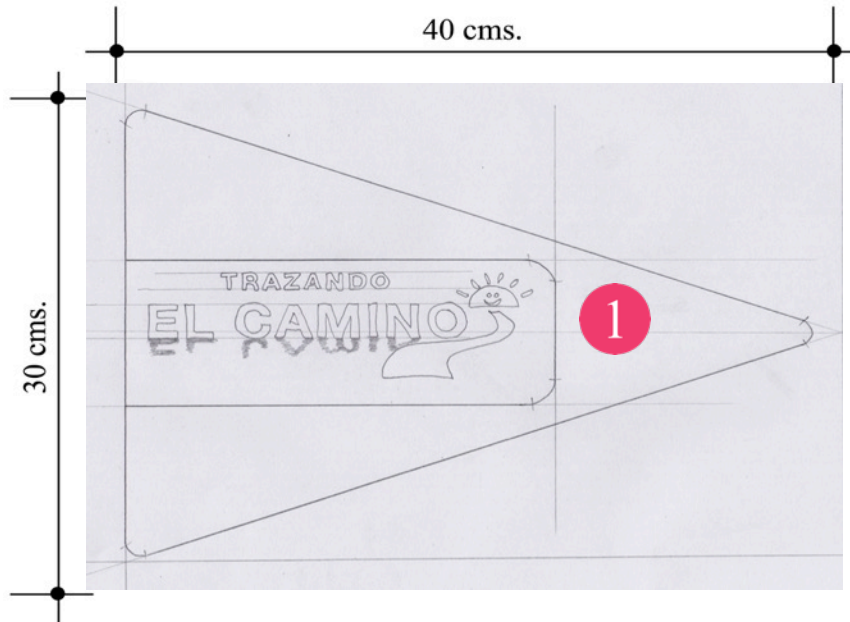
### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Palabra Siga

### Interpretación:

El boceto se diagrama en un tamaño de 60 cm x 46 cm, representa la señal informativa en forma de flecha guía con los bordes redondos. La palabra siga tiene un tamaño grande a proporción a la medida del boceto y el isologo se coloca en la tercera parte del boceto de la señalética.

## Banderolas Institucional



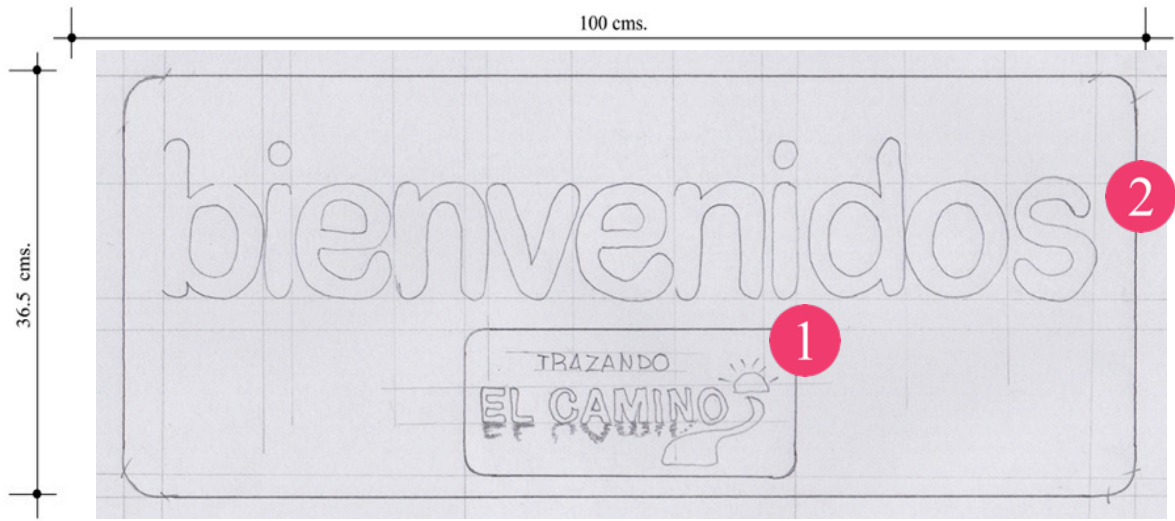
### Descripción:

1. Isologo del colegio

### Interpretación:

El boceto se diagrama en un tamaño de 40 cm x 30 cm. Este boceto representa una señalética en forma de banderola, los tres bordes de la banderola son redondos.

## Rótulo Institucional Bienvenido



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Palabra Bienvenidos

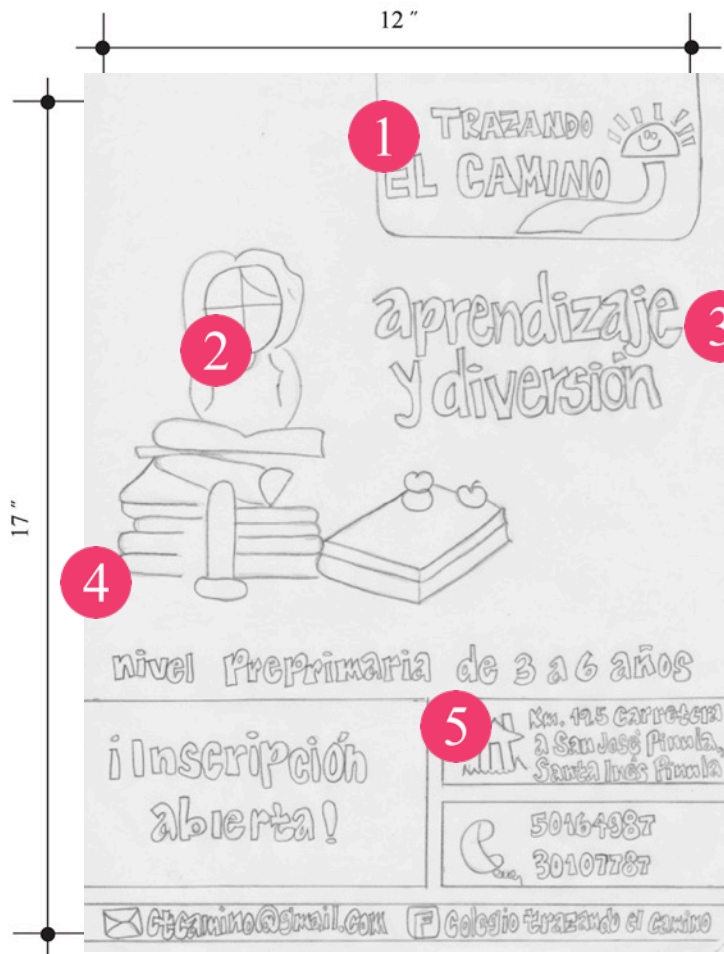
### Interpretación:

El boceto se diagrama en un tamaño de 100 cm x 36.5 cm. Este boceto representa la señalética de bienvenida los bordes del boceto son redondos. La palabra bienvenidos tiene un tamaño grande a proporción a la medida del boceto y el isologo se coloca en la tercera parte del boceto de la señalética.

### 7.3.2 Proceso de bocetaje formal en base a la diagramación de dibujo técnico

La siguiente etapa es crear bocetos más detallados de cada material gráfico. Cada elemento debe tener formas básicas de lo que se va a representar en la propuesta gráfica final, se visualiza con mayor detalle los elementos gráficos que ayudan a tener un diseño moderno y minimalista, pero se tiene en cuenta que se quiere transmitir profesionalismo y diversión.

#### Afiche



#### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Fotografía del estudiante
3. Frase del concepto
4. Información de actividades del colegio
5. Área del directorio telefónico

## **Interpretación:**

El boceto del afiche está compuesto por un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, la forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y comprensión.

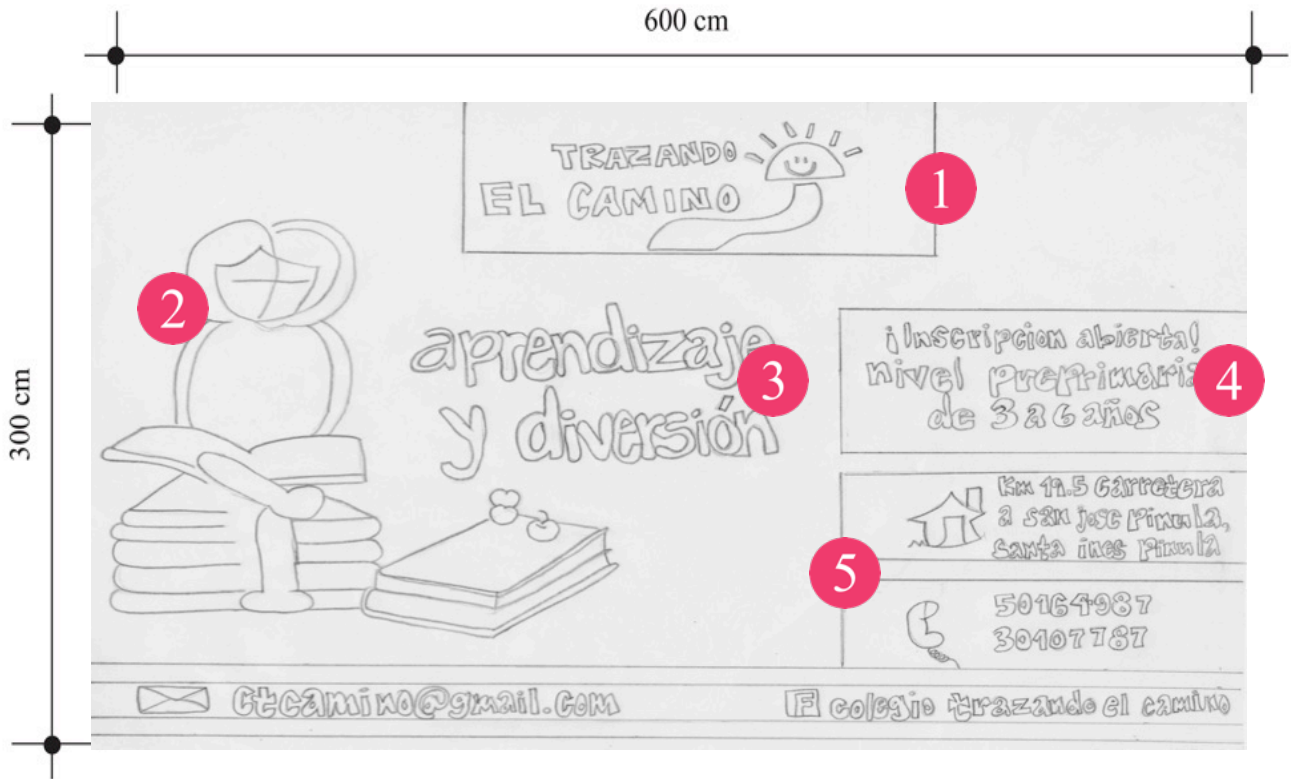
La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. Los colores cálidos se deben aplicar en los detalles, por ejemplo en la frase conceptual, las formas rectangulares, entre otros elementos. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

En las áreas donde el celeste se debe utilizar como fondo, se coloca una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos que usan los estudiantes dentro del colegio.

El isologo está colocado sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, éste tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

El estilo que se desea lograr en la fotografías del alumnos es el “estilo de vida” comercialmente conocido como lifestyle, con esta técnica se detalla muchos rasgos reales ya que la foto es espontánea y capta lo que hace una persona en su vida cotidianas.

## Valla



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Fotografía del estudiante
3. Frase del concepto
4. Información de actividades del colegio
5. Área del directorio telefónico

### **Interpretación:**

El boceto de la valla tiene una diagramación diferente para transmitir el mensaje de forma rápida y concisa.

Está compuesto por un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, la forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y comprensión.

La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. Los colores cálidos se deben aplicar en los detalles, por ejemplo en la frase conceptual, las formas rectangulares, entre otros elementos. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

En las áreas donde el celeste se debe utilizar como fondo, se coloca una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos que usan los estudiantes dentro del colegio.

El isologo está colocado sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

El estilo que se desea lograr en las fotografías de alumnos es el “estilo de vida” comercialmente conocido como lifestyle, con esta técnica se detalla muchos rasgos reales ya que la foto es espontánea y capta lo que hace una persona en su vida cotidiana.

Mupi



**Descripción:**

1. Isologo del colegio
2. Fotografía del estudiante
3. Frase del concepto
4. Información de actividades del colegio
5. Área del directorio telefónico



### **Interpretación:**

El boceto del mupi tiene una diagramación diferente para transmitir el mensaje de forma rápida y concisa.

Está compuesto por un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, la forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y comprensión.

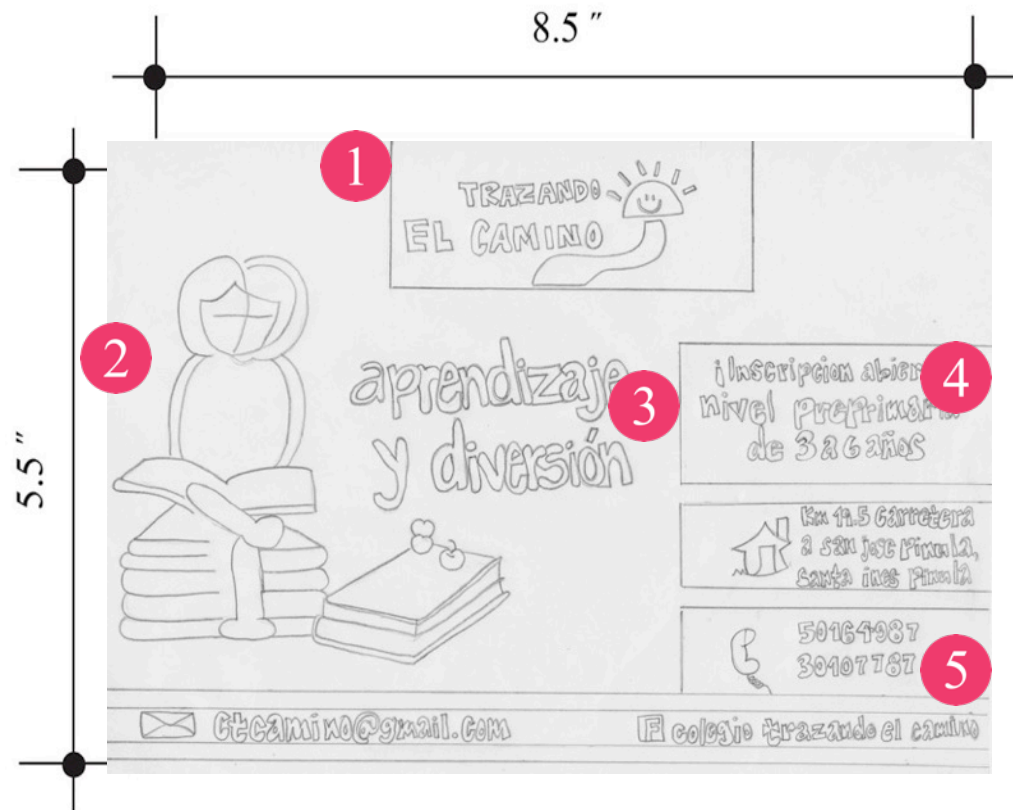
La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. Los colores cálidos se deben aplicar en los detalles, por ejemplo en la frase conceptual, las formas rectangulares, entre otros elementos. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

En las áreas donde el celeste se debe utilizar como fondo, se coloca una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos que usan los estudiantes dentro del colegio.

El isologo está colocado sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

El estilo que se desea lograr en la fotografías de alumnos es el “estilo de vida” comercialmente conocido como lifestyle, con esta técnica se detalla muchos rasgos reales ya que la foto es espontánea y capta lo que hace una persona en su vida cotidianas.

## Volante



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Fotografía del estudiante
3. Frase del concepto
4. Información de actividades del colegio
5. Área del directorio telefónico

## **Interpretación:**

El boceto del volante está compuesto por un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, la forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y comprensión.

La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. Los colores cálidos se deben aplicar en los detalles, por ejemplo en la frase conceptual, las formas rectangulares, entre otros elementos. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

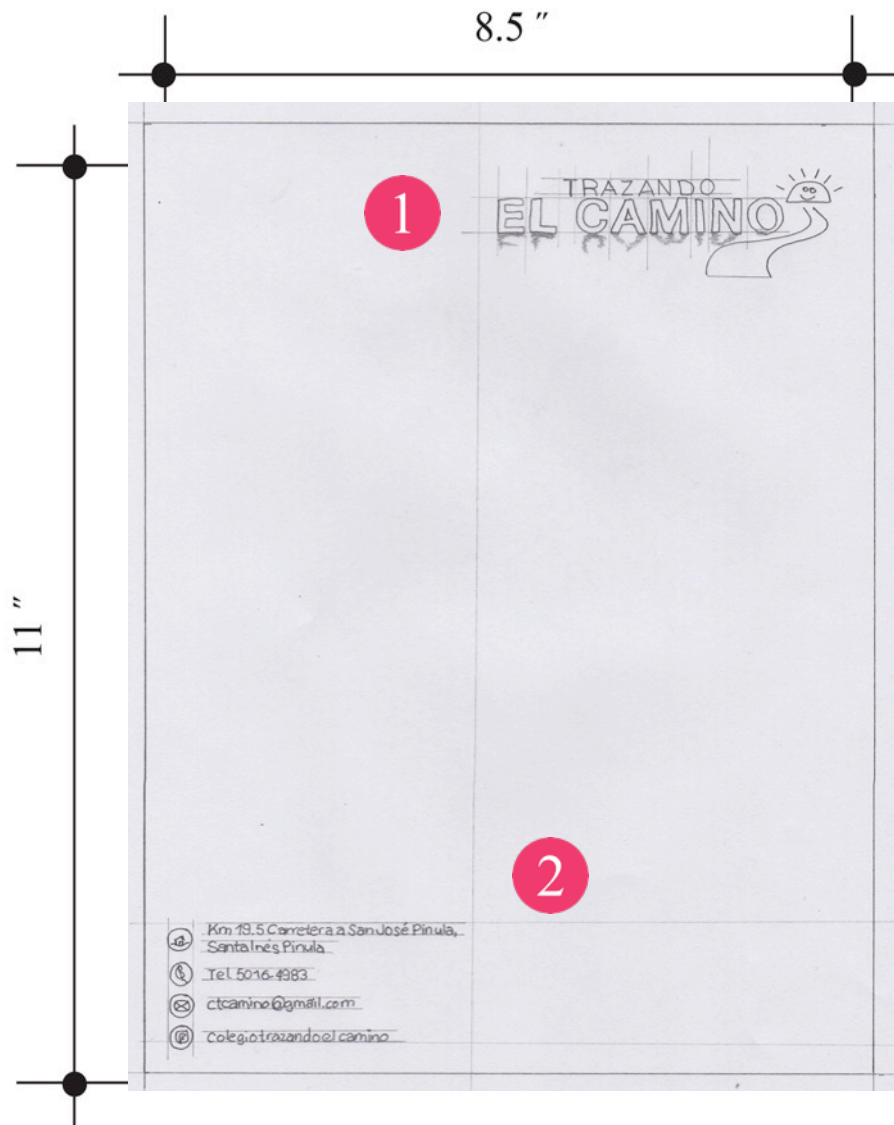
En las áreas donde el celeste se debe utilizar como fondo, se coloca una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos que usan los estudiantes dentro del colegio.

El isologo está colocado sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

El estilo que se desea lograr en la fotografías del alumnos es el “estilo de vida” comercialmente conocido como lifestyle, con esta técnica se detalla muchos rasgos reales ya que la foto es espontánea y capta lo que hace una persona en su vida cotidianas.

## Papelería

### Hoja Membretada



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Área del directorio telefónico

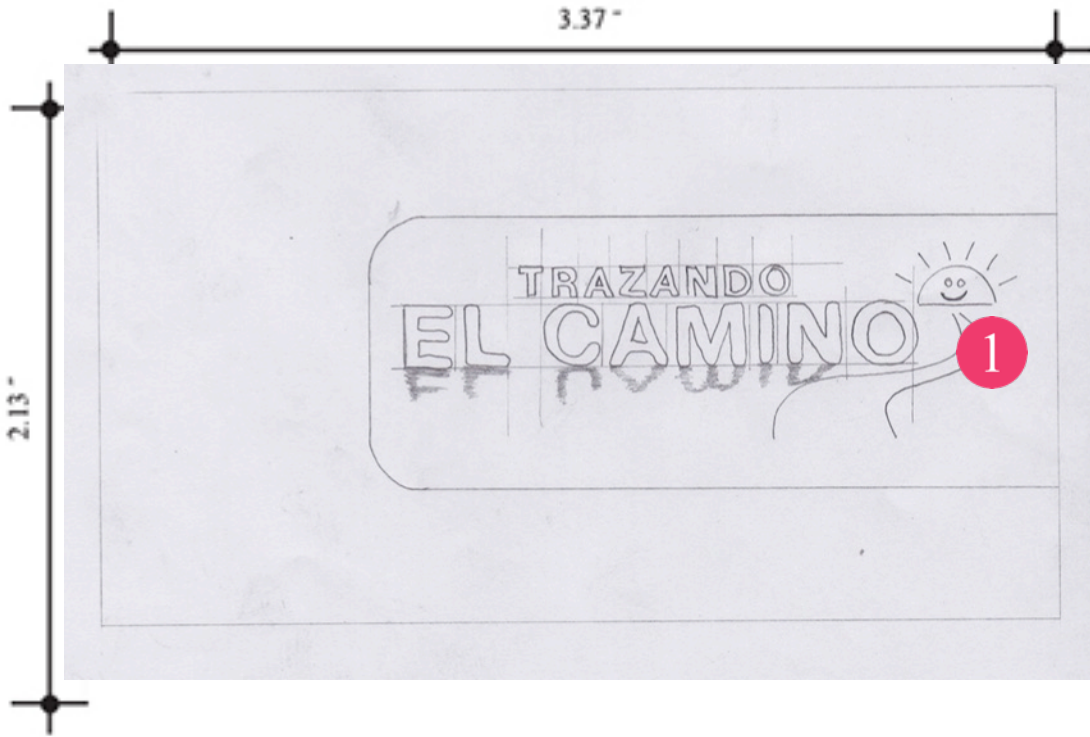
**Interpretación:**

El isologo tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico porque es lo primero que se visualiza en el arte.

En la esquina inferior del boceto está el área del directorio telefónico del colegio con íconos que se asocian a dicha información, se utiliza un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos. A cada ícono se le debe aplicar un color cálido, estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

## Tarjeta de Presentación

Tiro



### Descripción:

1. Isologo del colegio

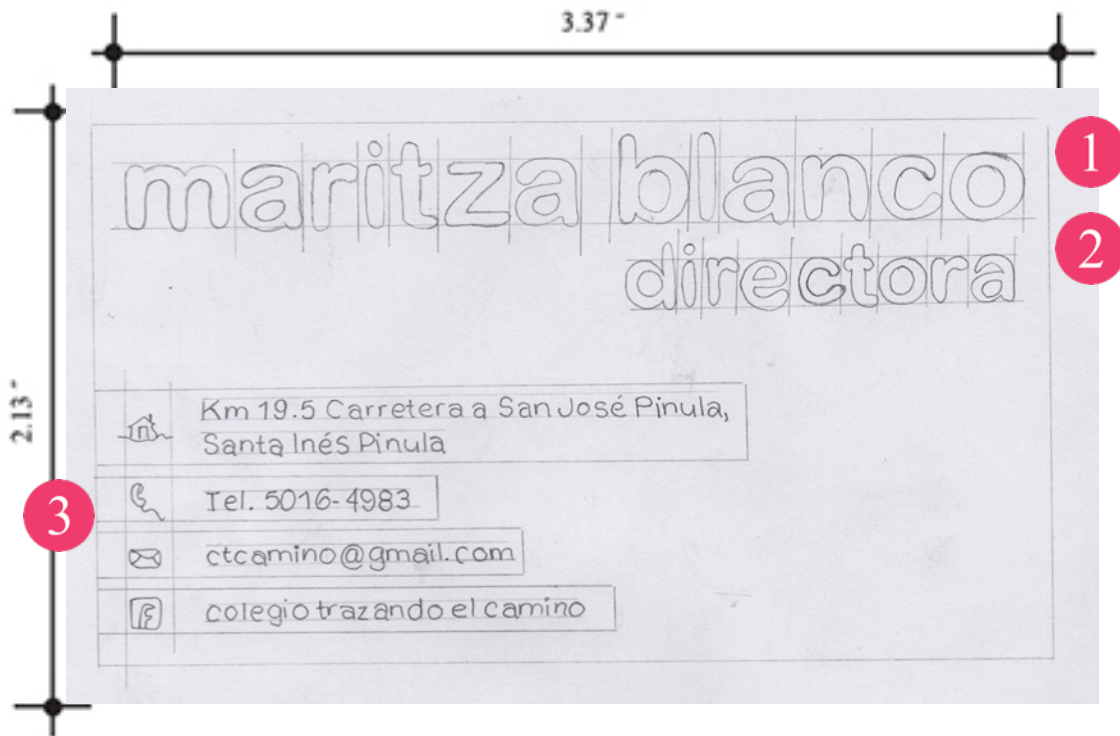
### Interpretación:

En las áreas donde el celeste se debe utilizar como fondo, se coloca una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos que usa el estudiante dentro del colegio.

El isologo está colocado sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

## Tarjeta de Presentación

Retiro



### Descripción:

1. Nombre del colaborador del colegio
2. Puesto laboral
3. Área del directorio telefónico

### **Interpretación:**

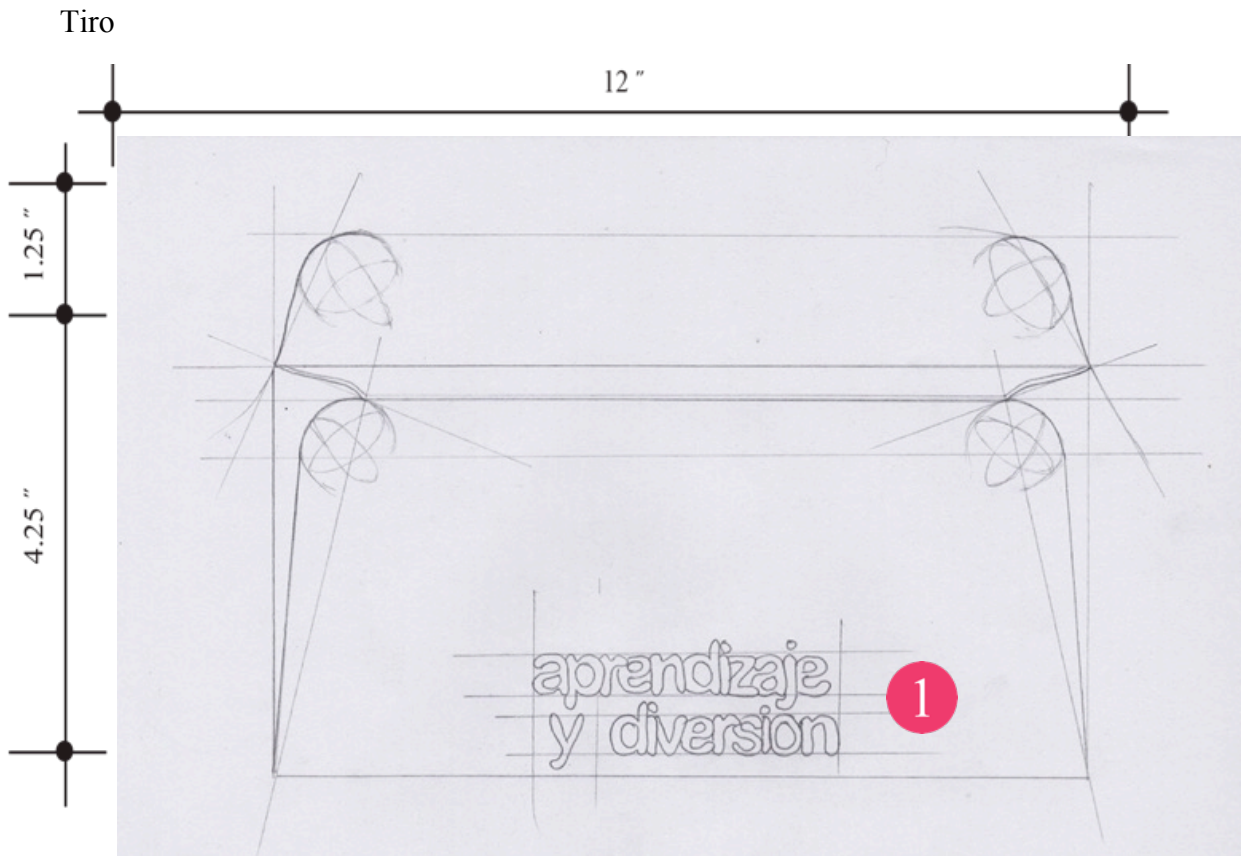
El boceto del retiro de la tarjeta de presentación está compuesto por un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, la forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y comprensión.

En la esquina inferior del boceto está el área del directorio telefónico del colegio con íconos que se asocian a dicha información, se utiliza un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos.

Los colores cálidos se desean aplicar en los detalles, por ejemplo en el nombre del colaborador del colegio, y los íconos. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.



## Sobres Hoja Carta



### Descripción:

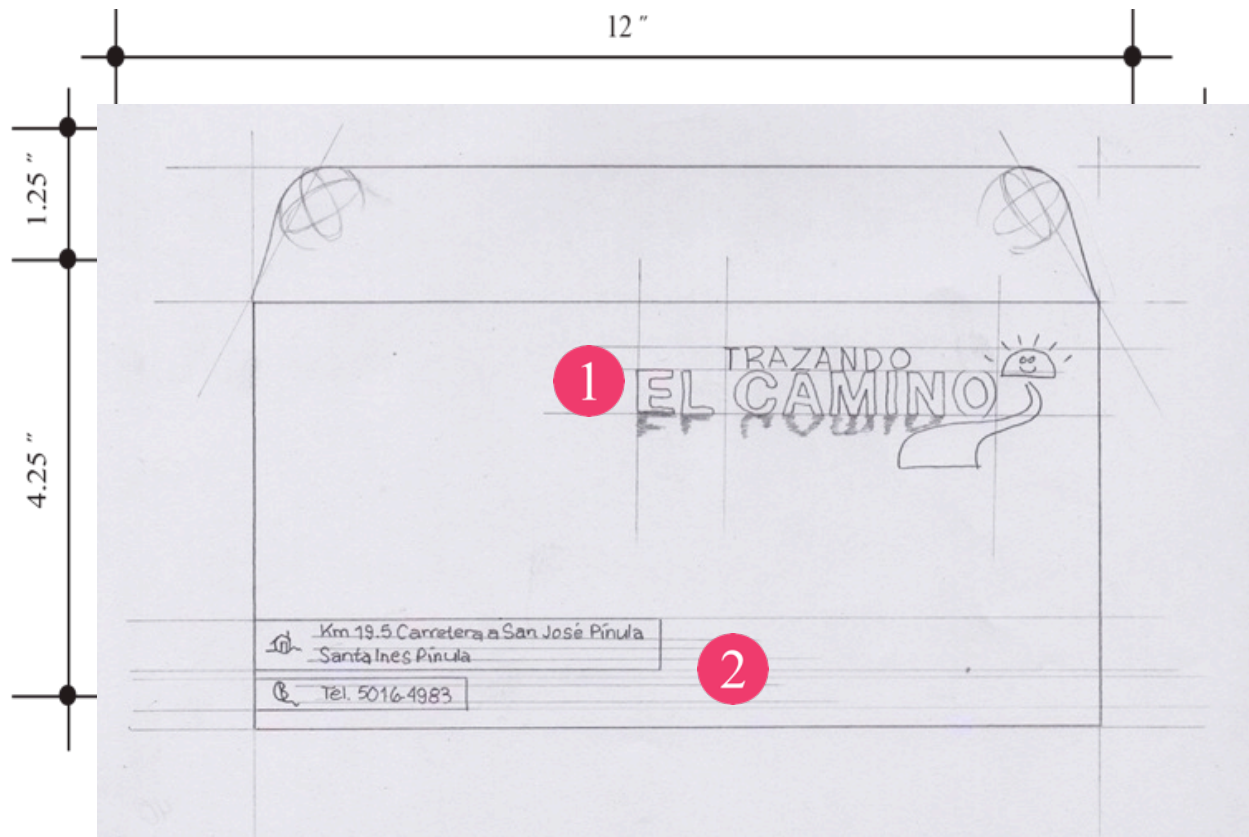
1. Frase conceptual

### Interpretación:

El boceto del plano mecánico del sobre tamaño carta está compuesto por la frase conceptual con un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector. La forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y facilita la comprensión de la información.

## Sobres Hoja Carta

Retiro



### Descripción:

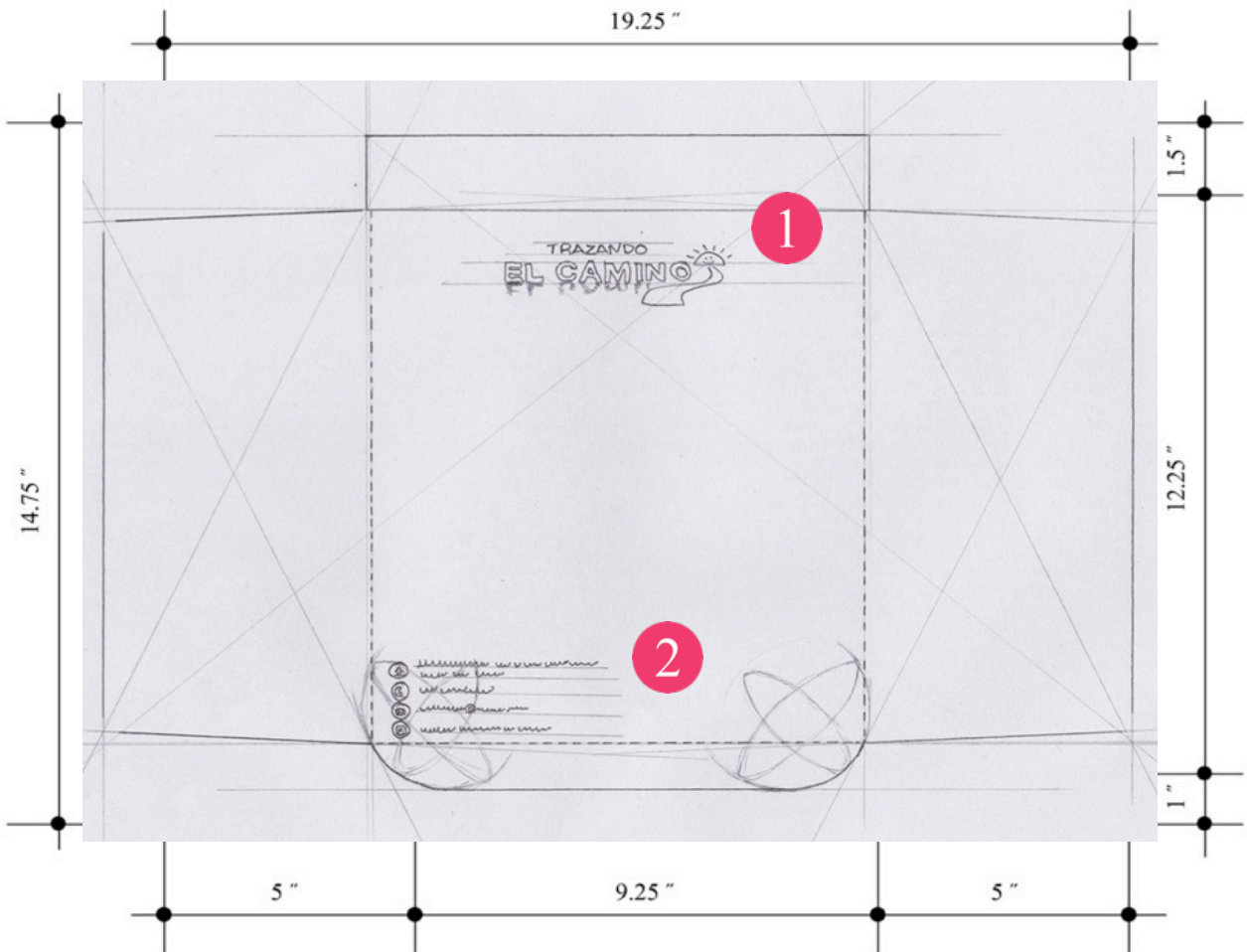
1. Isologo del colegio
2. Área del directorio telefónico

**Interpretación:**

El isologo tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

En la esquina inferior del boceto está el área del directorio telefónico del colegio con íconos que se asocian a dicha información, se utiliza un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos. A cada ícono se le debe aplicar un color cálido, estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

## Sobre tamaño oficio



### Descripción:

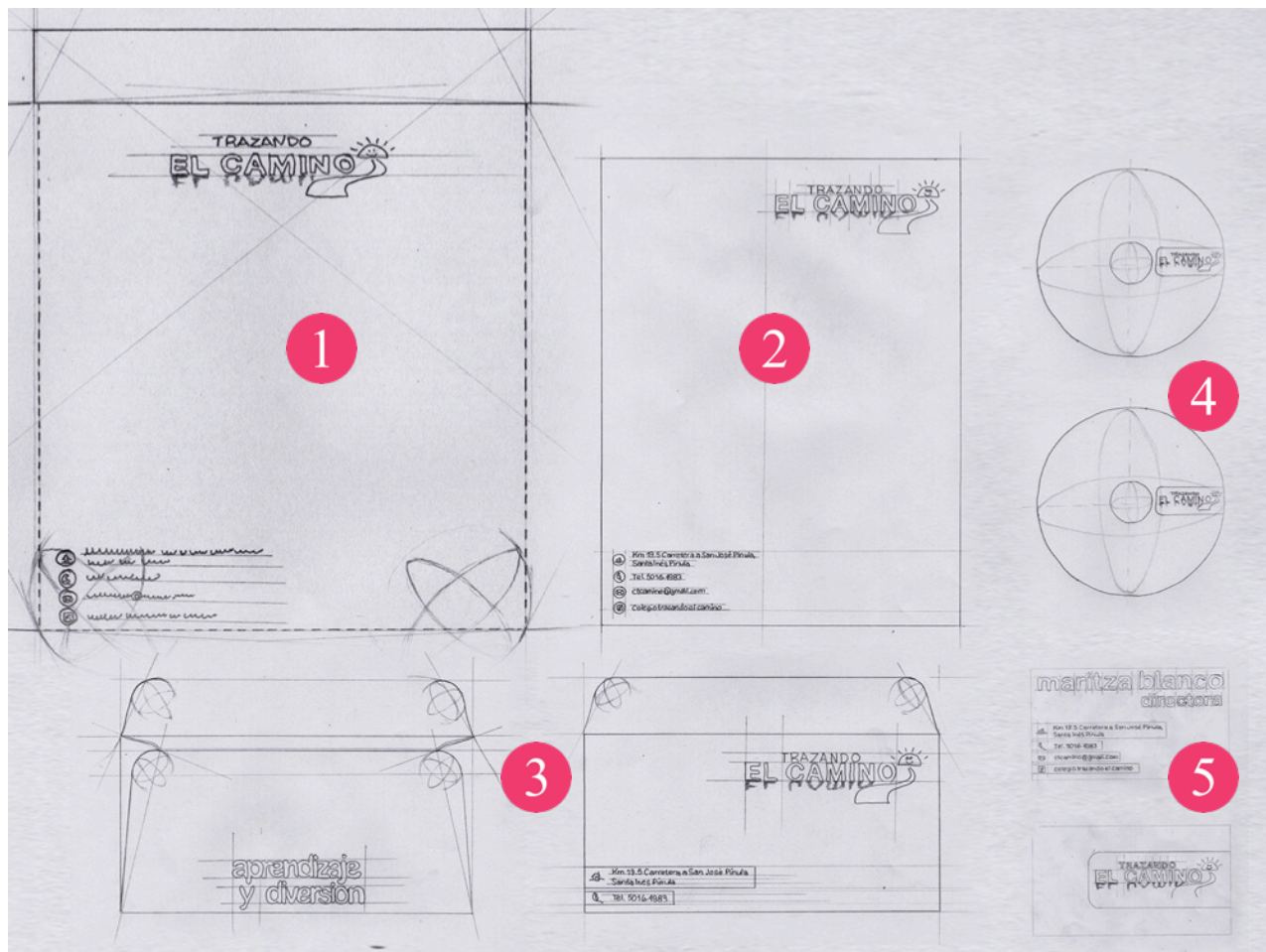
1. Isologo del colegio
2. Área del directorio telefónico

### **Interpretación:**

El boceto del plano mecánico del sobre tamaño oficio esta compuesto por el isologo el cual tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

En la esquina inferior del boceto está el área del directorio telefónico del colegio con íconos que se asocian a dicha información, se utiliza un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos. A cada ícono se le debe aplicar un color cálido, estos colores trasmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

## Montaje de la Papelería

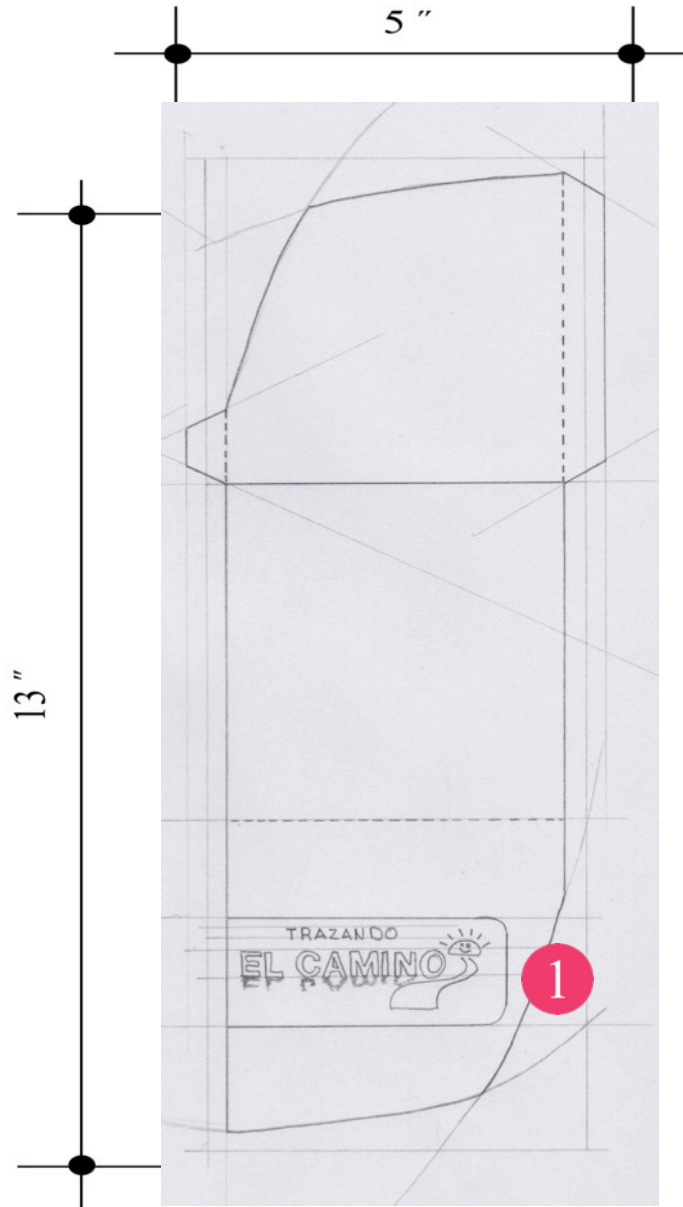


### Interpretación:

- 1.- Sobre Oficio
- 2.- Hoja membretada
- 3.- Sobres
- 4.- Sticker para Discos
- 5.- Tarjetas de presentación

## Sobre DVD y CD's

Tiro Exterior



### Descripción:

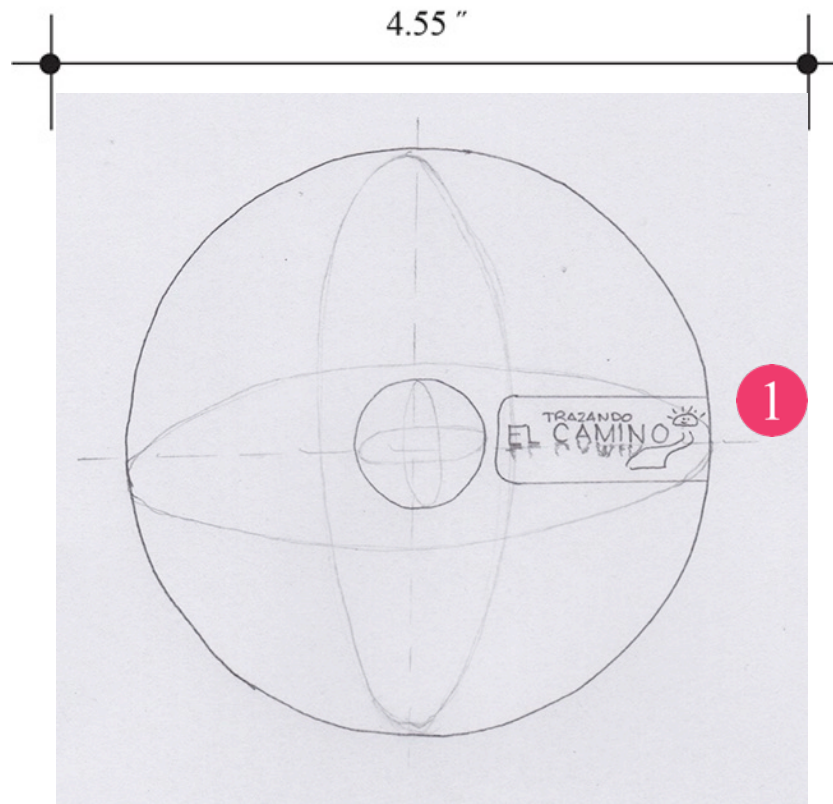
1. Isologo del colegio

**Interpretación:**

El boceto del plano mecánico para CD's y DVD está compuesto por el isologo el cual es colocado sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.



## Sticker Discos



### Descripción:

1. Isologo del colegio

### Interpretación:

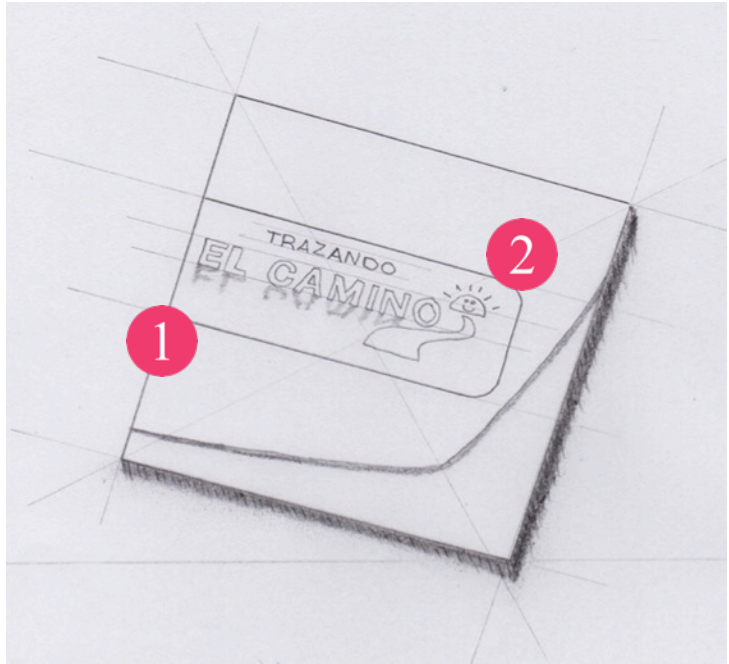
El boceto del sticker para CD's y DVD está compuesto por el isologo, éste es colocado sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

## Montaje de estuche para DVD y CD's

### Tiro

#### Interpretación:

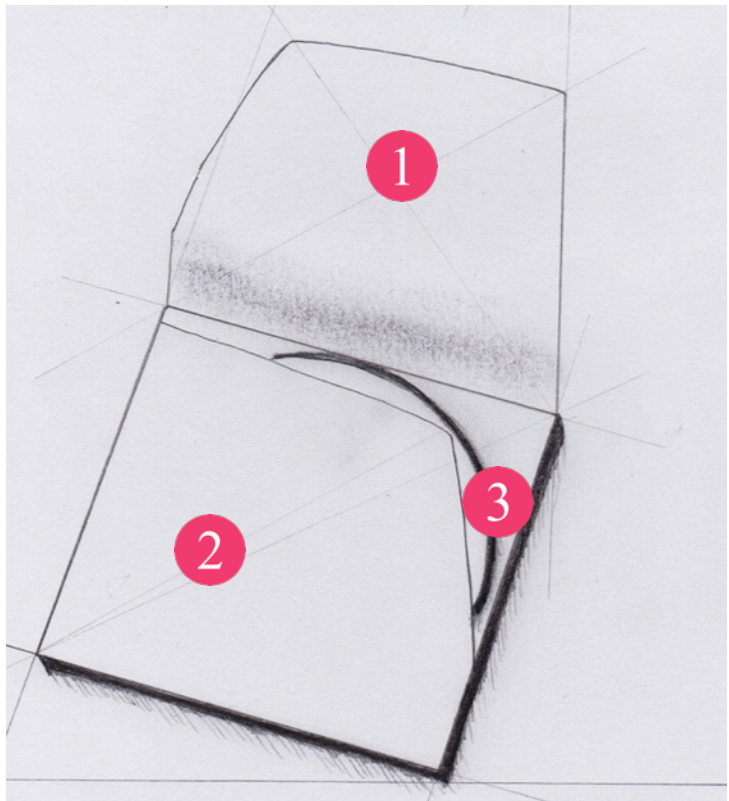
1. Isologo del colegio
2. Solapa inferior de la carpeta



### Retiro

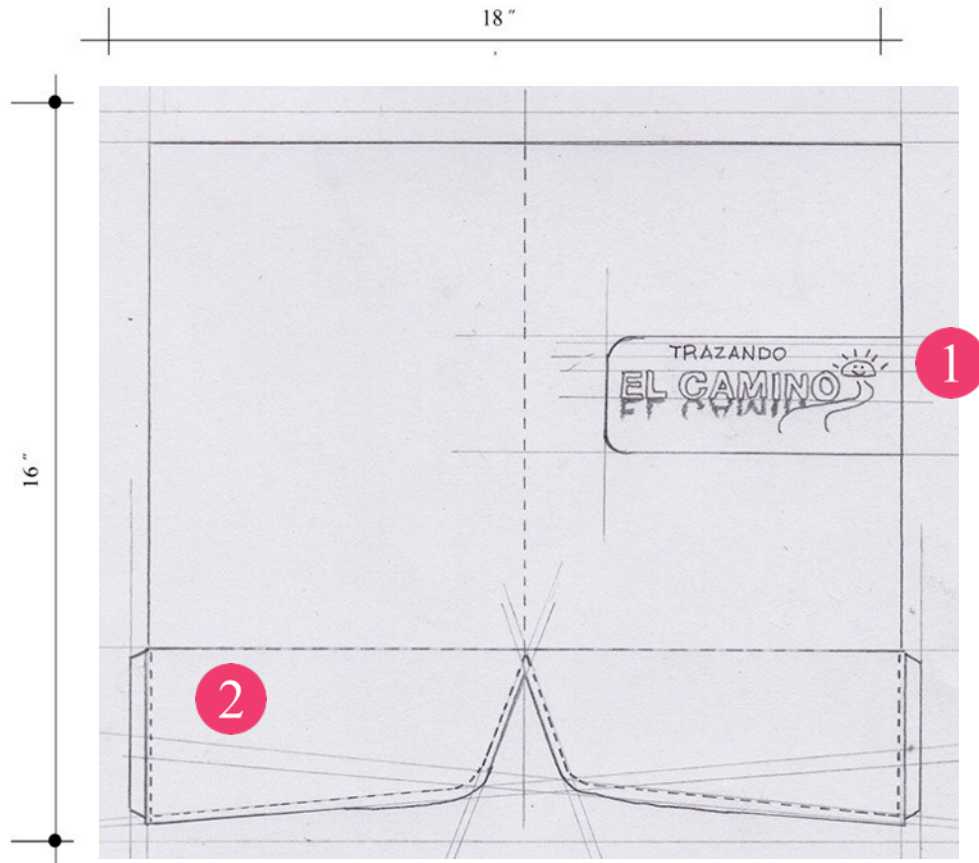
#### Interpretación:

1. Solapa superior
2. Solapa inferior donde se sostiene el disco
3. Disco



## Carpeta

Tiro y retiro



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Solapa inferior

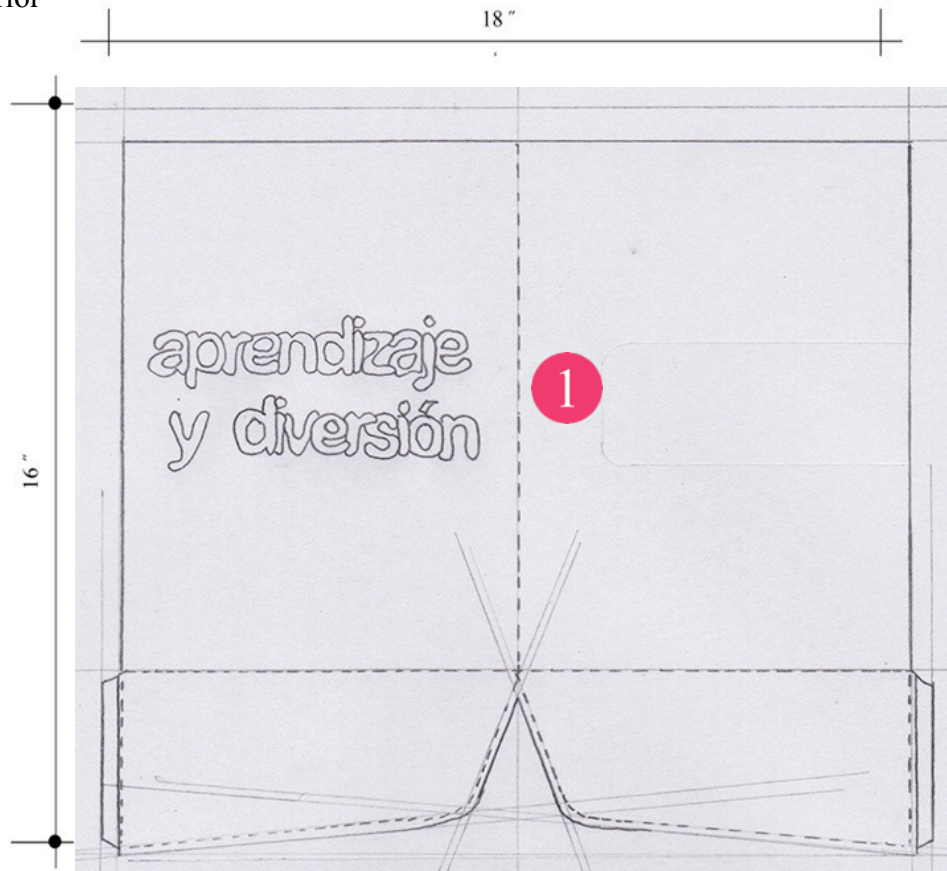
### **Interpretación:**

El boceto del plano mecánico de la carpeta está compuesto por el isologo, se debe colocar sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, éste tiene un tamaño grande proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. Los colores cálidos están aplicados en el área de la solapa inferior esta tiene un troquel donde va la tarjeta de presentación. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía. Se coloca una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos que usan los estudiantes dentro del colegio.

## Carpeta

Interior



### Descripción:

1. Frase conceptual

### Interpretación:

El boceto del plano mecánico de la carpeta está compuesto por la frase conceptual con un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector. La forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y comprensión.

## Montaje de la carpeta

### Tiro y retiro

#### Interpretación:

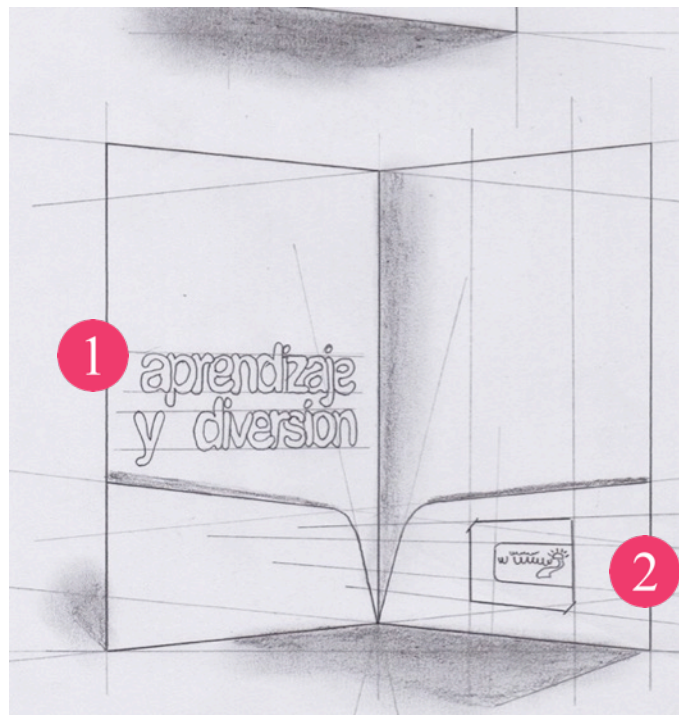
1. Logo del colegio



### Interior

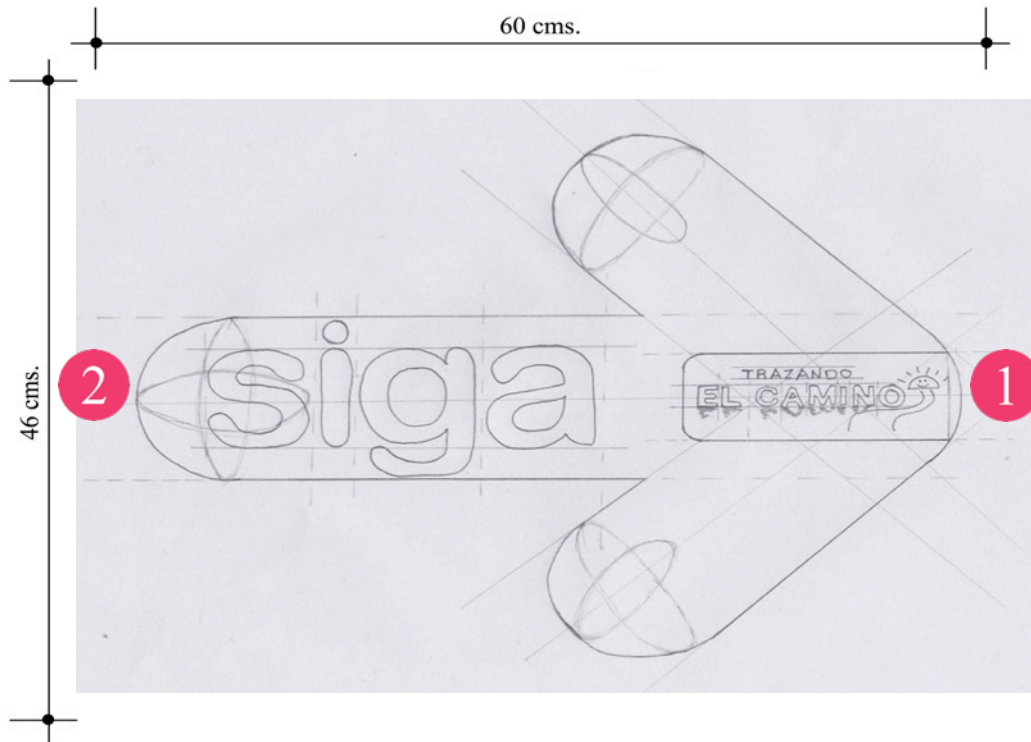
#### Interpretación:

1. Frase conceptual
2. Troquel para agregar la tarjeta de presentación



## Señalética

Señal informativa siga



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Palabra Siga

### **Interpretación:**

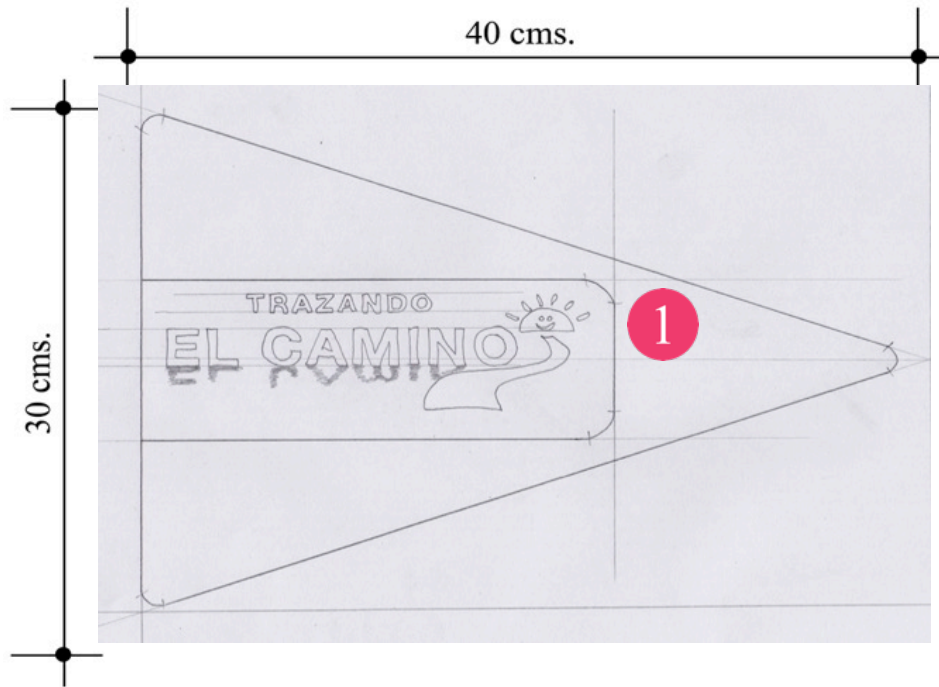
El boceto de la señalética siga está compuesto por el isologo y se coloca sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste. Este mide la tercera parte proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La palabra siga debe estar escrita por un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector. La forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y comprensión.

La paleta de colores predominantes en el diseño son el celeste como fondo, también se desea colocar una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos que usan los estudiantes dentro del colegio.



## Banderolas Institucional



### Descripción:

1. Isologo del colegio

### Interpretación:

El boceto de la banderola está compuesto por el isologo y se coloca sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste. Este mide la tercera parte proporcional a la medida del boceto, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

## Rótulo Institucional Bienvenido Celeste



### Descripción:

1. Isologo del colegio
2. Palabra Bienvenidos

### Interpretación:

El boceto del rótulo institucional bienvenido está compuesto por el isologo y se coloca sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste. Este mide la tercera parte proporcional a la medida del boceto.

La palabra bienvenidos debe estar escrita por un estilo de tipografía Sans Serif con bordes redondos, ya que es adecuada para el lector. La forma curva que brinda la tipografía ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento, esto crea una lectura rápida y comprensión.

### 7.3.3 Proceso de digitalización de los bocetos

Se inicia el proceso de digitalización, para determinar la diagramación, tipografía y colores. En esta etapa se digitaliza en los programas de Adobe Photoshop e Illustrator cada uno de los elementos para crear la propuesta gráfica de los materiales gráficos impresos.

#### 7.3.3.1 Selección de Tipografía

Familia

Arial - Rounded mt bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**12345678910**

**!#\$%&\*()\_+^:"'¿?Ç,.ç;'^**

**œΣæ®†¥€^øπåßðf@™Δ§**

**¬~Ω>μ ““«φ∞\|°£≠-±ª|¶]ÿ...•ç**

### 7.3.3.2 Selección de color

Los colores elegidos para implementar en los materiales gráficos impresos son



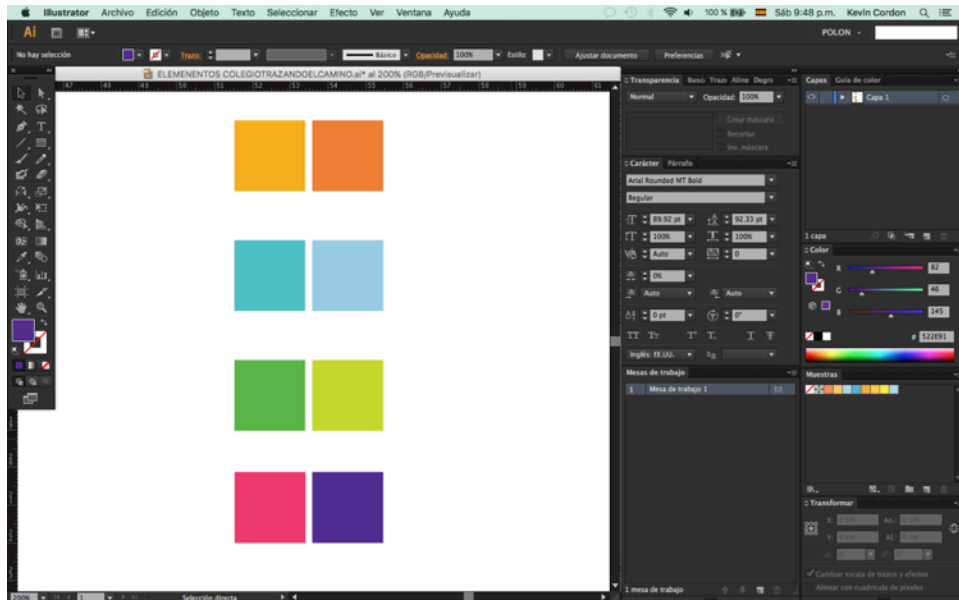
Se crea una paleta de color que se encuentran ya en el isologo actual del colegio, por lo tanto los padres y madres de familia pueden asociar e identificar los materiales gráficos impresos con el Colegio.

### 7.3.3.3 Proceso de digitalización

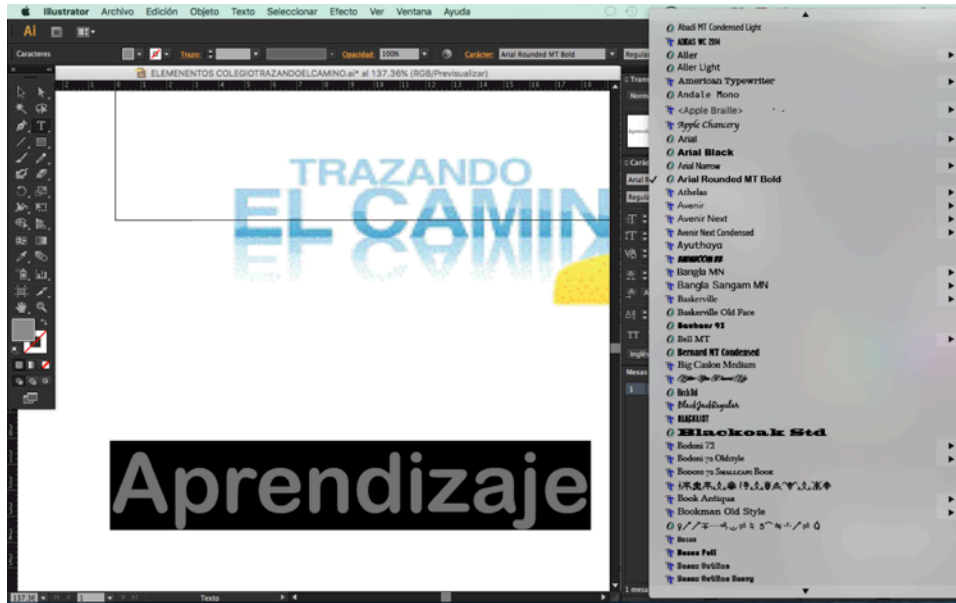
Se inicia con la vectorización del isologo del Colegio Trazando el Camino en el programa adobe Illustrator



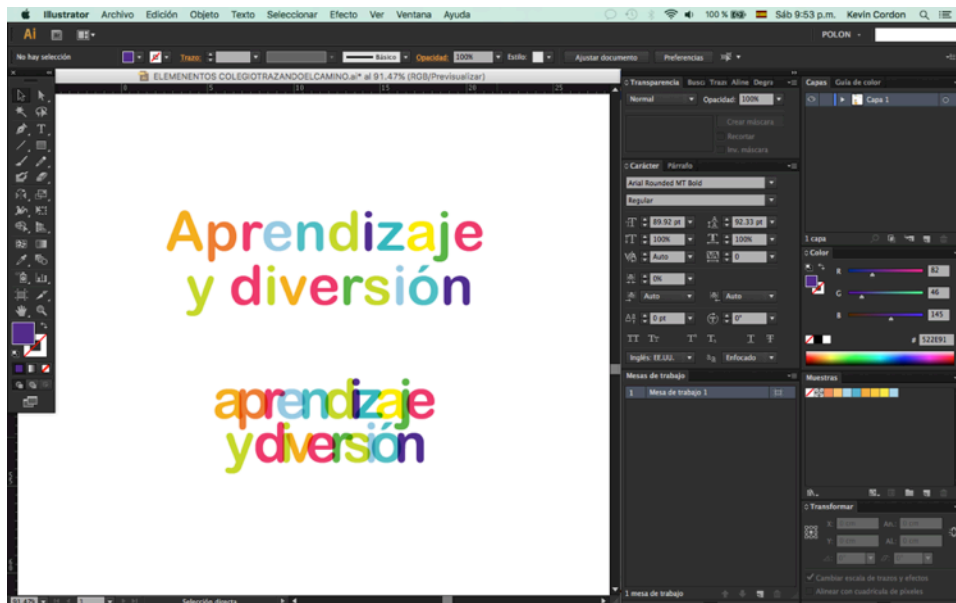
Luego se hace la selección de la paleta de colores que sirven para unificar los materiales gráficos impresos.



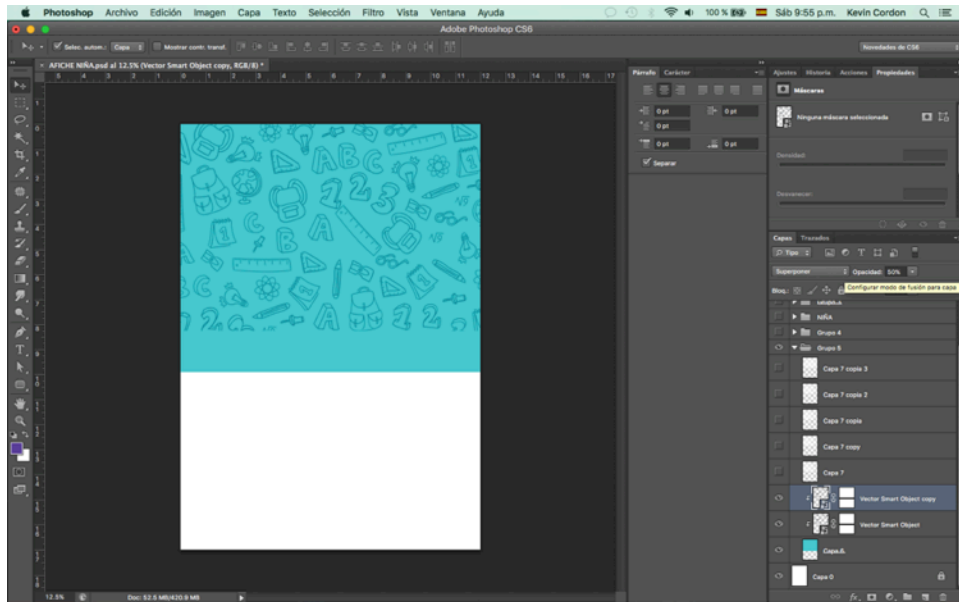
Se trabaja la tipografía establecida y se aplica a cada letra los colores elegidos anteriormente siempre en el programa de Illustrator para que quede en elemento vector.



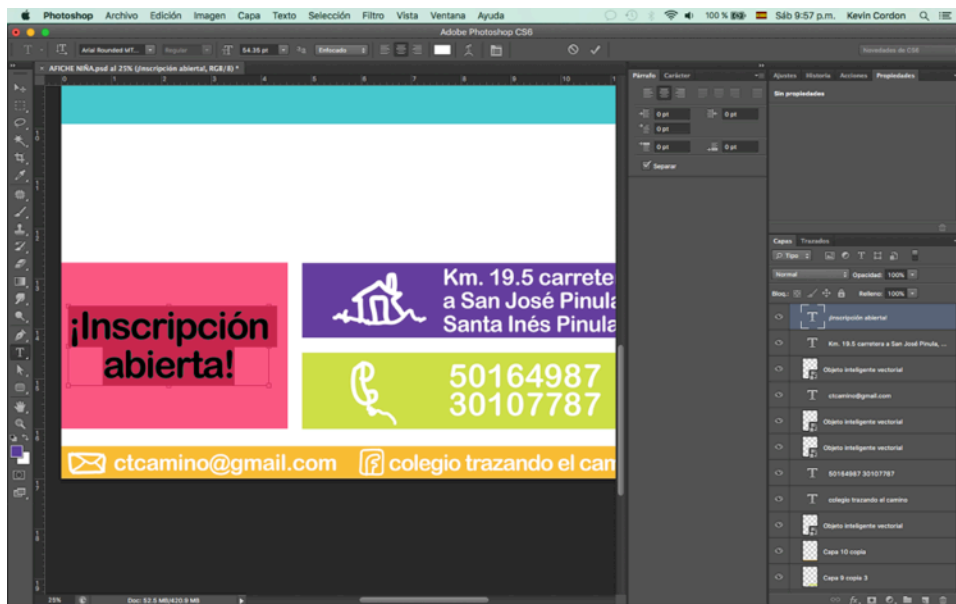
Se le aplica un efecto de multiplicar en cada letra para obtener un opacidad legible.



En el programa de Adobe Photoshop se crea un documento de 12x17 pulgadas a 300 dpi, y se trabaja el fondo, esto es a través de un limbo celeste, con un pattern de elementos que se usan a diario dentro de un colegio con una opacidad de 20%.



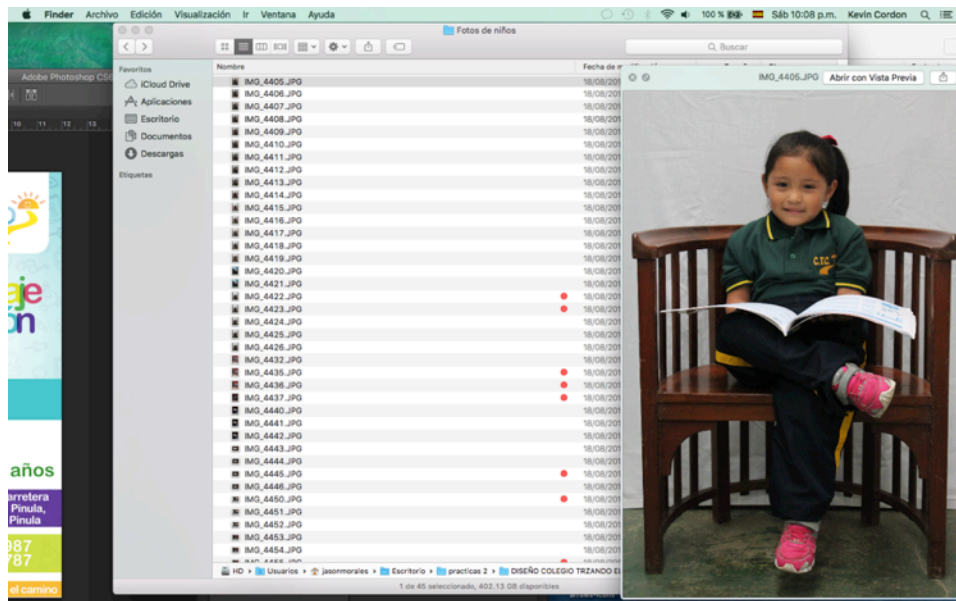
En el área del directorio telefónico del colegio se distribuye la información en cuatro placas de colores para que resalten los elementos gráficos del arte.



La diagramación que se hace en el arte es en “patrón Z” esto quiere decir que se va a diagramar desde la parte superior hasta la inferior y esto es para que tenga una rápida lectura.



Luego se procede a la elección de la fotografía de los alumnos del colegio, capturada en la sesión fotográfica.





La fotografía se edita en el programa Adobe Photoshop para lograr el resultado deseado para el arte, esto es a través de los efectos de niveles y balances del color. Para recortar la fotografía se usa la herramienta de pluma para que tenga unos recortes más finos.

Cada elemento es colocado en un lugar legible para que se puedan observar a una distancia lejana. Se tiene cuidado con los márgenes de recorte y de impresión, cada elemento se organiza en carpetas para tener una fácil ubicación de cada uno.



## **7.4 Propuesta preliminar**

### **Propuesta**

Al finalizar el proceso de digitalización de esta propuesta se obtiene como resultado los materiales gráficos impresos:

Los materiales gráficos impresos realizados muestran unanimidad al estar todos bajo una misma línea gráfica, esto le da personalidad al colegio incluso es más fácil para los padres y madres de familia la identificación del colegio.

Se cuenta con gran variedad de colores, ya que los materiales tienen que ser dinámicos y alegres. En todos los artes realizados se integra la fotografía de un alumno del colegio donde se puede observar que expresa motivación y entusiasmo, entre otras emociones, asimismo los íconos que lo rodean sobre el limbo azul con un destello blanco le dan esa imagen de aprendizaje y diversión.

El Isologo tiene un tamaño considerable para visualizarlo a una larga distancia. El área del directorio telefónico del colegio se coloca sobre formas rectangulares para crear visualmente una estructura sólida, cada rectángulo cuenta con diferentes colores para darle más dinamismo a los materiales.

Afiche

12"


17"

TRAZANDO  
EL CAMINO



aprendizaje  
y diversión

nivel preprimaria de 3 a 6 años

¡Inscripción  
abierta!

 Km. 19.5 carretera  
a San José Pinula,  
Santa Inés Pinula

 50164987  
30107787

 [ctcamino@gmail.com](mailto:ctcamino@gmail.com)  [colegio trazando el camino](https://www.facebook.com/colegio.trazando.el.camino)

## **Interpretación:**

El isologo está colocado en la parte superior del afiche sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del afiche, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La fotografía que se utiliza en el afiche es de una alumna del colegio, durante la sesión de fotografía se aplica la tendencia lifestyle, para obtener como resultado una foto más espontánea, para hacerla dinámica se hace un fotomontaje de los libros coloreadas.

La tipografía que se utiliza es Arial - Rounded mt bold esta tipografía tiene los bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, esto ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento.

Los parámetros en los textos del área del directorio e información del colegio están escritas a 25 pts mínimo, los textos están colocados sobre rectángulos e iconos representativos de cada uno. La frase conceptual está escrita en un tamaño máximo de 100 pts, a cada letra se le establece un color del círculo cromático con una transparencia de 90%. Estos elementos utilizan colores cálidos, ya que transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. La textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, tiene una transparencia de negro 10%.

## Montaje del Afiche



### Interpretación:

Los afiches deben ser colocados en lugares estratégicos donde haya más afluencia de personas dentro del perímetro de la Aldea Santa Inés Pinula, deben ser impresos en papel textcote full color.

Valla

600 cm

300 cm

TRAZANDO  
**EL CAMINO**

aprendizaje  
y diversión

¡Inscripción abierta!  
nivel preprimaria  
de 3 a 6 años

km 19.5 carretera  
a san jose pinula,  
santa ines pinula

50164987  
30107787

ctcamino@gmail.com

colegio trazando el camino

## **Interpretación:**

El isologo está colocado en la parte superior del afiche sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del afiche, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La fotografía que se utiliza en la valla es de una alumna del colegio, durante la sesión de fotografía se aplica la tendencia lifestyle, para obtener como resultado una foto más espontánea, para hacerla dinámica se hace un fotomontaje de los libros coloreadas.

La tipografía que se utiliza es Arial - Rounded mt bold esta tipografía tiene los bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, esto ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento.

Los parámetros en los textos del área del directorio e información del colegio están escritas a 25 pts mínimo, los textos están colocados sobre rectángulos e iconos representativos de cada uno. La frase conceptual está escrita en un tamaño máximo de 100 pts, a cada letra se le establece un color del círculo cromático con una transparencia de 90%. Estos elementos utilizan colores cálidos, ya que transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. La textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, tiene una transparencia de negro 10%.

## Montaje de la Valla



### Interpretación:

Las vallas se desean instalar en un circuito de 2 puntos estratégicos cercanos al colegio, se deben imprimir en vinil adhesivos full color.



Mupi

90 cm

167.7 cm

TRAZANDO  
EL CAMINO

aprendizaje  
y diversión

nivel preprimaria  
de 3 a 6 años

¡Inscripcion  
abierta!

km 19.5 carretera  
a san jose pinula,  
santa ines pinula

50164987  
30107787

ctcamino@gmail.com colegio trazando el camino

### **Interpretación:**

El isologo está colocado en la parte superior del afiche sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del afiche, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La fotografía que se utiliza en el mupi es de una alumna del colegio, durante la sesión de fotografía se aplica la tendencia lifestyle, para obtener como resultado una foto más espontánea, para hacerla dinámica se hace un fotomontaje de los libros coloreadas.

La tipografía que se utiliza es Arial - Rounded mt bold esta tipografía tiene los bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, esto ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento.

Los parámetros en los textos del área del directorio e información del colegio están escritas a 25 pts mínimo, los textos están colocados sobre rectángulos e iconos representativos de cada uno. La frase conceptual está escrita en un tamaño máximo de 100 pts, a cada letra se le establece un color del círculo cromático con una transparencia de 90%. Estos elementos utilizan colores cálidos, ya que transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. La textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, tiene una transparencia de negro 10%.

## Montaje del Mupi



## Interpretación:

Los mupis se desean instalar en un rendimiento de 4 puntos estratégicos cercanos al colegio, se deben imprimir en material Black light film full color.

Volante

8.5 "

5.5 "

TRAZANDO  
**EL CAMINO**

aprendizaje  
y diversión

¡Inscripción abierta!  
nivel preprimaria  
de 3 a 6 años

km 19.5 carretera  
a san jose pinula,  
santa ines pinula

50164987  
30107787

ctcamino@gmail.com

colegio trazando el camino

### **Interpretación:**

El isologo está colocado en la parte superior del afiche sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo celeste, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del afiche, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La fotografía que se utiliza en el volante es de una alumna del colegio, durante la sesión de fotografía se aplica la tendencia lifestyle, para obtener como resultado una foto más espontánea, para hacerla dinámica se hace un fotomontaje de los libros coloreadas.

La tipografía que se utiliza es Arial - Rounded mt bold esta tipografía tiene los bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, esto ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento.

Los parámetros en los textos del área del directorio e información del colegio están escritas a 25 pts mínimo, los textos están colocados sobre rectángulos e iconos representativos de cada uno. La frase conceptual está escrita en un tamaño máximo de 100 pts, a cada letra se le establece un color del círculo cromático con una transparencia de 90%. Estos elementos utilizan colores cálidos, ya que transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

La paleta de colores predominantes en el diseño es el celeste como fondo. La textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, tiene una transparencia de negro 10%.

## Montaje del Volante

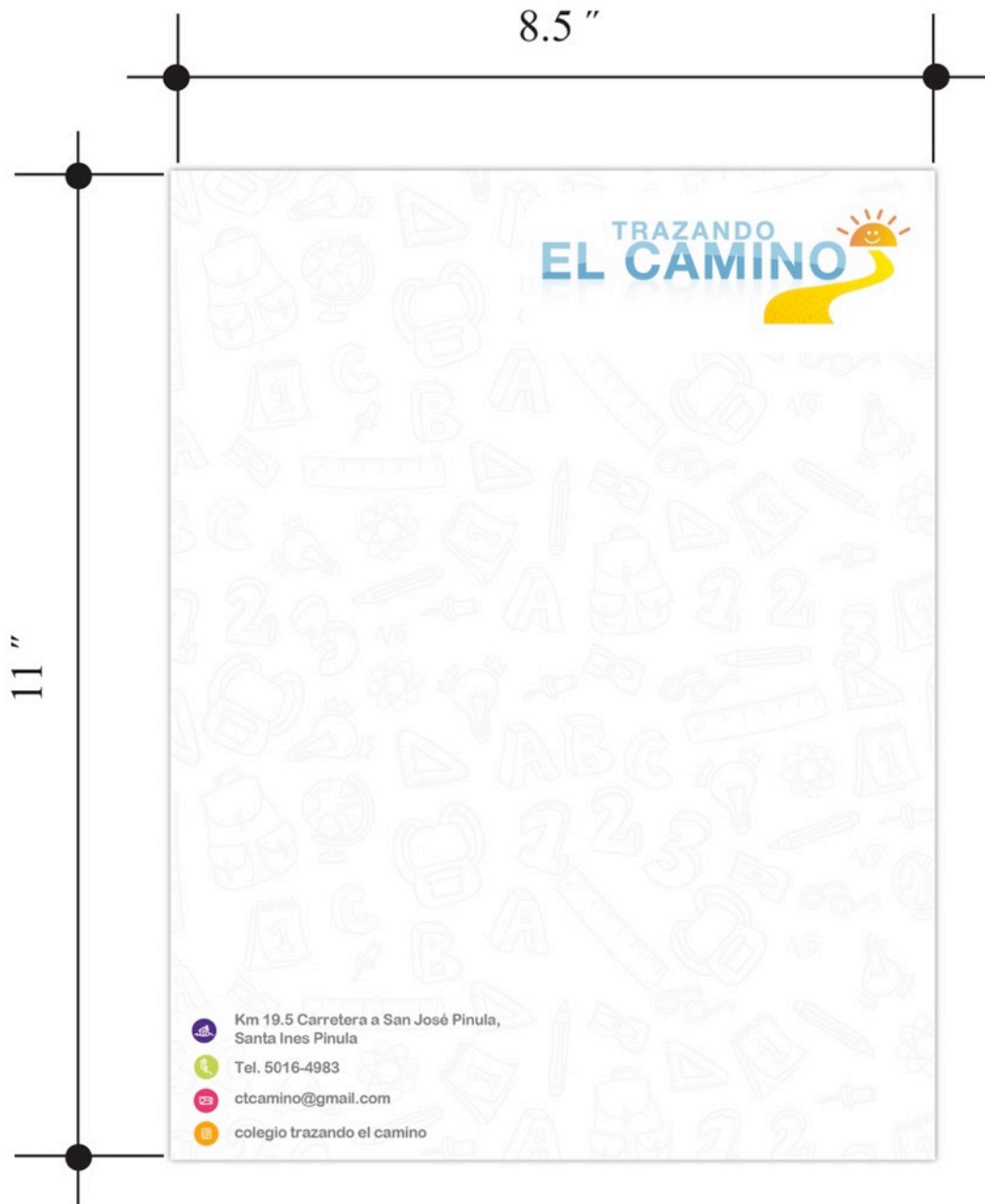


### Interpretación:

Los volantes deben ser distribuidos en comercios más transitados por las personas de la aldea Santa Inés Pínula, se deben imprimir en papel bond full color.

## Papelería

### Hoja membretada



### **Interpretación:**

El isologo está colocado en la esquina superior de la hoja membretada sobre un rectángulo blanco para resaltarlo de los elementos, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida de la hoja membretada, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La tipografía que se utiliza es Arial - Rounded mt bold esta tipografía tiene los bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, esto ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento.

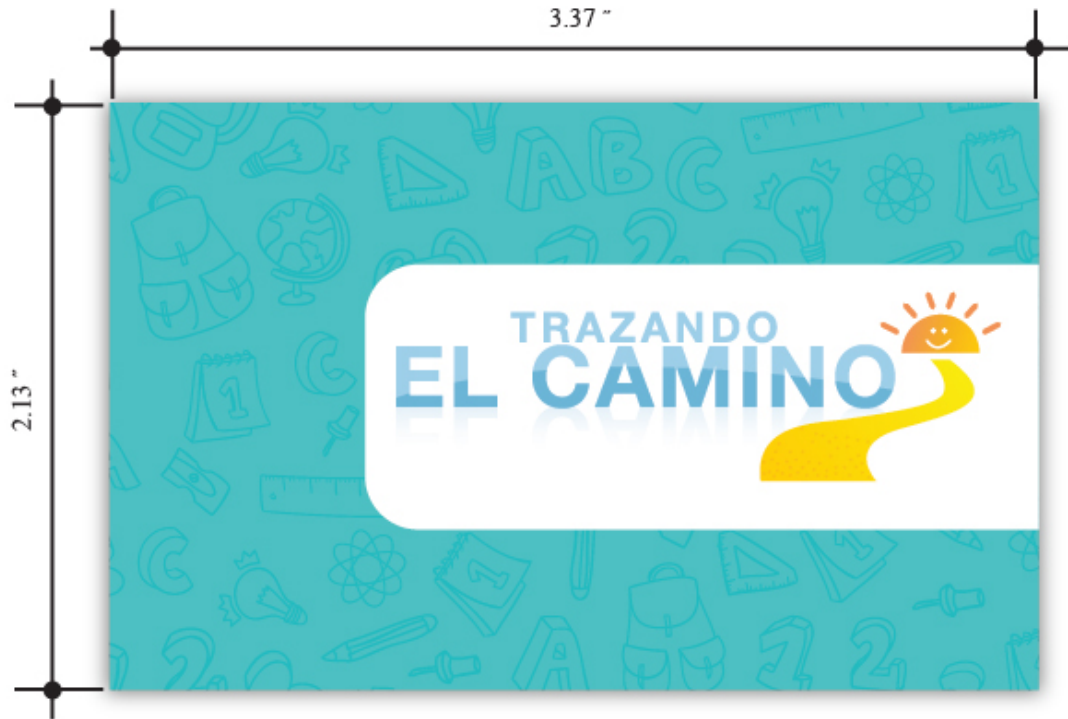
Los parámetros en los textos del área del directorio e información del colegio están escritas a 12 pts mínimo. La paleta de colores que se establece en esta área del diseño son los colores cálidos, ya que estos transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

El fondo tiene una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, los colores que se le aplica es el negro con 10% de transparencia.



## Tarjeta de presentación

### Tiro



### Interpretación:

El isologo está colocado en la esquina superior de la tarjeta de presentación sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La paleta de colores que se establece en el diseño es el celeste como fondo. El fondo tiene una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, los colores que se le aplica es el negro con 10% de transparencia.

## Tarjeta de presentación

Retiro



### Interpretación:

La tipografía que se utiliza en los textos es Arial - Rounded mt bold. El nombre del colaborador del colegio está escrito en una gran tamaño máximo de 30 pts. Los parámetros en los textos del área del directorio e información del colegio están escritas a 10 pts mínimo, los textos están colocados sobre rectángulos e íconos representativos de cada uno.

El fondo tiene una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, los colores que se le aplica es el negro con 10% de transparencia.

### Sobre tamaño carta

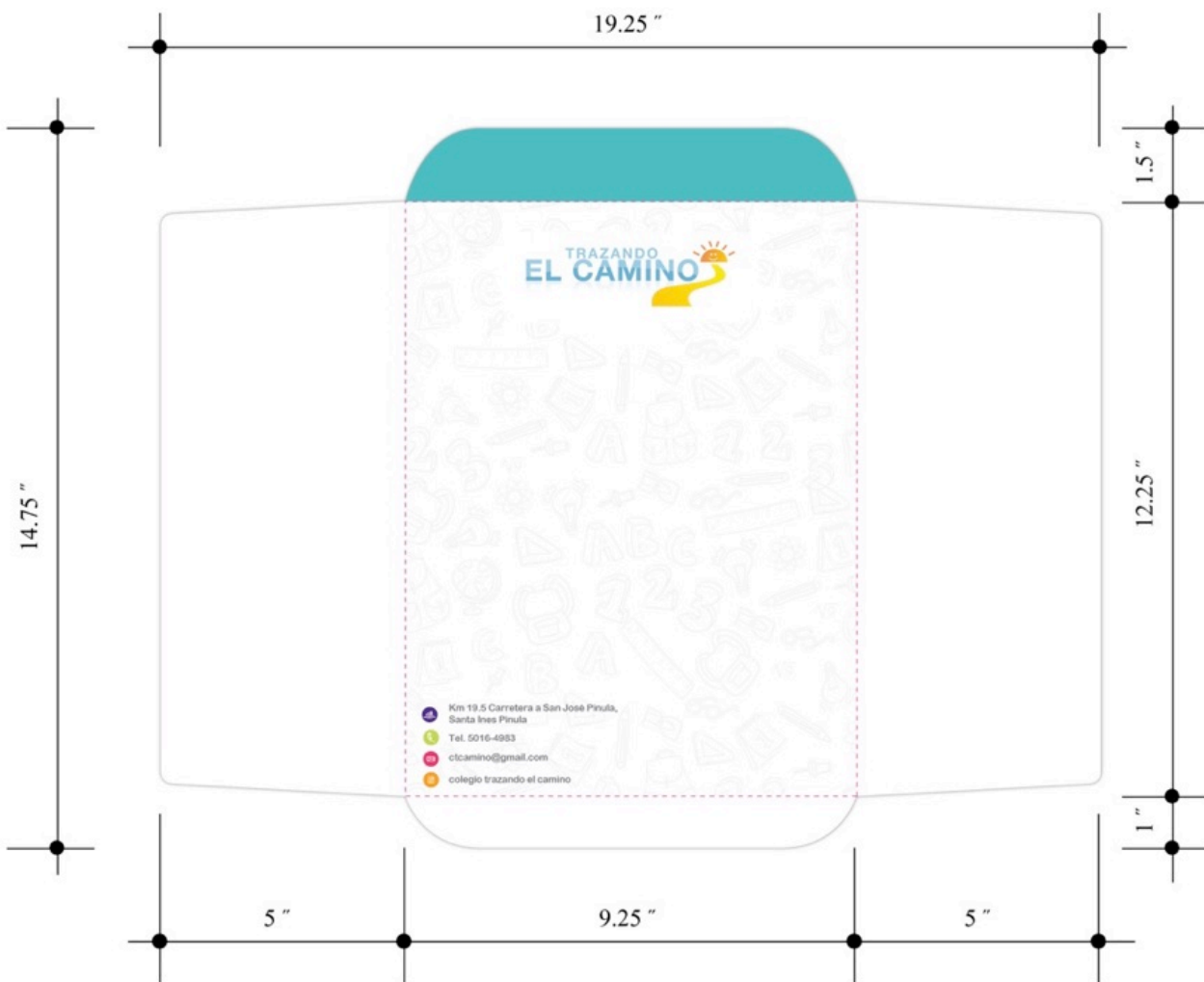


### Interpretación:

El isologo está colocado en la esquina superior del plano mecánico del sobre tamaño carta, tiene un tamaño grande proporcional a la medida del sobre tamaño carta, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La tipografía que se utiliza es Arial - Rounded mt bold, los parámetros en los textos del área del directorio e información del colegio están escritas a 10 pts mínimo, los textos están colocados sobre rectángulos e íconos representativos de cada uno. La frase conceptual está escrita en un tamaño máximo de 50 pts, cada letra se le establece un color del círculo cromático con una transparencia de 90%. Estos elementos utilizan colores cálidos, ya que transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

## Sobre Tamaño Oficio



### **Interpretación:**

El isologo está colocado en el centro del plano mecánico del sobre tamaño oficio sobre un rectángulo blanco para resaltarlo de los elementos, este tiene un tamaño grande proporcional a la medida del sobre, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La tipografía que se utiliza es Arial - Rounded mt bold esta tipografía tiene los bordes redondos, ya que es adecuada para el lector, esto ayuda al ojo a fijar y seguir un lineamiento.

Los parámetros en los textos del área del directorio e información del colegio están escritas a 12 pts mínimo. La paleta de colores que se establece en esta área del diseño son los colores cálidos, ya que estos transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

El fondo tiene una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, los colores que se le aplica es el negro con 10% de transparencia.

## Montaje de la Papelería

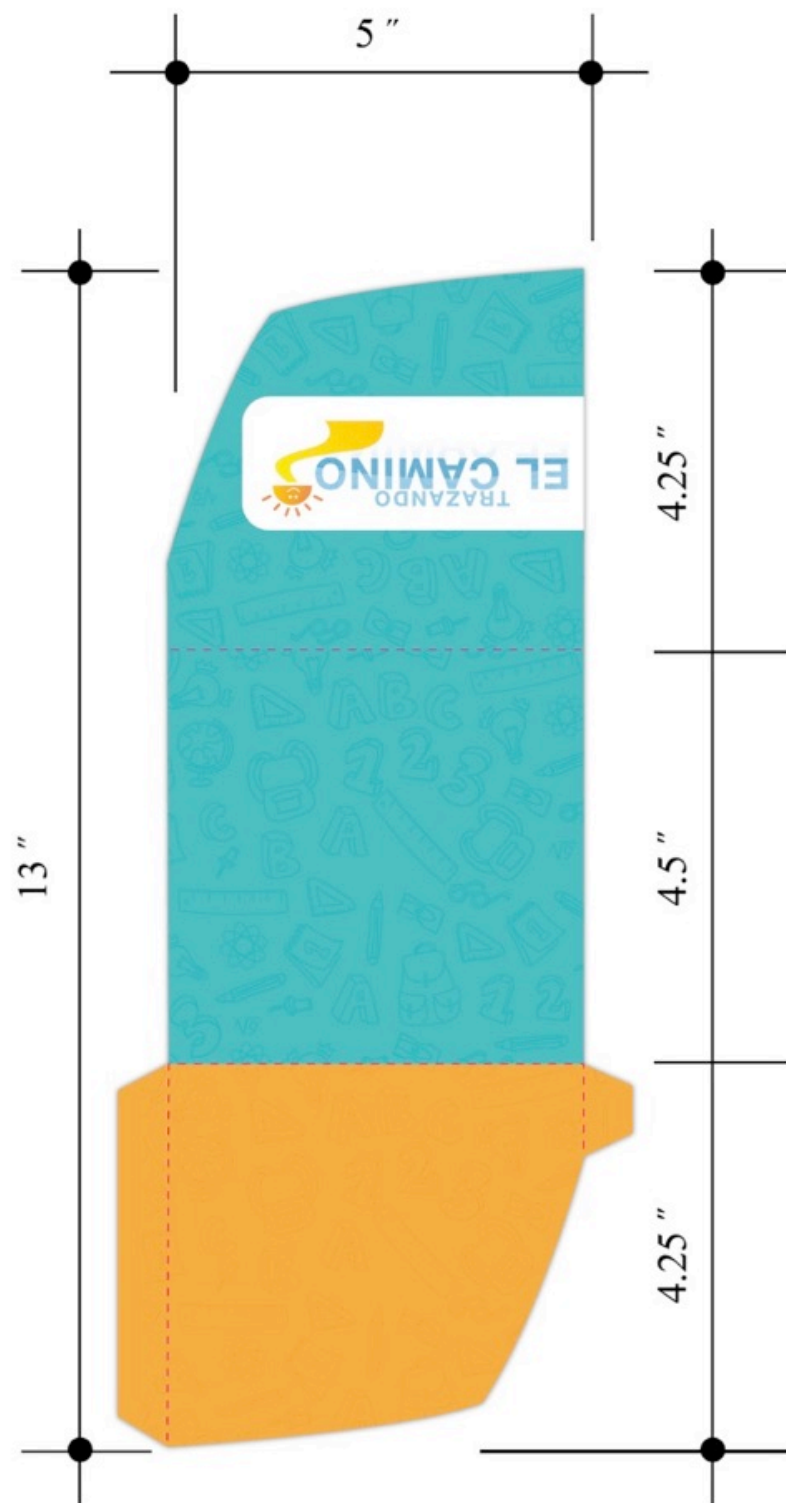


Interpretación:

1. Sobre Oficio
2. Hoja membretada
3. Sobres
4. Sticker para Discos
5. Tarjetas de presentación

## Sobre DVD y CD's

Tiro y retiro



**Interpretación:**

El isologo está colocado en la esquina superior del sobre del DVD y CD's sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

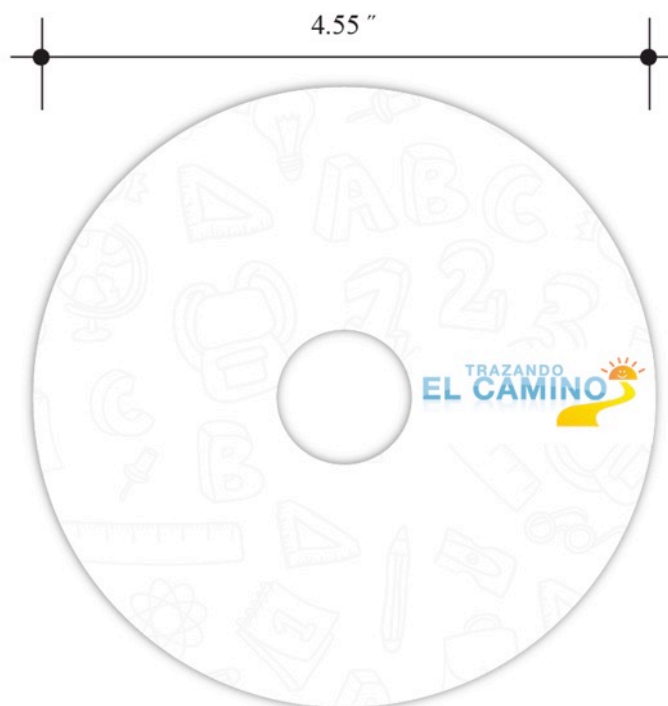
La paleta de colores que se establece en el diseño son el celeste y el naranja. El fondo tiene una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, los colores que se le aplica es el negro con 10% de transparencia. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.



**DVD**



**CD's**



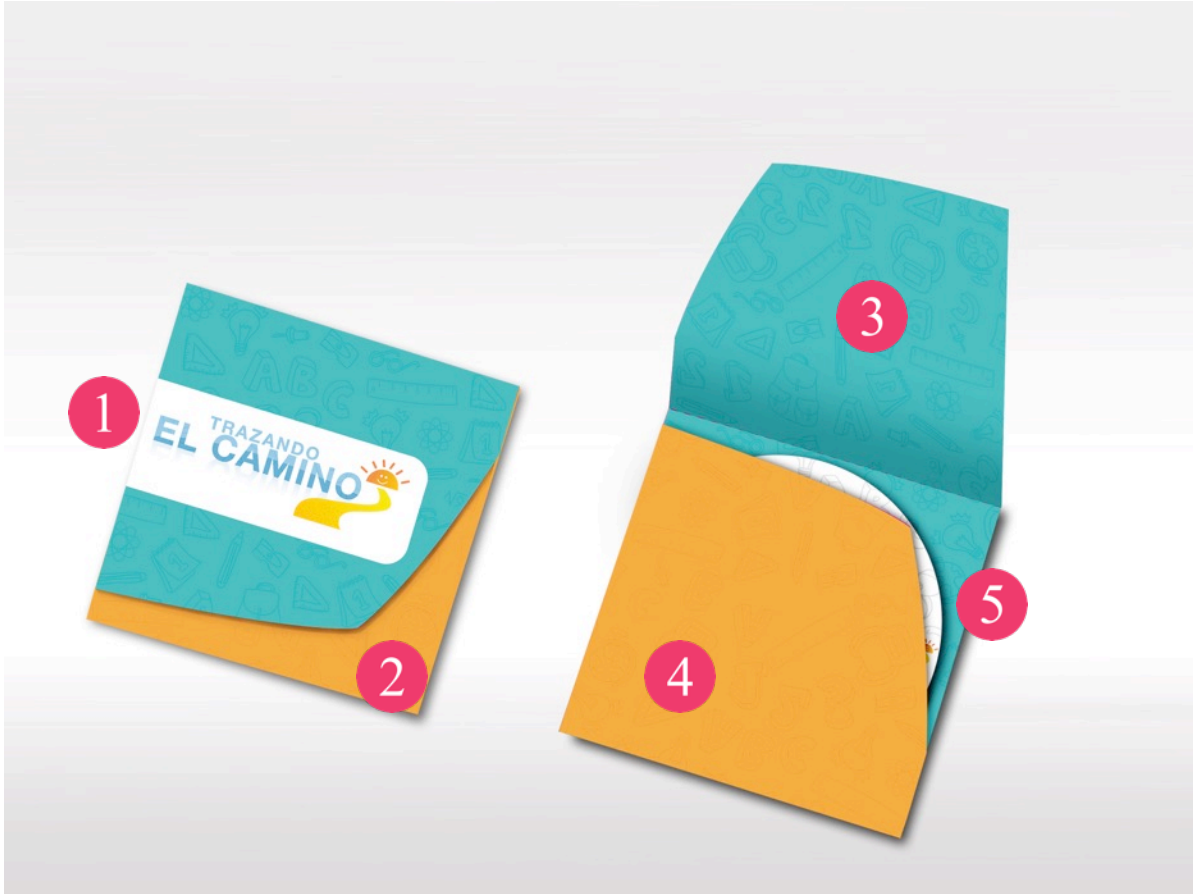
**Interpretación:**

El isologo está colocado al centro del diseño para DVD y CD's sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo y elementos, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La paleta de colores que se establecen en el diseño es el celeste. El fondo tiene una textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, los colores que se le aplica es el negro con 10% de transparencia. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

## Montaje de estuche para DVD y CD's

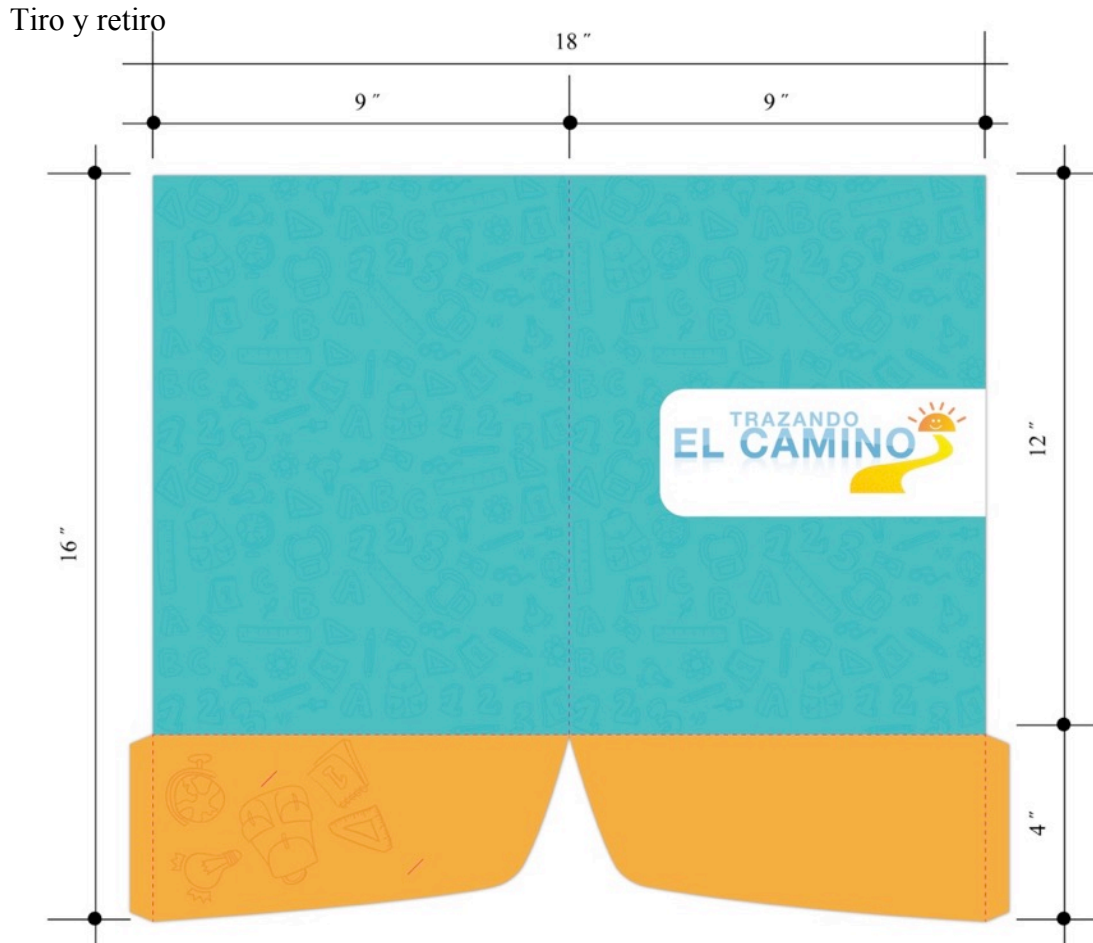
### Tiro y retiro



Interpretación:

1. Logo del colegio
2. Solapa inferior de la carpeta
3. Solapa superior
4. Solapa inferior donde se sostiene el disco
5. Disco

## Carpeta



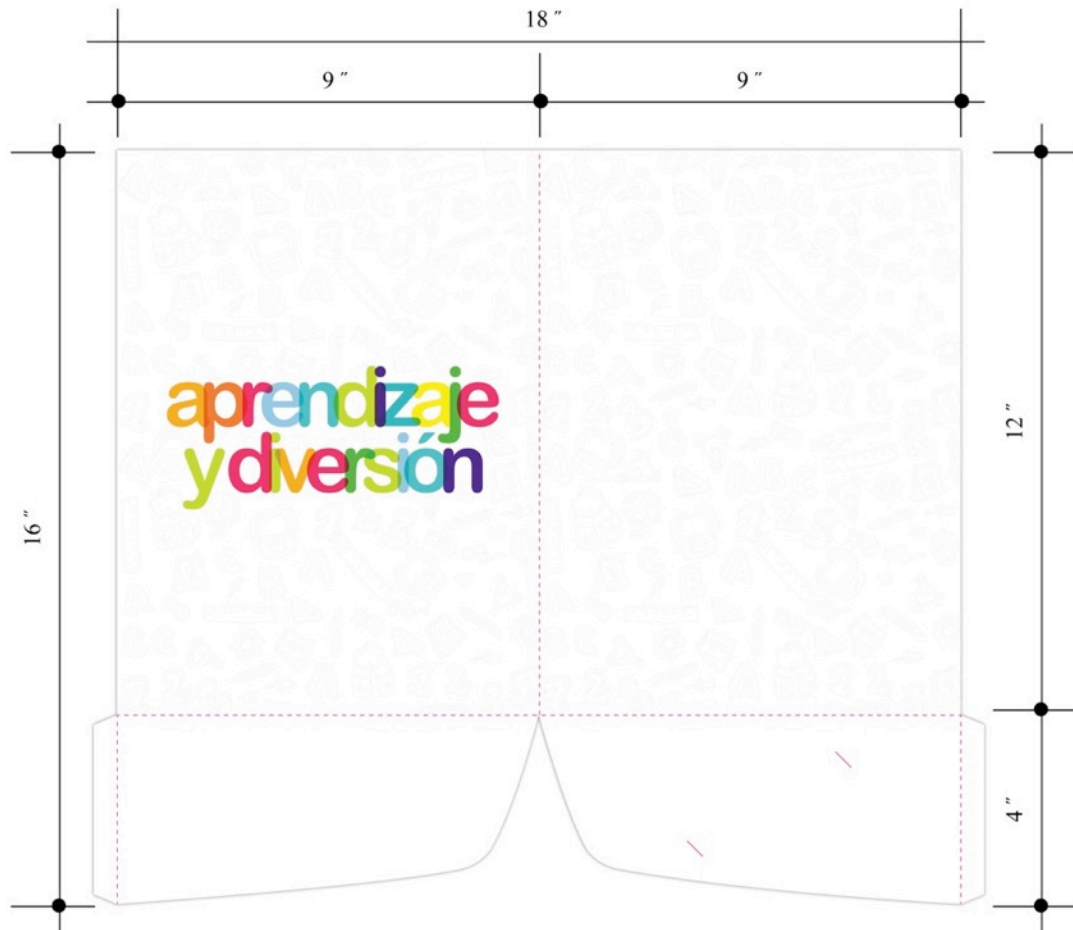
### Interpretación:

El isologo está colocado en la portada de la carpeta sobre un rectángulo blanco para resaltarlo del fondo, el lugar que se le asigna es estratégico, porque es lo primero que se visualiza en el arte.

La paleta de colores predominantes en el diseño son el celeste como fondo del tiro y retiro y el color naranja en las solapas. La textura o pattern de mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, tiene una transparencia de negro 10%. Estos colores transmiten alegría, solidez, tranquilidad y armonía.

## Carpeta

Interior



### Interpretación:

La tipografía que se utiliza en los textos es Arial - Rounded mt bold. La frase conceptual está escrita en un tamaño máximo de 50 pts, cada letra tiene un color del círculo cromático. La textura usada en el fondo son mochilas, reglas, cuadernos, lapiceros, entre otros elementos, tiene una transparencia de negro 10%.

## Montaje de la Carpeta

Tiro y retiro



Interpretación:

1. Logo del colegio
2. Fondo azul con textura de las actividades diarias del colegio
3. Frase conceptual en el interior de la carpeta
4. Fondo con textura de las actividades diarias del colegio en opacidad
5. Troquel para agregar la tarjeta de presentación

## Señalética

Señal informativa siga



### Interpretación:

Esta señalética se debe instalar a lo largo del trayecto que conduce hacia el colegio, el diseño es institucional, ya que en el arte solo tiene el isologo del colegio más la palabra “siga”.

## Montaje de la señalética

Señal informativa siga



### Interpretación:

Esta señalética se debe instalar en el trayecto que dirige hacia el colegio, se tienen que imprimir en vinil adhesivo full color sobre una estructura de material pvc.



## Señalética

Señal informativa cruce



### Interpretación:

Esta señalética se debe instalar en la entrada principal del trayecto que conduce hacia el colegio, el diseño es institucional, ya que en el arte solo tiene el isologo del colegio más la palabra “Cruce”.



## Señalética

Señal informativa 500 metros



### Interpretación:

Esta señalética se debe instalar a 500 metros de distancia del colegio, el diseño es institucional, ya que en el arte solo tiene el isologo del colegio más la palabra “500 metros”.

## Montaje de la señalética

Señal informativa 500 metros



### Interpretación:

Esta señalética se debe instalar a 500 metros de distancia del colegio, se deben imprimir en vinil adhesivo full color sobre una estructura de material pvc.

## Banderolas Institucional Celeste



### Interpretación:

Para crear un circuito de banderolas, se deben instalar a 5 metros de distancia cada una, por un trayecto de 50 metros hasta ingresar a las instalaciones del colegio, el diseño tiene el isologo del colegio la única diferencia es el color de fondo que cambia según la paleta de color.

## Banderolas Institucional Rosada



### Interpretación:

Para crear un circuito de banderolas, se deben instalar a 5 metros de distancia cada una, por un trayecto de 50 metros hasta ingresar a las instalaciones del colegio, el diseño tiene el isologo del colegio la única diferencia es el color de fondo que cambia según la paleta de color.

## Banderolas Institucional Morada



### Interpretación:

Para crear un circuito de banderolas, se deben instalar a 5 metros de distancia cada una, por un trayecto de 50 metros hasta ingresar a las instalaciones del colegio, el diseño tiene el isologo del colegio la única diferencia es el color de fondo que cambia según la paleta de color.

## Banderolas Institucional Naranja



### Interpretación:

Para crear un circuito de banderolas, se deben instalar a 5 metros de distancia cada una, por un trayecto de 50 metros hasta ingresar a las instalaciones del colegio, el diseño tiene el isologo del colegio la única diferencia es el color de fondo que cambia según la paleta de color.



## Montaje de las Banderolas



### Interpretación:

Los banderines se deben instalar en un trayecto de 50 metros, cada banderín tiene una distancia de 5 metro, se tiene que imprimir en material coroplast y sujetos a una base de tubo metálico.

### Rótulo Institucional Bienvenido Celeste



### Rótulo Institucional Bienvenido Blanco



### Interpretación:

Esta señalética se desea colocar en el ingreso del colegio, se diseña para dar la bienvenida a los padres y madres de familia y a los alumnos, en estas señaléticas se coloca la palabra bienvenidos en grande y el isologo del colegio.

## Montaje del Rótulo Institucional Bienvenido Celeste



### Interpretación:

Este rótulo se desea colocar afuera de las instalaciones del colegio, se deben imprimir en vinil adhesivo full color sobre una estructura de pvc con una base de tubos metálicos.

# **Capítulo VIII:**

## **Validación Técnica**

## **Capítulo VIII: Validación Técnica**

Dado por finalizado la propuesta preliminar de los materiales gráficos impresos para el Colegio Trazando el Camino, se da inicio a la validación. Se utiliza el enfoque cuanti y cualitativo, el primero sirve para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se intenta evaluar el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta del diseño.

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple que se divide en tres áreas: objetiva, semiológica y operativa. Esta encuesta se le aplica al cliente, a 26 personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a 8 expertos en el área de comunicación y diseño. A través de los resultados obtenidos se puede reunir información acerca de la efectividad del proyecto en cuanto a los requerimientos del cliente, los objetivos previamente planteados y su funcionalidad.

### **8.1 Población y muestreo**

Para evaluar la efectividad de los materiales gráficos impresos se procede a validar el proyecto por medio de tres grupos: cliente, expertos del área de comunicación y diseño, y el grupo objetivo. Los tres grupos son personas con características comunes que ayudan a validar el proyecto.

Se encuesta a 35 sujetos en total. Es de vital importancia contar con la opinión de los tres grupos por medio de las encuestas realizadas porque ayuda a verificar si se cumple con los objetivos planteados al inicio del proyecto, si los elementos en los materiales

gráficos impresos son llamativos y se integran de manera eficaz para la fácil comprensión, y saber si el impacto que causa es positivo o negativo.

### **8.1.1 Cliente**

La representante del Colegio Trazando el Camino es Maritza Yolanda Reyes Blanco, quien tiene 54 años edad y cuenta con 22 años de experiencia en la educación preprimaria y más de 10 años de administrar colegios bajo las normas establecidas por el Ministerio de Educación de Guatemala, es quien valida el proyecto por parte del cliente.

### **8.1.2 Grupo Objetivo**

Clientes actuales del Colegio, padres y madres de familia en búsqueda de mejores instalaciones para la enseñanza de nivel preprimaria para sus hijos e hijas entre tres a siete años de edad. La muestra que se toma de este grupo es de 26 personas.

#### ***8.1.2.1 Perfil del grupo objetivo***

Edad: 25 a 30 años

Género: masculinos – femenino

Tamaño de familia entre 3, 4 y más miembros

Ciclo de vida solteros con hijos o casados con hijos

Ingresos van de los Q.4,500.00 a Q.9,500,00.

### **8.1.3 Expertos en Comunicación y Diseño**

Los expertos que evalúan la propuesta gráfica preliminar cuentan con más de 30 años de experiencia en el gremio publicitario de Guatemala, gracias a su experiencia dan un aporte importante en las observaciones realizadas en los materiales gráficos impresos.

#### **8.1.3.1 Perfil de los Expertos en Comunicación y Diseño**

Edad: 35 a 63 años

Género: masculinos - femenino

Ingresos van de los Q11,500.00 a Q25,000.00

#### ***8.1.3.2 Nombre de los Expertos en Comunicación y Diseño***

Paul Figueroa - Diseñador Gráfico

José Melgar – Diseñador Gráfico

Pablo Orantes – Diseñador Gráfico

Cariño Roche – Publicista

Miriam Mus - Publicista

Glenda Lorenzo – Pedagoga Infantil

Claudia Ruiz – Psicóloga

Lisette Pérez – Lic. Ciencias de la Comunicación

## 8.2 Método e instrumento

Al contar con los tres grupos definidos se procede a determinar los métodos e instrumentos a utilizar, esto como parte de la validación, asimismo se procede a tabular y obtener los resultados que permite continuar con la propuesta de los materiales gráficos impresos.

La técnica de investigación utilizada es la encuesta es una herramienta que permite recopilar información por medio de preguntas relevantes elaboradas y estructuradas hacia un grupo de personas, en este caso la muestra para obtener la opinión general de la población. La encuesta es la equivalente a una entrevista que determina un pensamiento colectivo y las diferencias y similitudes en pensamiento.

La encuesta se encuentra estructurada en tres partes, que son:

Objetiva: Responde a los objetivos general y los objetivos específicos del proyecto.

Semiológica: Evalúa los elementos visuales, colores, tipografías, formas y diagramación, entre otras, para transmitir el mensaje deseado.

Operativa: Evalúa la funcionalidad de los materiales gráficos impresos, en cuanto a la estructura y el orden lógico de cada elemento.

Se realiza por medio de preguntas dicotómicas, cuentan con dos opciones para que se escoja solamente una. Se puede sacar una gran ventaja de este tipo de preguntas, ya que pueden ser procesadas ligeramente y la cuantificación se facilita.



La otra elección es la múltiple y frecen tres o más respuestas. Aquí la persona que es encuestada tiene la libertad de expresión. Luego de realizar la encuesta se hace una tabulación de datos para obtener una respuesta favorable o desfavorable del proyecto presentado. (Véase en anexo A). Seguidamente de la tabulación de datos se recurre a la presentación de las respuestas por medio de gráficas estadísticas, en este caso, de barras que permite la comparación entre una respuesta y otra, representa una porción en porcentaje, que permite la interpretación de los datos. (Véase en anexo B).

La metodología utilizada para la investigación es cara a cara, que tiene mayor porcentaje de confiabilidad porque permite controlar el grado de sinceridad, esta se realiza individualmente en el caso del cliente, profesionales y el grupo objetivo. (Véase en anexo C).

### 8.3 Resultados e interpretación de resultados

Luego de las respuestas obtenidas por medio de las validaciones se procede a la tabulación e interpretación de cada resultado, para determinar si se deben realizar cambios en los materiales gráficos impresos o si cumplen con cada objetivo.

#### Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino?



#### Interpretación y hallazgo:

El 100% de la población encuestada considera que es necesario diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino. Por lo tanto, se cumple con el objetivo general.

2. ¿Considera necesario investigar información acerca de las tendencias relacionadas con el diseño de materiales gráficos impresos, para implementar la más adecuada en la elaboración de este proyecto?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que es necesario investigar información acerca de las tendencias relacionadas con el diseño de materiales gráficos impresos, para implementar la más adecuada en la elaboración de este proyecto. Con este resultado los materiales gráficos impresos cumplen con uno de los objetivos específicos.

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria del Colegio Trazando el Camino para definir una línea gráfica que le dé uniformidad visual a los materiales gráficos impresos?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que es necesario recopilar toda la información necesaria del Colegio Trazando el Camino para definir una línea gráfica que le dé uniformidad visual a los materiales gráficos impresos. Por lo tanto, se cumple con uno de los objetivos específicos.

4. ¿Considera necesario elegir tipografías legibles para facilitar la visualización y la lectura de la información a gran distancia?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera necesario elegir tipografías legibles para facilitar la visualización y la lectura de la información a gran distancia. Con este resultado los materiales gráficos impresos cumplen con uno de los objetivos específicos.

5. ¿ Considera necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con estética visual para lograr que los padres y madres de familia comprendan correctamente la información?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que es necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con estética visual para lograr que los padres y madres de familia comprendan correctamente la información. Con este resultado los materiales gráficos impresos cumplen con uno de los objetivos específicos.

6. ¿Considera necesario crear un sistema de señalética para guiar a los padres y madres de familia hacia las instalaciones del Colegio Trazando el Camino?

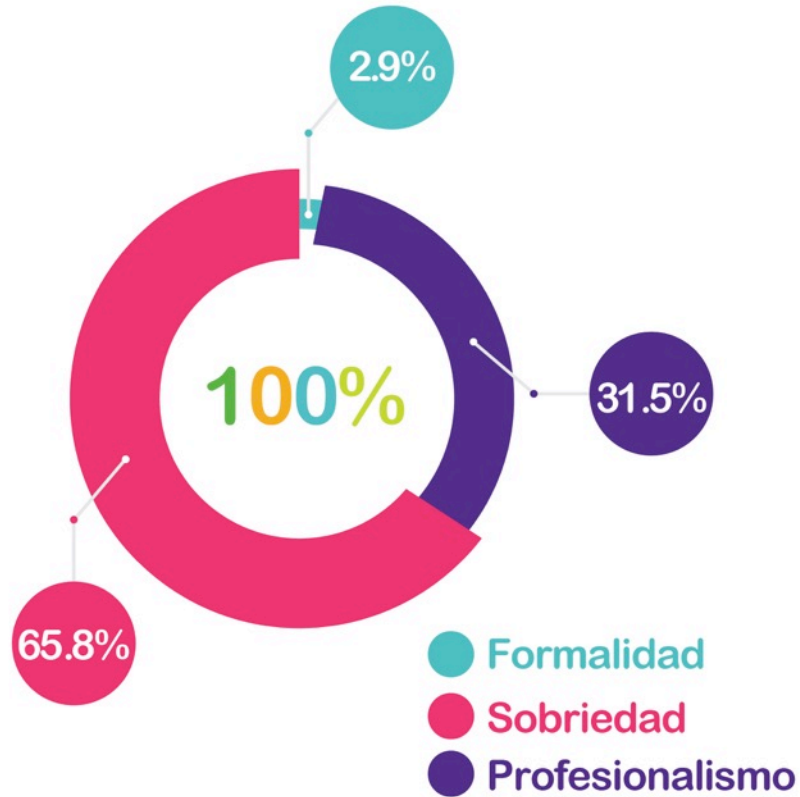


**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera necesario crear un sistema de señalética para guiar a los padres y madres de familia hacia las instalaciones del Colegio Trazando el Camino. Con este resultado los materiales gráficos impresos cumplen con uno de los objetivos específicos.

## Parte Semiológica

7. Según su criterio, considera que la tipografía utilizada específicamente en el slogan "Aprendizaje y diversión" transmite:



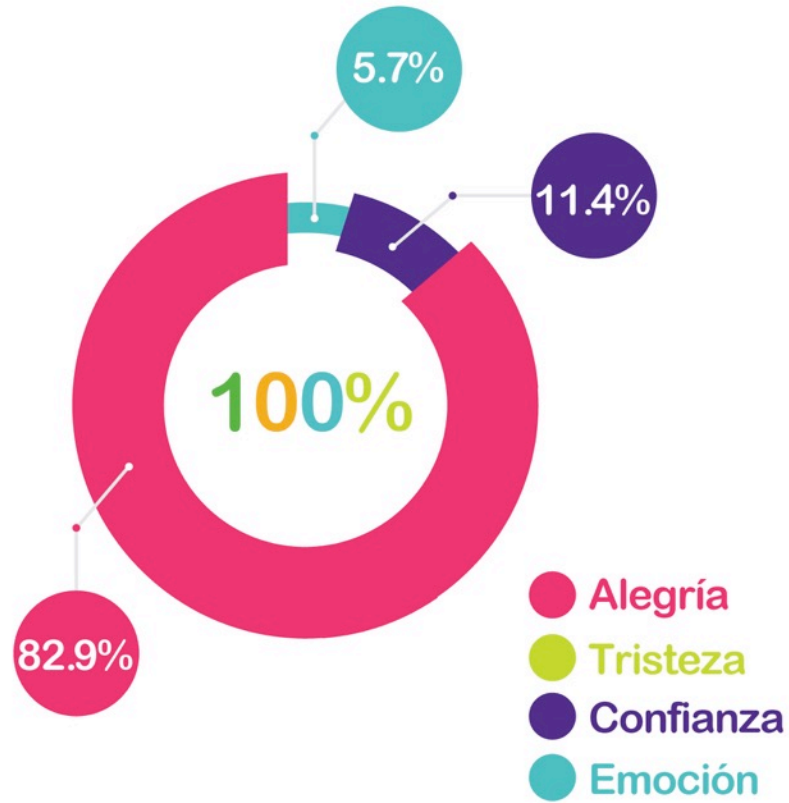
### Interpretación y hallazgo:

El 65.8% de la población encuestada considera que la tipografía utilizada específicamente en el slogan "Aprendizaje y diversión" transmite sobriedad. Se llega a conclusión que sí cumple con transmitir lo que se ha establecido para ese elemento.

Mientras que el 31.5% cree que transmite profesionalismo, y el resto que es 2.9%, considera que trasmite formalidad.



8. Considera que los colores utilizados en los materiales gráficos impresos le transmiten:



**Interpretación y hallazgo:**

El 82.9% de la población encuestada considera que los colores utilizados en los materiales gráficos impresos le transmiten alegría. Se llega a conclusión que sí cumple con transmitir lo que se ha establecido para ese elemento.

Mientras que el 11.4% cree que transmite confianza, y el 5.7% considera que transmite emoción.

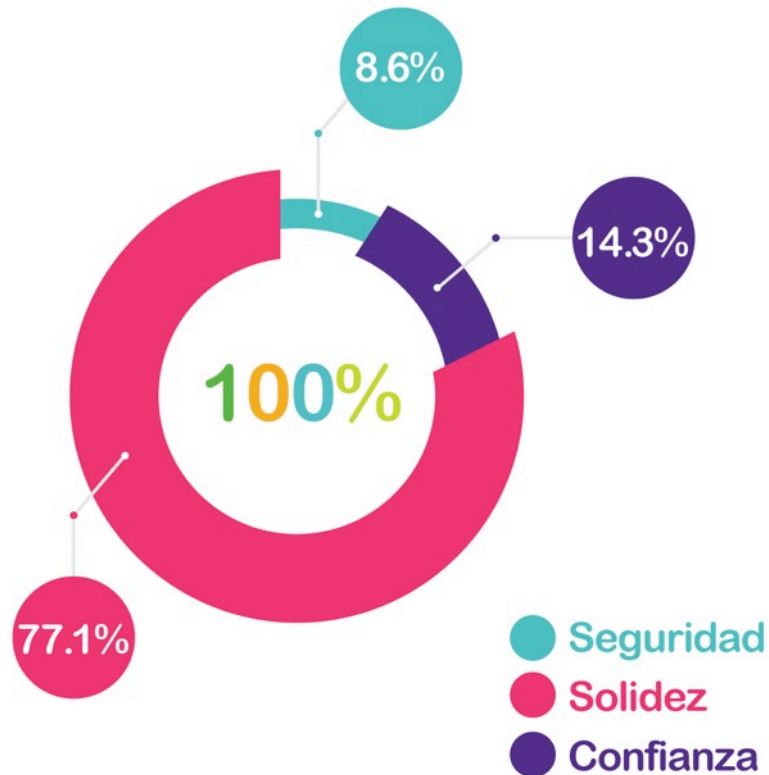
9. ¿Considera que la manera en que están diagramadas las imágenes, textos y formas ayudan a que los materiales gráficos impresos se vean ordenados?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que la manera en que están diagramadas las imágenes, textos y formas ayudan a que los materiales gráficos impresos se vean ordenados.

10. Según su criterio, considera que las formas utilizadas en el área del directorio telefónico del colegio son rectangulares para transmitir:



**Interpretación y hallazgo:**

El 77.1% de la población encuestada considera que las formas utilizadas en el área del directorio telefónico del colegio son rectangulares y transmiten solidez. Se llega a conclusión que sí cumple con transmitir lo que se ha establecido para ese elemento.

Mientras que el 14.3% cree que transmite confianza, y el 8.6% considera que transmite seguridad.

11. La fotografía representa las actividades diarias del colegio y proporciona una referencia visual de los servicios que ofrece:



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada está totalmente de acuerdo en que la fotografía representa las actividades diarias del colegio y proporciona una referencia visual de los servicios que ofrece.

12. ¿Los colores utilizados ayudan a que asocie inmediatamente todo el material gráfico impreso con el colegio?

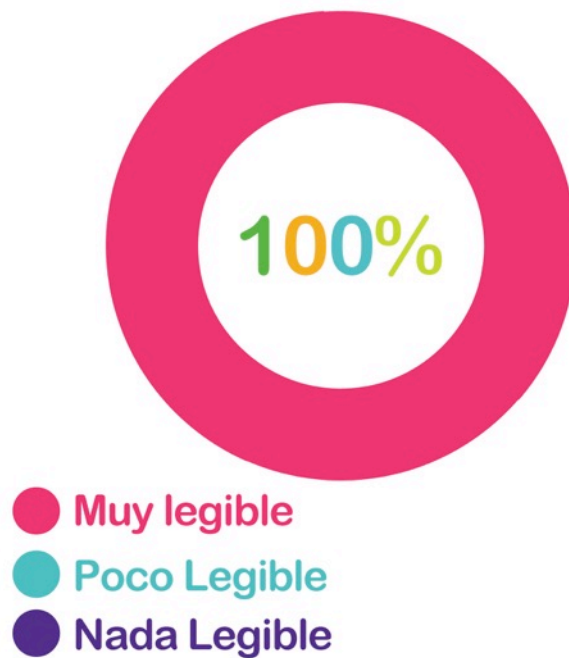


**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que los colores utilizados ayudan a que se asocie inmediatamente todo el material gráfico impreso con el colegio.

## Parte Operativa

13. Considera que la tipografía que se utilizó en el material gráfico impreso en cuanto al tamaño es:



### Interpretación y hallazgo:

El 100% de la población encuestada considera que la tipografía utilizada en el material gráfico impreso, en cuanto al tamaño, es muy legible.

14. ¿Los elementos gráficos impresos realmente logran transmitir la información necesaria a las madres y padres de familia?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que los elementos gráficos impresos realmente logran transmitir toda la información necesaria a las madres y padres de familia.

15. ¿Considera que las vallas publicitarias son claras y concisas?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que las vallas publicitarias son claras y concisas.



16. ¿Considera que el sistema de señalética ayuda a guiar con facilidad a los padres y madres de familia hacia las instalaciones del Colegio Trazando el Camino?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que el sistema de señalética ayudará a guiar con facilidad a los padres y madres de familia hacia las instalaciones del Colegio Trazando el Camino.

17. El slogan "Aprendizaje y diversión" ayuda a identificar el mensaje que quiere transmitir el colegio.



- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada está totalmente de acuerdo de que el slogan "Aprendizaje y diversión" ayuda a identificar el mensaje que quiere transmitir el colegio.

18. ¿Considera que el contenido de los materiales gráficos impresos tiene una estructura y orden lógico para el lector?



**Interpretación y hallazgo:**

El 100% de la población encuestada considera que el contenido de los materiales gráficos impresos tiene una estructura y orden lógico para el lector

#### **8.4 Cambios a base de resultados**

Al finalizar el proceso de validación realizadas al cliente, expertos y grupo objetivo, se lleva a cabo la tabulación. Para obtener mejor comprensión de los datos se realiza una serie de gráficas que representa de manera ordenada los resultados obtenidos a través de lo mencionado anteriormente.

Se obtienen resultados positivos en la validación. Los materiales gráficos impresos cumplen de forma satisfactoria con los objetivos específicos y el objetivo general que se plantea al inicio del proyecto. Debido a esto, los materiales gráficos impresos no presentan cambios.

# **Capítulo IX:**

## **Propuesta gráfica**

**final**

## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

Afiche

12"


17"


TRAZANDO  
**EL CAMINO**



aprendizaje  
y diversión

nivel preprimaria de 3 a 6 años

**¡Inscripción  
abierta!**

 Km. 19.5 carretera  
a San José Pinula,  
Santa Inés Pinula

 50164987  
30107787

 [ctcamino@gmail.com](mailto:ctcamino@gmail.com)  [colegio trazando el camino](#)

Valla

600 cm

300 cm

**TRAZANDO EL CAMINO**

aprendizaje y diversión

¡Inscripción abierta!  
nivel preprimaria  
de 3 a 6 años

km 19.5 carretera  
a san jose pinula,  
santa ines pinula

50164987  
30107787

ctcamino@gmail.com

colegio trazando el camino

Mupi

90 cm

167.7 cm



**TRAZANDO  
EL CAMINO**

**aprendizaje  
y diversión**

**nivel preprimaria  
de 3 a 6 años**

**¡Inscripcion  
abierta!**

 km 19.5 carretera  
a san jose pinula,  
santa ines pinula

 50164987  
30107787

 [ctcamino@gmail.com](mailto:ctcamino@gmail.com)  [colegio trazando el camino](#)



Volante

8.5 "

5.5 "

**TRAZANDO EL CAMINO**

aprendizaje y diversión

¡Inscripción abierta!  
nivel preprimaria  
de 3 a 6 años

km 19.5 carretera  
a san jose pinula,  
santa ines pinula

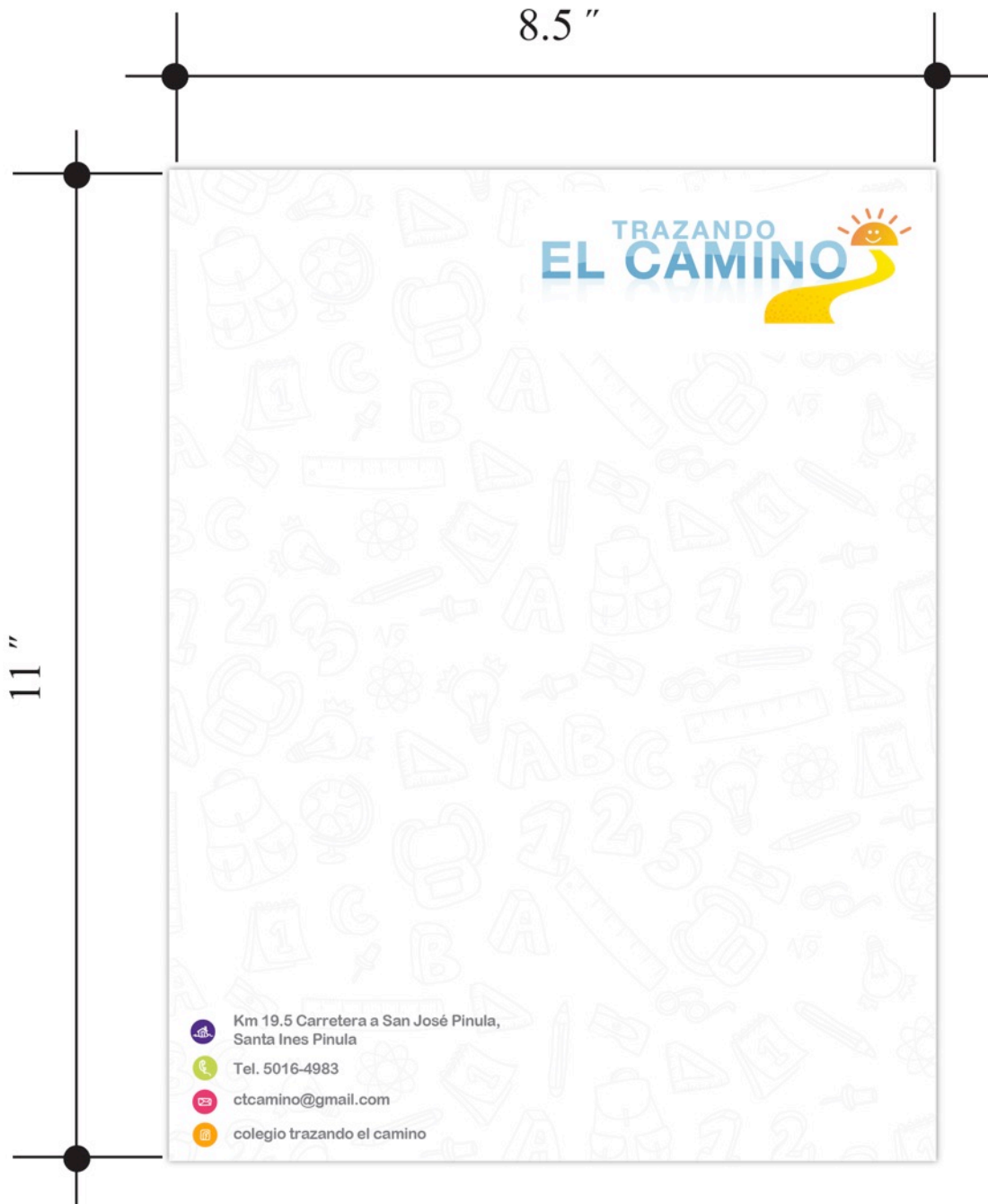
50164987  
30107787

ctcamino@gmail.com

colegio trazando el camino

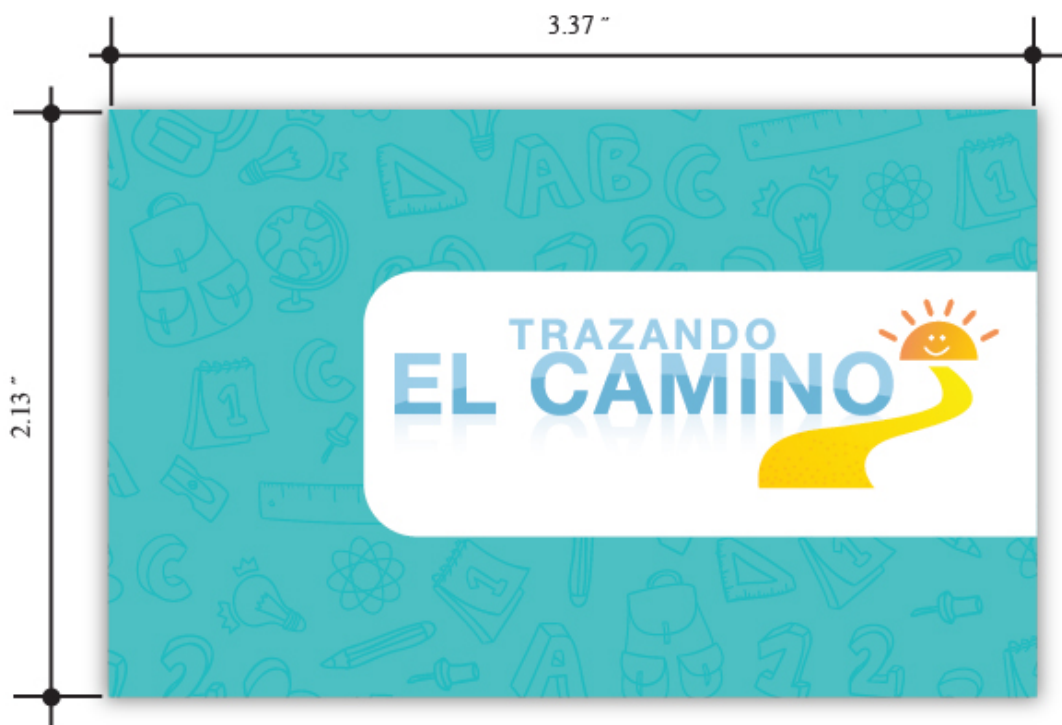
## Papelería

### Hoja membretada



## Tarjeta de presentación

Tiro



## Tarjeta de presentación

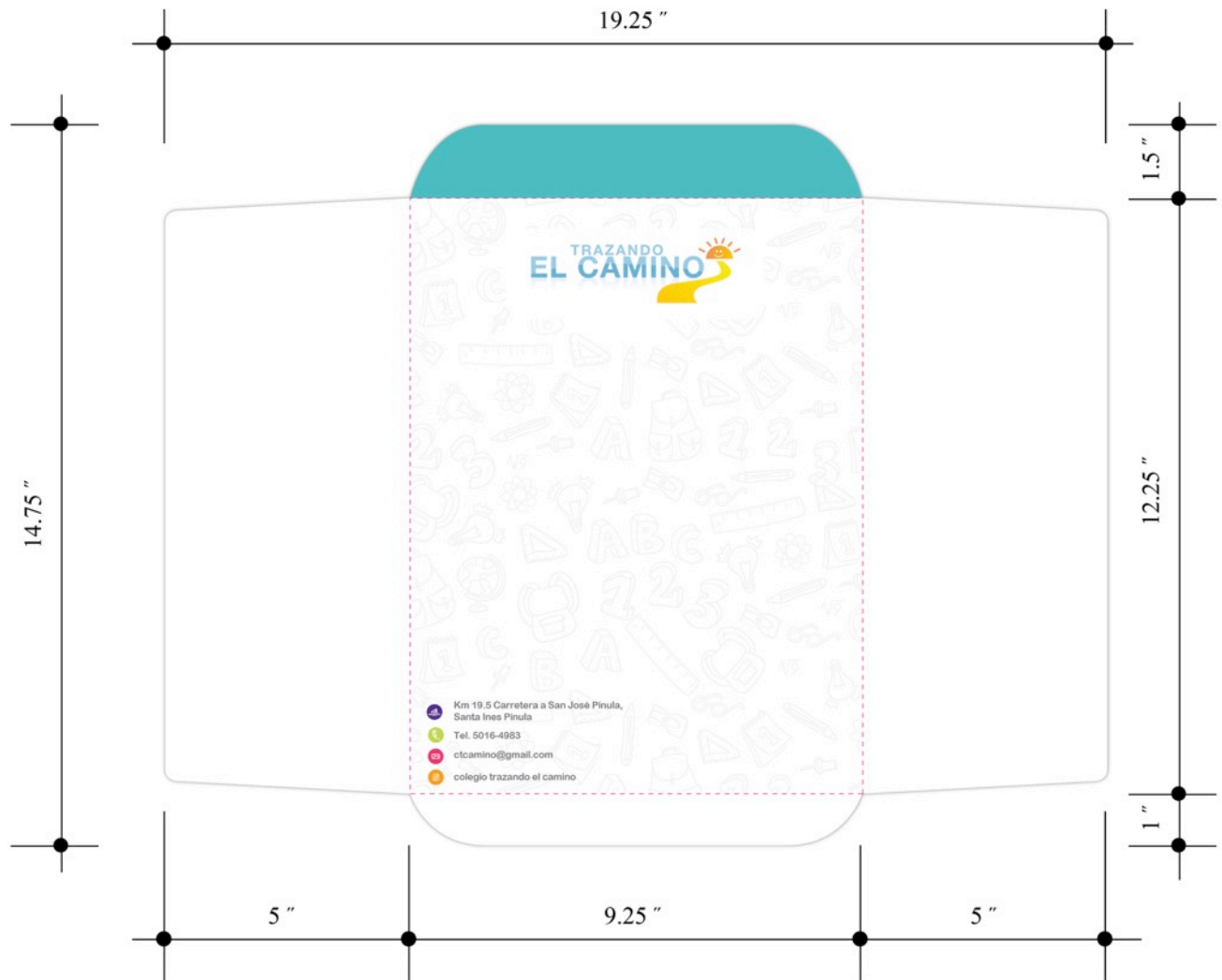
### Retiro



# Sobre

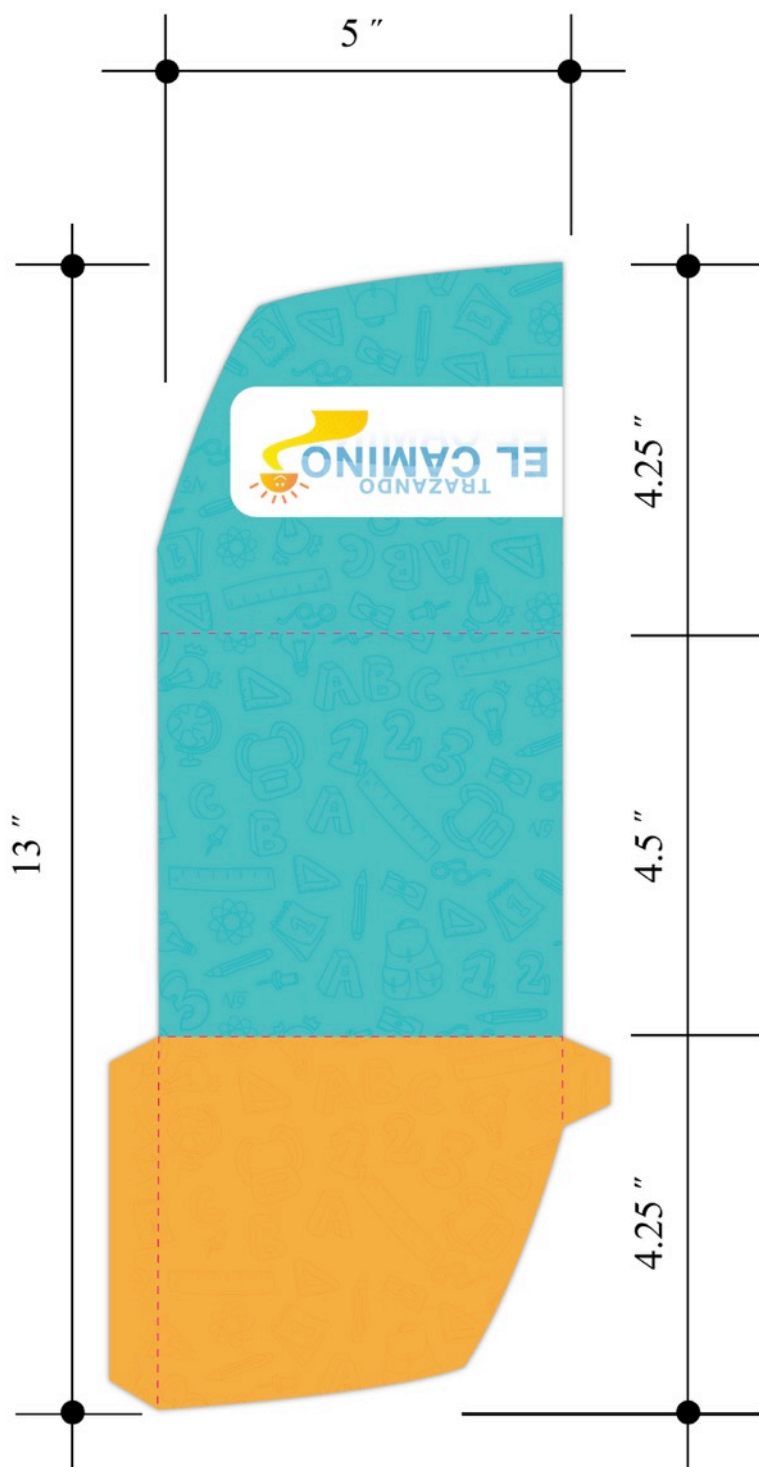


## Sobre Oficio



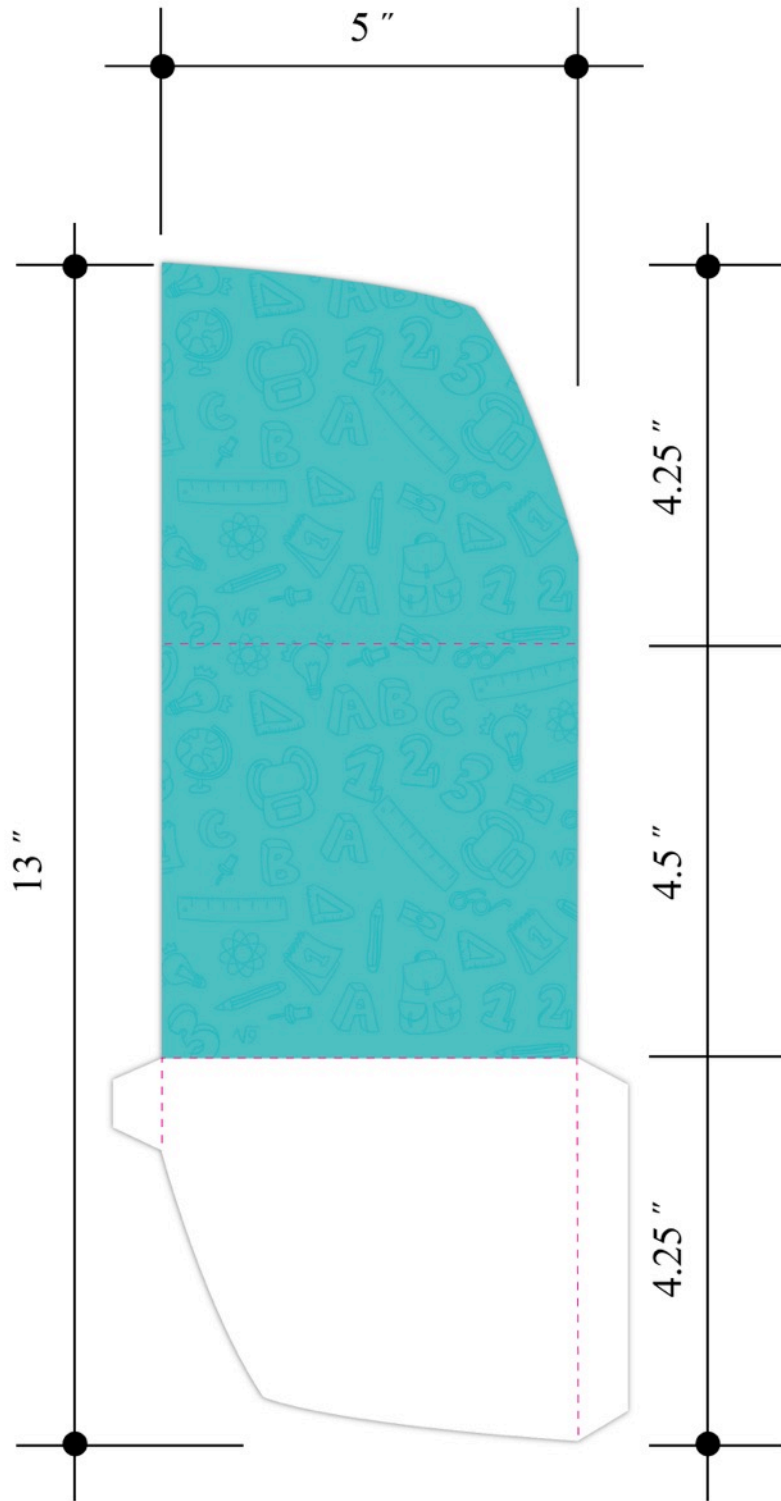
## Sobre DVD y CD's

### Tiro Exterior



Sobre DVD

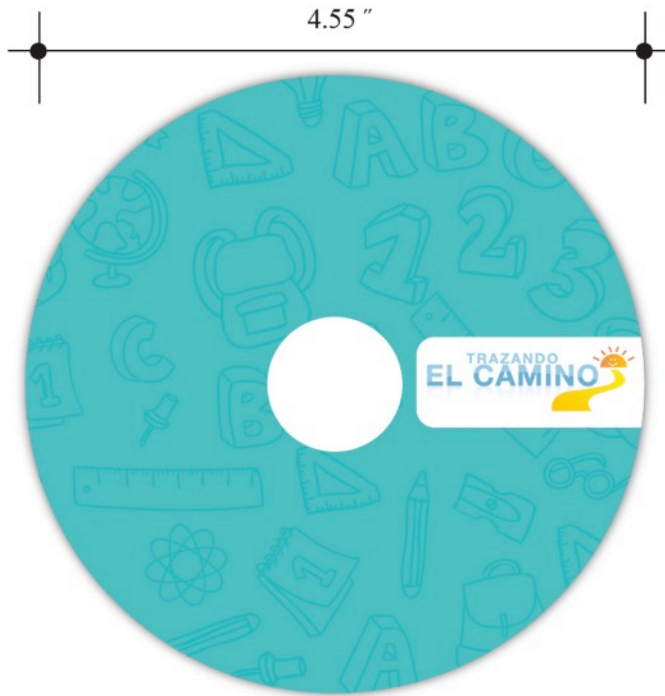
Tiro Interior



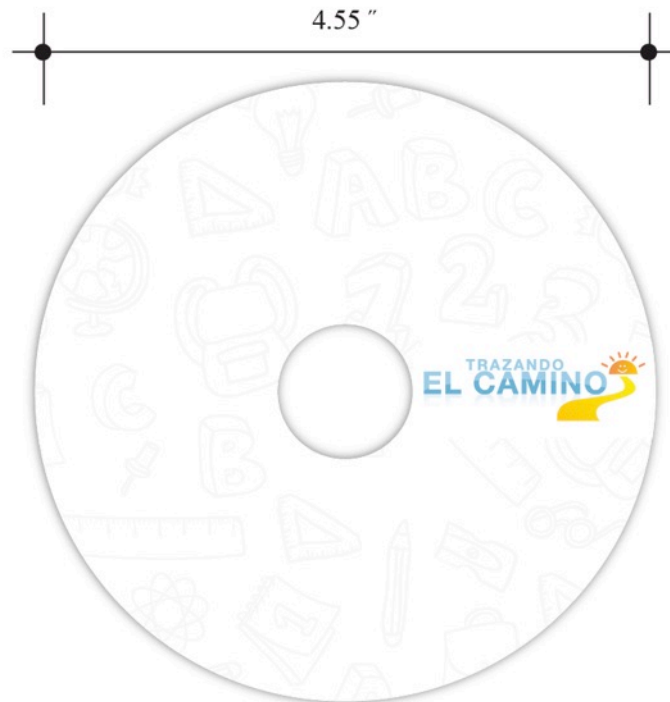


**Sticker discos**

**DVD**

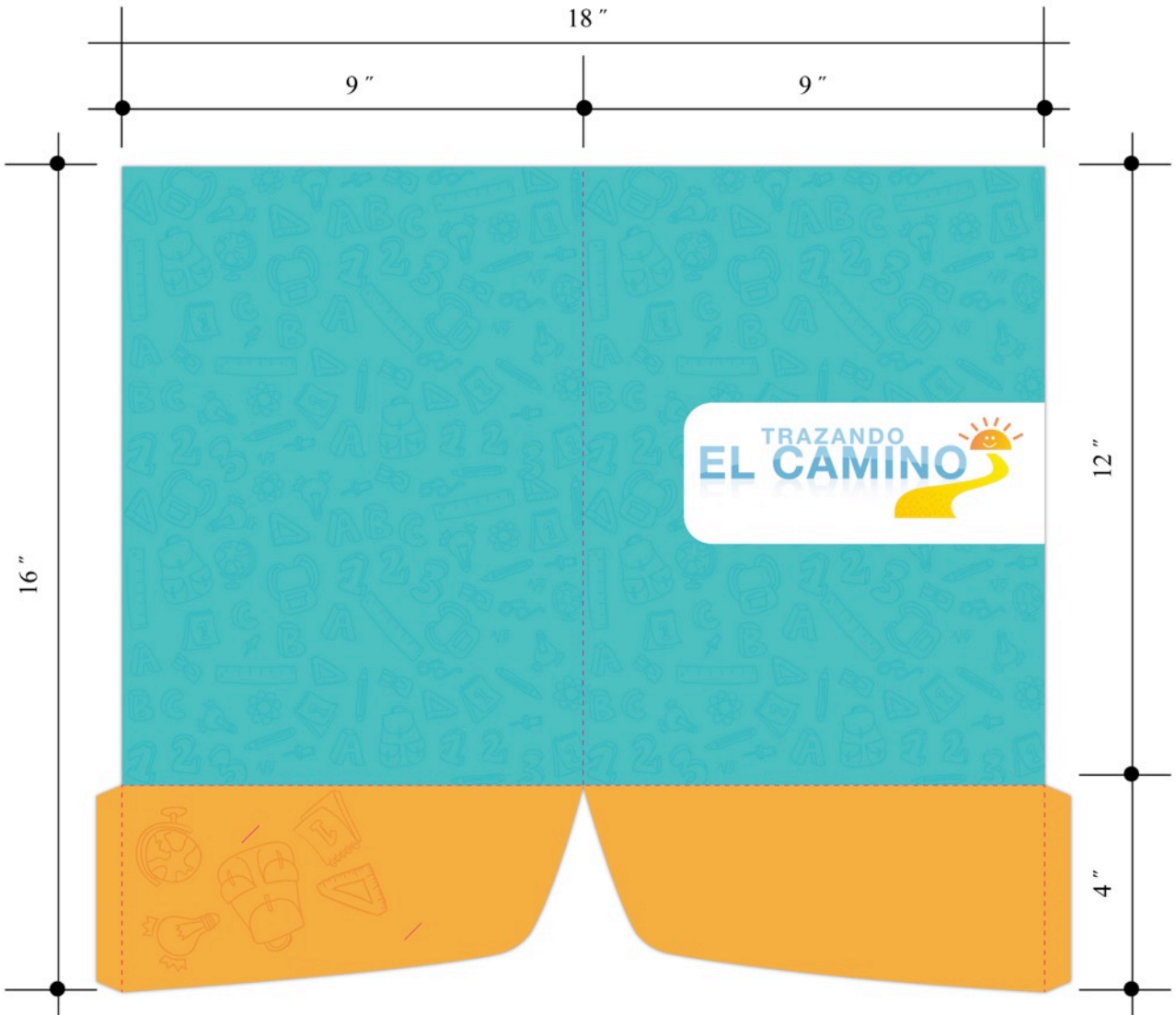


**CD's**



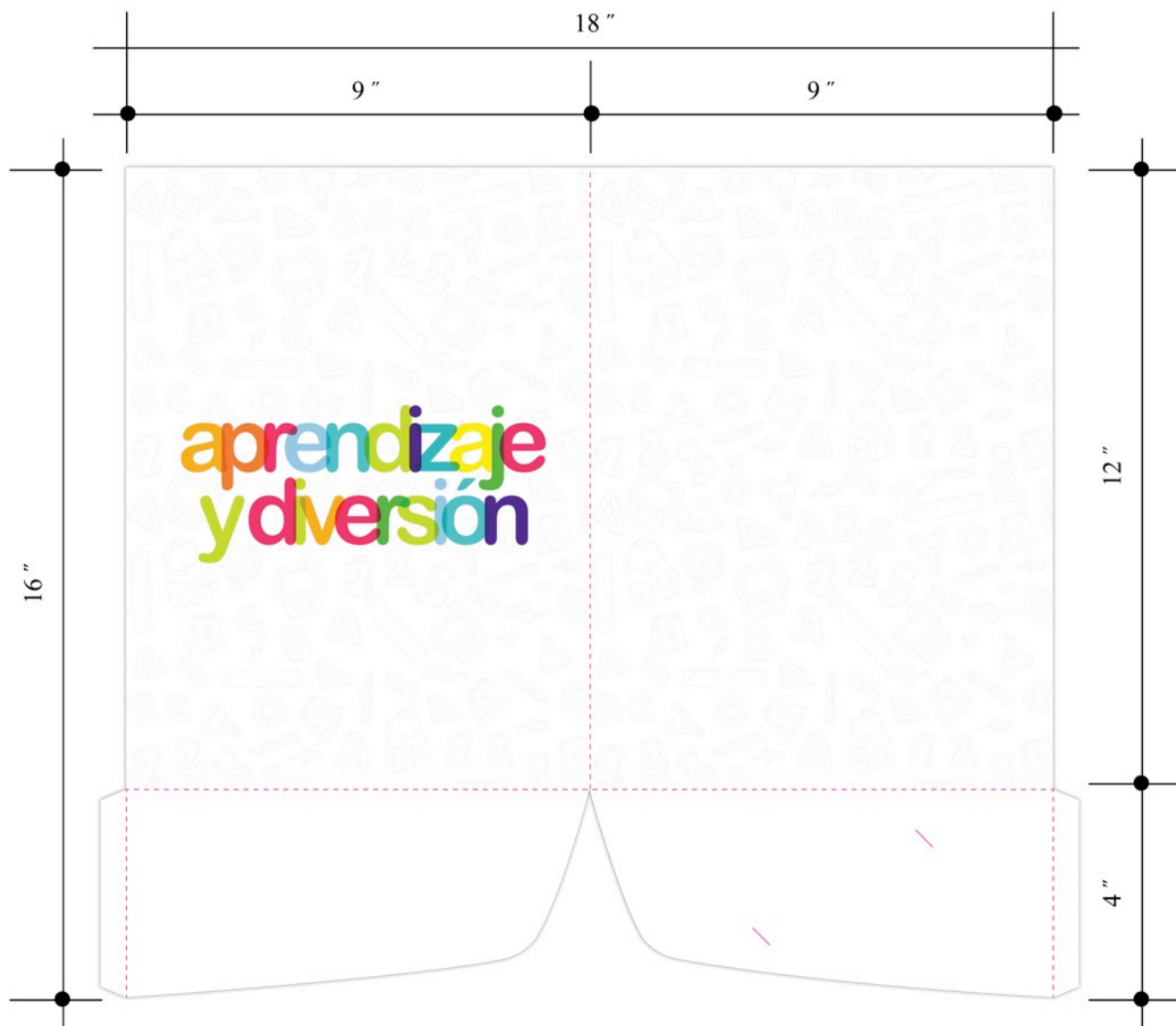
## Carpeta

### Tiro y retiro



**Carpeta**

**Interior**



## Señalética

### Señal informativa siga



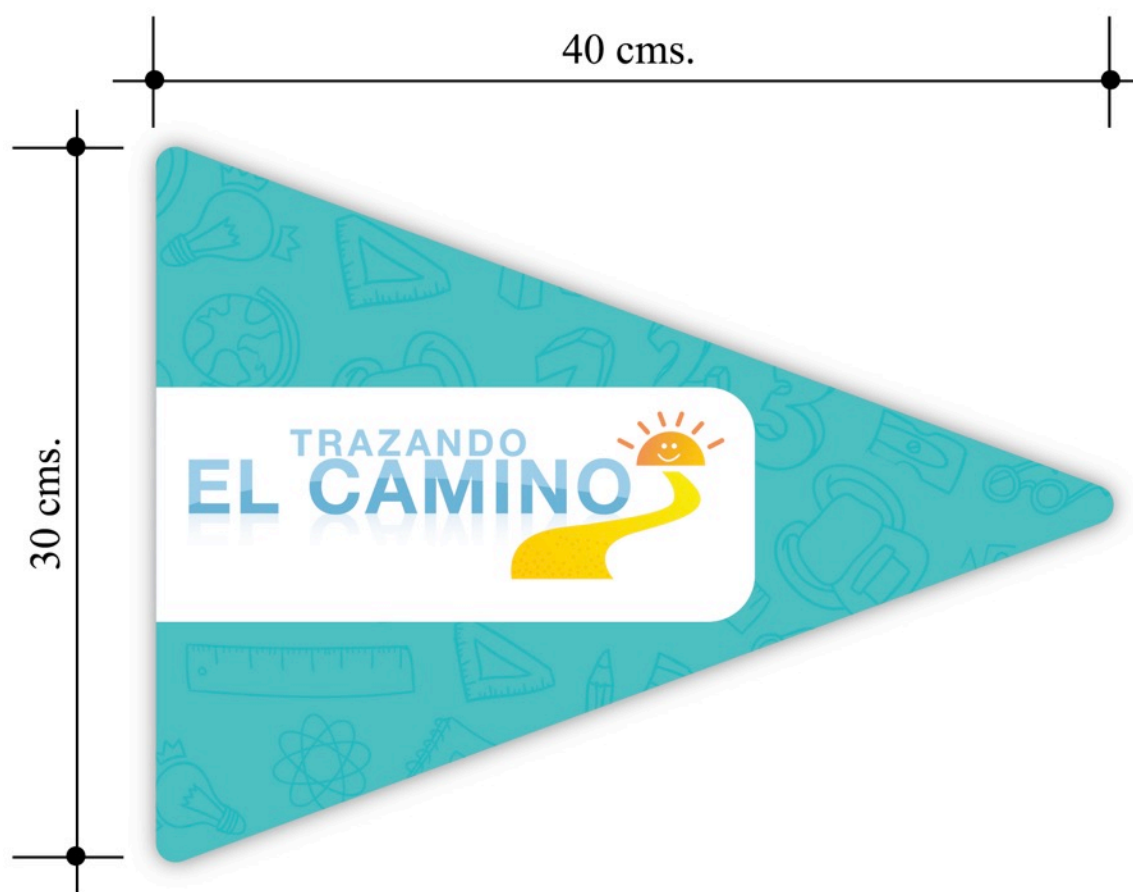
Señal informativa cruce



**Señal informativa 500 metros**



## Banderola Institucional Celeste



**Banderola Institucional Rosada**





**Banderola Institucional Morada**



## Banderola Institucional Naranja



**Rótulo Institucional Bienvenido Celeste**



**Rótulo Institucional Bienvenido Blanco**



**Capítulo X:**

**Producción,**

**reproducción y**

**distribución**

## **Capítulo X: Producción, Reproducción y distribución**

En este capítulo se dan a conocer los costos de producción, reproducción y distribución para llevar a cabo la implementación y ejecución de los materiales gráficos impresos y que cumplan con los objetivos planteados.

### **10.1 Plan de costos de elaboración**

Para la realización del plan de costos, se debe calcular el tiempo estimado de elaboración del diseño de los materiales gráficos impresos, se estima: las horas trabajadas, costos por hora, total de costo por horas trabajadas de:

- a.) Recopilar información
- b.) Proceso creativo (concepto)
- c.) Proceso de bocetaje
- d.) Propuesta preliminar

-Sesión de fotos

- Retoque fotográfico

Meses trabajados: 6 meses

Semanas trabajadas durante los 6 meses: 22 semanas

Días trabajados durante los 6 meses: 110 días

Días trabajados a la semana: 5 días

Horas trabajadas: 5 horas/día

El total de horas empleadas para la elaboración de los materiales gráficos impresos:  
550 horas.

Se toma en cuenta que el pago por hora es de Q25.00. El pago de las 550 horas trabajadas asciende a un total de Q13,750.00

## **10.2 Plan de costos de producción**

Proceso de validación

Días trabajados a la semana: 6 días

Horas trabajadas: 4 horas/día

El total de horas trabajadas: 24 horas

Se toma en cuenta que el pago por hora es de Q25.00. El pago de las 24 horas trabajadas asciende a un total de Q600.00

El gasto total de la gasolina durante el proceso de validación es de Q 75.00

El costo total del plan de producción asciende a un total de Q675.00

### 10.3 Plan de costos de reproducción

El Colegio Trazando el Camino tiene una alianza estratégica con la empresa Publicolor,S.A que son quienes dan financiamiento al momento que el colegio necesite impresiones, distribución y colocación, por ello se trabaja bajo la cotización de dicha empresa.

Materiales Gráficos	Cantidad	Especificaciones	Precio
Afiche	50	Full color en papel Texcote 12x17pulg	Q1,250.00
Valla	2	Vinil Adhesivos 600x150 cm	Q 9,050.00 *
Mupis	4	Blacklight film 90x167 cm	Q 1,700.00 **
Volantes	1,000	Papel Bond media carta full color	Q 650.00
Hojas Membretadas	1,000	Papel Bond full color	Q 500.00
Tarjetas de presentación	1,000	Opalina, Tiro y retiro full color	Q 1,250.00
Sobre oficio	1,000	Opalina + Troquel, 9.5 x 4.24 pulg	Q 2,100.00

Sobre oficio	1,000	Texcote, Full Color	Q 2,700.00
Carpeta para CD	100	Opalina, Full Color	Q 600.00
Carpeta tamaño carta	1,000	Full Color, tiro y retiro + troquel	Q 2,250.00
Flecha PVC	3	Vinil Adhesivo + PVC	Q 2,125.00
Banderines	250	Coroplast 40x30	Q 8,750.00
Rótulo	2	Vinil Adhesivo + PVC	Q 700.00

\* Sub Total Vallas Q9,050.00 + arrendamiento Q 3,250.00 Total Q 12,300.00

\*\* Sub Total Mupi Q1,700.00 + arrendamiento Q 1,325.00 Total Q 3,025.00

El costo total de la reproducción de los materiales gráficos impresos asciende a un total de Q38,750.00, estos precios ya incluyen el IVA y la comisión de la empresa Publicolor,S.A.\*

\*Según cotización de la empresa PUBLICOLOR,S.A (véase en anexo D).

Los Artes finales son entregados personalmente al representante del Colegio Trazando el Camino en una USB, que incluye todos los materiales gráficos impresos en versión editable, JPG para referencia y 1 versión calibrada en PDF de cada material.



#### 10.4 Plan de costos de distribución

Por medio del representante del Colegio Trazando el Camino, el proyecto se debe entregar via USB a la empresa Publicolor, S.A. El valor de la USB es de Q50.00.

El Colegio Trazando el Camino y Publicolor, S.A. trabajan bajo una alianza comercial, ellos se encargan en la colocación y distribución de las impresiones. En la cotización de la empresa PUBLICOLOR, S.A. ya incluye el costo por colocación.

La directora del colegio, junto a las maestras reparten, los volantes en comercios y lugares estratégicos cercanos al perímetro de la Aldea Santa Inés Pinula, durante la primera quincena de enero.

#### 10.5 Cuadro con resumen general de costos

Descripción	Costos
Plan de costos de elaboración	Q. 13,750. <sup>00</sup>
Plan de costos de producción	Q. 675. <sup>00</sup>
Plan de costos de reproducción	Q. 38,750. <sup>00</sup>
Plan de costos de distribución	Q. 50. <sup>00</sup>
<b>Total</b>	<b>Q. 53,225.<sup>00</sup></b>

**Capítulo XI:**

**Conclusiones**

**y recomendaciones**

## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

**11.1.1** Se diseñaron materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia con hijos que se encuentran en las edades de tres a seis años, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino.

**11.1.2** Se investigó información acerca de las tendencias relacionadas con el diseño de materiales gráficos impresos, y se implementó la más adecuada en la elaboración de este proyecto.

**11.1.3** Se recopiló toda la información necesaria del Colegio Trazando el Camino, con ello se pudo definir una línea gráfica que le da uniformidad visual a los materiales gráficos impresos.

**11.1.4** Se eligieron tipografías legibles que facilitan la visualización y la lectura de la información a gran distancia.

**11.1.5** Se diagramaron los elementos gráficos de forma ordenada y con estética visual para lograr que los padres y madres de familia comprendan correctamente la información.

**11.1.6** Se creó un sistema de señalética para guiar a los padres y madres de familia hacia las instalaciones del Colegio Trazando el Camino.

## **11.2 Recomendaciones**

**11.2.1** Implementar los materiales gráficos impresos en lugares estratégicos y cercanos en la Aldea Santa Inés Pinula, como en tiendas, abarrotes y supermercados o los lugares más visitados por los padres y madres de familia.

*11.2.1.1* Renovar el material gráfico impreso cada año, usar como guía los colores establecidos para no perder la identidad visual del colegio.

**11.2.2** Investigar información sobre la evolución de las tendencias relacionadas con el diseño de materiales gráficos impresos, cada 6 meses para estar a la vanguardia en la elaboración de proyectos internos del colegio.

**11.2.3** Elaborar un KIT informativo para los padres y madres de familia, donde puedan conocer las diferentes actividades y las actualizaciones que se tienen sobre tecnología y educación, además de los avances y progresos que ha logrado el colegio, el diseño se debe trabajar bajo la línea grafica establecida para llevar uniformidad en los materiales gráficos impresos.

**11.2.4** Mantener la legibilidad en las tipografías principalmente en los titulares para facilitar la visualización y la lectura de la información a gran distancia, para que el mensaje que se quiere transmitir del colegio sea comprendido por los padres y madres de familia.

**11.2.5** Respetar el orden y la estética visual en la diagramación de los elementos en los materiales gráficos impresos o digitales que puedan implementarse más adelante para

comunicar de manera correcta la información del colegio a los padres y madres de familia.

**11.2.6** Se recomienda reinstalar las señaléticas cada año para mantener los colores en buen estado y así evitar que el polvo, la lluvia y el sol, dañen las impresiones e instalaciones de las señaléticas.

**Capítulo XII:**

**Conocimiento**

**General**

## Capítulo XII: Conocimiento General



**Comunicación:** La principal rama de la carrera, la finalidad del curso es la trasmisión de información entre dos interlocutores que logran tener una retroalimentación exitosa. En la elaboración del proyecto se aplican los conocimientos aprendidos principalmente en las vallas, mupis, afiche y volantes.

**Fotografía:** Se aprende a tomar en cuenta la iluminación, distancia, enfoque, y las formas diversas que se necesitan al momento de tomar una fotografía, la sesión fotográfica del proyecto se lleva a cabo en la mañana para aprovechar la iluminación natural, y luego de obtener la foto deseada se procede a realizar los retoques en los programas de edición. Usar una foto de estudio y que no sea de Stock genera credibilidad hacia el colegio.

**Semiología de la imagen:** Durante las secciones se aprende acerca de los símbolos y lo que expresan a través de íconos o elementos. En la elaboración del proyecto se aplican los conocimientos aprendidos bajo la tendencia minimalista en los íconos o elementos rectangulares.

## Matemática y estadística:

Se aplica en el proyecto en el capítulo 10, donde se realizan los planes de costos, y en el capítulo 8 para hacer la tabulación de las encuestas.



**Pre-Prensa:** En este curso se aprende a escoger qué tipo de materiales deben trabajarse en el modo de color RGB o CMYK el cual es el indicado para la reproducción de un diseño. Su aplicación en el proyecto es para escoger adecuadamente una paleta de color que sea similar en CMYK o impresión digital.



## Software:

Durante este curso se aprende a manejar herramientas y conocimiento técnico para plasmar por medio digital el diseño, en los programas se aprende a hacer los montajes, vectorización de elementos y la distribución de cada uno en el espacio de trabajo, esto es un proceso importante que se desarrolla durante la digitalizaciones de los bocetos.





## Visualización gráfica:

A través de este curso se aprende que antes de una excelente idea existe el boceto, que es lo principal y fundamental para el desarrollo de conceptos, ya que a través de él se determina las proporciones, formas, entre otros elementos.

En la elaboración del proyecto se aplican los conocimientos ya que es la base fundamental del proyecto desde los bocetos a nivel lineal donde se distribuyen cada uno de los elementos gráficos hasta los bocetos con más detalle y claridad de lo que se quiere representar.



## Fundamentos para el diseño:

A través de este curso se adquieren los conceptos principales del diseño como a analizar, estructurar, de manera que se involucren elementos como el punto, el plano y el color.

En la elaboración del proyecto se aplican los conocimientos aprendidos en todos los materiales gráficos impresos para obtener resultados favorables.

# **Capítulo XIII:**

## **Referencias**

## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias en documentos físicos

Anolli, L. (2010). *Iniciación a la Psicología de la comunicación*. Barcelona: Publicacions i Edicions.

Añaños, E. (2008). *Psicología y comunicación publicitaria*. Barcelona: Servei de Publicacions.

Bruner, J. (2001). *El proceso mental en el aprendizaje*. Madrid: Narcea, S.A. de Ediciones.

Empresarios por la Educación. (2011). *La participación de los padres de familia en el sistema educativo*. Guatemala, Guatemala.

García, A. (2008). *La Disciplina Escolar*. Murcia: Universidad de Murcia, Servicio de Publicaciones.

Heller, E. (2004). *Psicología del color*. Berlín: Editorial Gustavo Gili.

Kant, I. (2003). *Pedagogía*. Madrid: Editorial AKAL.

Kristeva, J. (2001). *Semiótica 1*. Madrid: Editorial Fundamentos.

Rodríguez, J. (2007). *Estrategias y técnicas de la comunicación*. Cataluña: UOC Universitat Oberta De Catalunya.

Sánchez Cerezo, S. (1991). *Tecnología de la educación*. Madrid: Santillana.

Satué, E. (2007). El arte de la Tipografía. Madrid: Siruela.

Wolfolk, A. (1999). Psicología Educativa. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Wright, T. (2001). Manual de fotografía. Madrid: Editorial AKAL.

### **13.2 Referencias Biblioweb**

ABC del bebe (junio, 2012). Las habilidades de un niño en edad preescolar. Recuperado de: <http://www.abcdelbebe.com/nino/las-habilidades-de-un-nino-en-edad-preescolar>

Aula fácil cursos online. (s.f). La Comunicación. Recuperado de: <http://www.aulafacil.com/cursos/119680/empresa/administracion/administracion-de-empresas/la-comunicacion>

Chromaflo Technologies. (s.f). Circulo Cromatico. Recuperado de: <http://www.chromaflo.com/es-ES/Liderazgo-Industrial/Teor%C3%ADa-Del-Color/C%C3%ADculo-Crom%C3%A1tico.aspx>

Curriculo Nacional Base de Guatemala. (s.f). Aspectos técnicos para la elaboración de materiales de aprendizaje. Recuperado de: [http://cnbguatemala.org/index.php?title=Aspectos\\_t%C3%A9cnicos\\_para\\_la\\_elaboraci%C3%B3n\\_de\\_materiales\\_de\\_aprendizaje\\_\(Elaboraci%C3%B3n\\_de\\_Materiales\\_de\\_Aprendizaje\)](http://cnbguatemala.org/index.php?title=Aspectos_t%C3%A9cnicos_para_la_elaboraci%C3%B3n_de_materiales_de_aprendizaje_(Elaboraci%C3%B3n_de_Materiales_de_Aprendizaje))

EcoHabitar. (marzo, 2014). ¿Qué es diseño?. Recuperado de:  
<http://www.ecohabitar.org/que-es-diseno/>

Figuerasbofill. (marzo, 2013). ¿Qué es la comunicación persuasiva?. Recuperado de:  
<https://figuerasbofill.wordpress.com/2013/03/23/que-es-la-comunicacion-persuasiva/>

Financial Red (mayo, 2014). Colegio público, privado o concertado, ¿Cuáles son las diferencias económicas?. Recuperado de: <http://finacialred.com/diferencia-de-precios-colegio-publico-privado-o-concertado/>

Garibaldi, Ruth. (8 de abril de 2013). Teorías y modelos educativos. Recuperado el 10 de agosto del 2015: <http://rutitapg.blogspot.com/2013/04/definicion-de-educacion.html>

Hirald. V. (enero, 2015). Pedagogía de la autonomía: Enseñar no es transferir conocimiento. Recuperado de: <http://disenosocial.org/transferir-conocimiento/>

Hormelas. C. (septiembre 2013). La Pre-producción. Recuperado de:  
<http://productiontv.pbworks.com/w/page/18735959/La%20Pre-producci%C3%B3n>

Lesmi. E. (octubre, 2014). Definición de Comunicación Escrita. Recuperado de:  
<http://conceptodefinicion.de/comunicacion-escrita/>

Linda, C. (19 de marzo del 2012). Modelos clasicos de comunicación. Recuperado 10 de agosto del 2015:  
<http://lindacristina16.blogspot.com/2012/03/temas-de-semiotica-tipos-de-codigos.html>

Linda. T. (30 de abril del 2012). Teoría e Historia del Diseño. Minimalismo. Recuperado 12 de agosto del 2015: <http://thdii.blogspot.com/2012/04/minimalismo.html>

Marchante. P. (s.f). Educación Plástica y Visual. ¿Qué es una imagen?. Recuperado de: <http://narceaeduplastica.weebly.com/iquestqueacute-es-una-imagen.html>

Pineda, Angie. (25 de septiembre de 2014). Tecnología. Comunicacion. Recuperado el 10 de agosto del 2015: <http://danielalui.blogspot.com/2014/09/comunicacion.html>

Polo. M. (s.f). Psicología de la salud. El comportamiento en las Etapas del Desarrollo Humano. Recuperado de: [http://bvs.sld.cu/revistas/mciego/docencia/psicologia\\_salud/paginas/pagina02/Tema8.html](http://bvs.sld.cu/revistas/mciego/docencia/psicologia_salud/paginas/pagina02/Tema8.html)

Red Gráfica Latinoamérica. (s.f). El mensaje un concepto clave de la comunicación. Recuperado de: <http://redgrafica.com/El-mensaje-un-concepto-clave-de-la>

PRINTU (marzo 2015). ¿Folleto, volante o afiche? Aprende sus diferencias y a saber cuándo utilizarlos.. Recuperado de: <http://www.printu.co/blog/impresiones/folleto-volante-o-afiche>

Staff Creativa (mayo 2014). Diseño Editorial – Definición y Etapas. Recuperado de: <http://www.staffcreativa.pe/blog/disen-editorial-definicion/>

Thompson. I. (octubre 2008). ¿Qué es Comunicación?. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>

Thompson. I. (octubre 2008). ¿Qué es Publicidad?. Recuperado de:  
<http://www.promonegocios.net/publicidad/que-es-publicidad.html>

UZKIAGA diseño y comunicación (s.f). Pautas para diseñar una papelería de empresa profesional. Recuperado de: <http://uzkiaga.com/blog/disenio-grafico/pautas-para-disenar-una-papeleria-de-empresa-profesional>

# **Capítulo XIV:**

## **Anexos**



## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo A: Encuesta de validación del proyecto



Facultad De Ciencias De La Comunicación

FACOM

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Tesis

Género: F       Cliente:       Nombre:  
M       Experto:       Profesión:  
Edad:       Grupo Objetivo:       Puesto:  
Años de experiencia en el mercado:

#### Encuesta de validación del proyecto

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia con hijos que se encuentran en las edades de tres a seis años, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino. Aldea Santa Inés Pinula, San José Pinula, Guatemala, 2016.

---

#### Antecedentes

El Colegio Trazando el Camino que está ubicado en la aldea Santa Inés Pinula, brinda los servicios educativos de nivel preprimaria a niños y niñas entre tres y seis años de edad, dirigidos a la población que vive en el municipio de San José Pinula. Actualmente este colegio no cuenta con materiales gráficos impresos que den a conocer a padres y madres de familia, los servicios que ofrece, es por ello que son pocas las personas que logran enterarse de la existencia del colegio.

## Anexo A: Encuesta de validación del proyecto

### Objetivos de investigación

El objetivo de esta encuesta es conocer a través de los resultados, si los materiales gráficos impresos para el Colegio Trazando el Camino cumplen con los criterios de funcionalidad en el área de diseño y comunicación.

### Instrucciones

En base a la información anterior, responda a cada interrogante observando los materiales gráficos impresos del Colegio Trazando el Camino.

### Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer a padres y madres de familia, los servicios de educación preprimaria que ofrece el Colegio Trazando el Camino?

Si  No

2. ¿Considera necesario investigar información acerca de las tendencias relacionadas con el diseño de materiales gráficos impresos, para implementar la más adecuada en la elaboración de este proyecto?

Si  No

3. ¿Considera necesario recopilar toda la información necesaria del Colegio Trazando el Camino para definir una línea gráfica que le dé uniformidad visual a los materiales gráficos impresos?

Si  No

## Anexo A: Encuesta de validación del proyecto

4. ¿Considera necesario elegir tipografías legibles para facilitar la visualización y la lectura de la información a gran distancia?

Si  No

5. ¿Considera necesario diagramar los elementos gráficos de forma ordenada y con estética visual para lograr que los padres y madres de familia comprendan correctamente la información?

Si  No

6. ¿Considera necesario crear un sistema de señalética para guiar a los padres y madres de familia hacia las instalaciones del Colegio Trazando el Camino?

Si  No

### Parte Semiológica

7. Según su criterio, considera que la tipografía utilizada específicamente en el slogan "Aprendizaje y diversión" transmite:

Formalidad  Sobriedad  Profesionalismo

8. Considera que los colores utilizados en los materiales gráficos impresos le transmiten:

Alegría  Tristeza  Confianza  Emoción

9. ¿Considera que la manera en que están diagramadas las imágenes, textos y formas ayudan a que los materiales gráficos impresos se vean ordenados?

Mucho  Poco  Nada

## Anexo A: Encuesta de validación del proyecto

10. Según su criterio, considera que las formas utilizadas en el área del directorio telefónico del colegio son rectangulares para transmitir:

Seguridad

Solidez

Confianza

11. La fotografía representa las actividades diarias del colegio y proporciona una referencia visual de los servicios que ofrece

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

12. ¿Los colores utilizados ayudan a que asocie inmediatamente todo el material gráfico impreso con el colegio?

Mucho

Poco

Nada

### Parte Operativa

13. Considera que la tipografía que se utilizó en el material gráfico impreso en cuanto al tamaño es:

Muy legible

Poco Legible

Nada Legible

## Anexo A: Encuesta de validación del proyecto

14. ¿Los elementos gráficos impresos realmente logran transmitir la información necesaria a las madres y padres de familia?

Mucho  Poco  Nada

15. ¿Considera que las vallas publicitarias son claras y concisas?

Mucho  Poco  Nada

16. ¿Considera que el sistema de señalética ayuda a guiar con facilidad a los padres y madres de familia hacia las instalaciones del Colegio Trazando el Camino?

Si  No

17. El slogan "Aprendizaje y diversión" ayuda a identificar el mensaje que quiere transmitir el colegio

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

18. ¿Considera que el contenido de los materiales gráficos impresos tiene una estructura y orden lógico para el lector?

Mucho  Poco  Nada

## Anexo A: Encuesta de validación del proyecto

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Muchas gracias por su colaboración y su tiempo al llenar dicha encuesta.

## Anexo B: Tabulación de encuestas

### Parte Objetiva

Pregunta 1	Alternativa
	Si - No
Cliente	1 – 2.9%
Expertos	8 – 22.9%
Grupo Objetivo	26 – 74.3%
Total	100%

Pregunta 2	Alternativa
	Si - No
Cliente	1 – 2.9%
Expertos	8 – 22.9%
Grupo Objetivo	26- 74.3%
Total	100%

## Anexo B: Tabulación de encuestas

Pregunta 3	Alternativa
	Si - No
Cliente	1 – 2.9%
Expertos	8 – 22.9%
Grupo Objetivo	26 – 74.3%
Total	100%

Pregunta 4	Alternativa
	Si - No
Cliente	1 – 2.9 %
Expertos	8 – 22.9%
Grupo Objetivo	26 – 74.3%
Total	100%



## Anexo B: Tabulación de encuestas

Pregunta 5	Alternativa
	Si - No
Cliente	1 – 2.9 %
Expertos	8 – 22.9%
Grupo Objetivo	26 – 74.3%
Total	100%

Pregunta 6	Alternativa
	Si - No
Cliente	1 – 2.9
Expertos	8 – 22.9%
Grupo Objetivo	26 – 74.3%
Total	100%

## Anexo B: Tabulación de encuestas

### Parte Semiológica

Pregunta 7	Alternativa		
	Formalidad	- Sobriedad	- Profesionalismo
Cliente		1-2.9%	
Expertos		7-20%	1-2.9%
Grupo Objetivo	1-2.9%	15-42.9%	10-28.6%
Total	2.9%	65.8%	31.5%

Pregunta 8	Alternativa		
	Alegría	- Tristeza	- Confianza - Emoción
Cliente	1-2.9%		
Expertos	8-22.9%		
Grupo Objetivo	20-57.1%	4-11.4%	2-5.7%
Total	82.9%	11.4%	5.7%

## Anexo B: Tabulación de encuestas

Pregunta 9	Alternativa
	Mucho - Poco - Nada
Cliente	1 - 2.9%
Expertos	8 -22.9%
Grupo Objetivo	26 -74.3%
Total	100%

Pregunta 10	Alternativa		
	Seguridad	- Solidez	- Confianza
Cliente	1 -2.9%		
Expertos		7 -20%	1 -2.9%
Grupo Objetivo	2 -5.7%	20 -57.1%	4 -11.4%
Total	8.6%	77.1%	14.3%

## Anexo B: Tabulación de encuestas

Pregunta 11	Alternativa	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo	35 – 100%
	De acuerdo	
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	En desacuerdo	
	Totalmente en desacuerdo	

Cliente	Totalmente de acuerdo
Expertos	Totalmente de acuerdo
Grupo Objetivo	Totalmente de acuerdo

Pregunta 12	Alternativa
	Mucho - Poco - Nada
Cliente	1-2.9%
Expertos	8-22.9%
Grupo Objetivo	26-74.3%
Total	100%

## Anexo B: Tabulación de encuestas

### Parte Operativa

Pregunta 13	Alternativa
	Muy legible - Poco Legible - Nada Legible
Cliente	1 -2.9%
Expertos	8 -22.9%
Grupo Objetivo	26 -74.3%
Total	100%

Pregunta 14	Alternativa
	Mucho - Poco - Nada
Cliente	1 - 2.9%
Expertos	8 -22.9%
Grupo Objetivo	26 - 74.3%
Total	100%

## Anexo B: Tabulación de encuestas

Pregunta 15	Alternativa
	Mucho - Poco - Nada
Cliente	1 - 2.9%
Expertos	8 -22.9%
Grupo Objetivo	26-74.3%
Total	100%

Pregunta 16	Alternativa
	Si - No
Cliente	1 -2.9%
Expertos	8 -22.9%
Grupo Objetivo	26 -74.3%
Total	100%

## Anexo B: Tabulación de encuestas

Pregunta 17	Alternativa	Porcentaje
	Totalmente de acuerdo	35 – 100%
	De acuerdo	
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	En desacuerdo	
	Totalmente en desacuerdo	

Cliente	Totalmente de acuerdo
Expertos	Totalmente de acuerdo
Grupo Objetivo	Totalmente de acuerdo

Pregunta 18	Alternativa
	Mucho - Poco - Nada
Cliente	1-2.9%
Expertos	8 -22.9%
Grupo Objetivo	26 -74.3%
Total	100%

## Anexo C: Fotografía de personas encuestadas

**Cliente**



**Maritza Reyes Blanco**

Maestra de Preprimaria

Directora del Colegio Trazando el camino



**Experto**



**Jose Melgar**

Diseñador Gráfico

In house en Henkel Guatemala



**Experto**

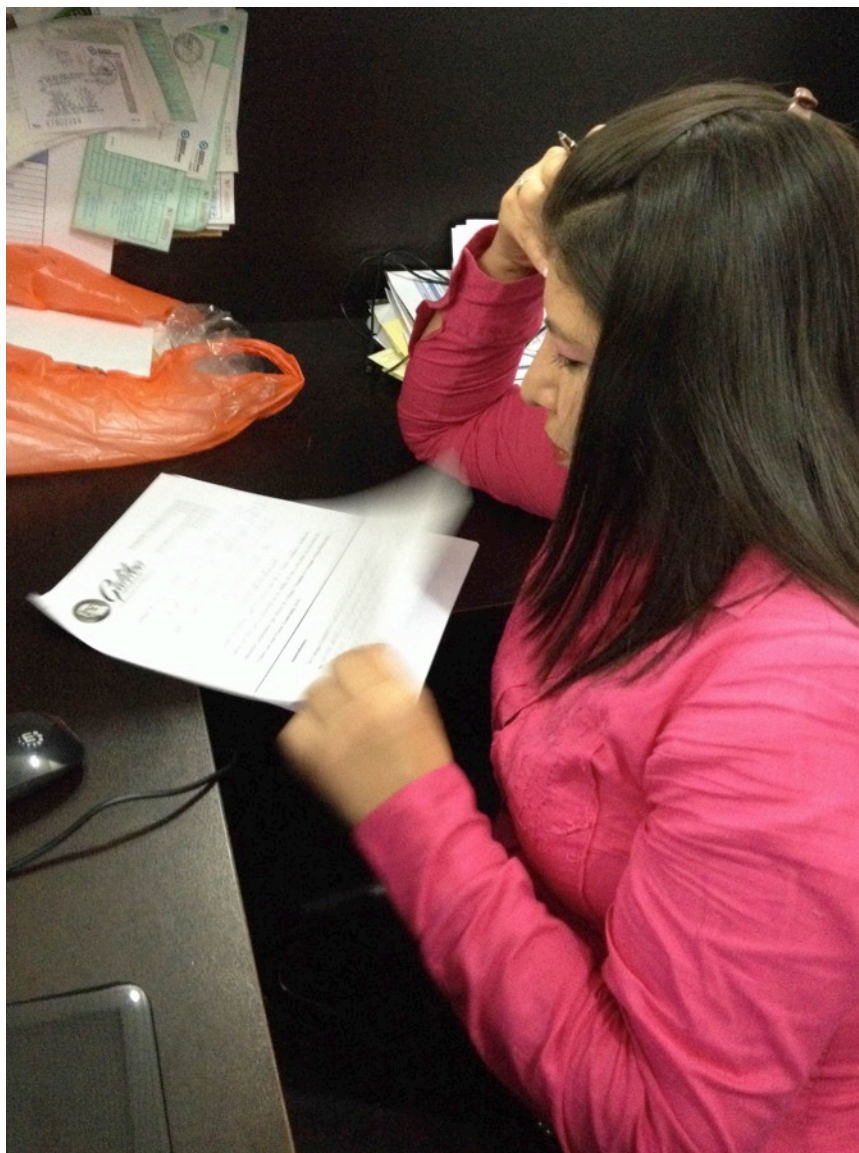


**Pablo Orantes**

Publicista

Diseñador Leo Burnett

**Experto**



**Glenda Lorenzo**

Pedagogía

Catedrática

**Experto**



**Claudia Ruiz**

Psicóloga

Catedrática Principal

## Experto



**Lissette Pérez**

Licda. Ciencias de la comunicación

Directora de Cuentas

## Grupo Objetivo



**Mario Arrecis**

Contador Publico y Auditor

Analista de Sistemas

## Grupo Objetivo

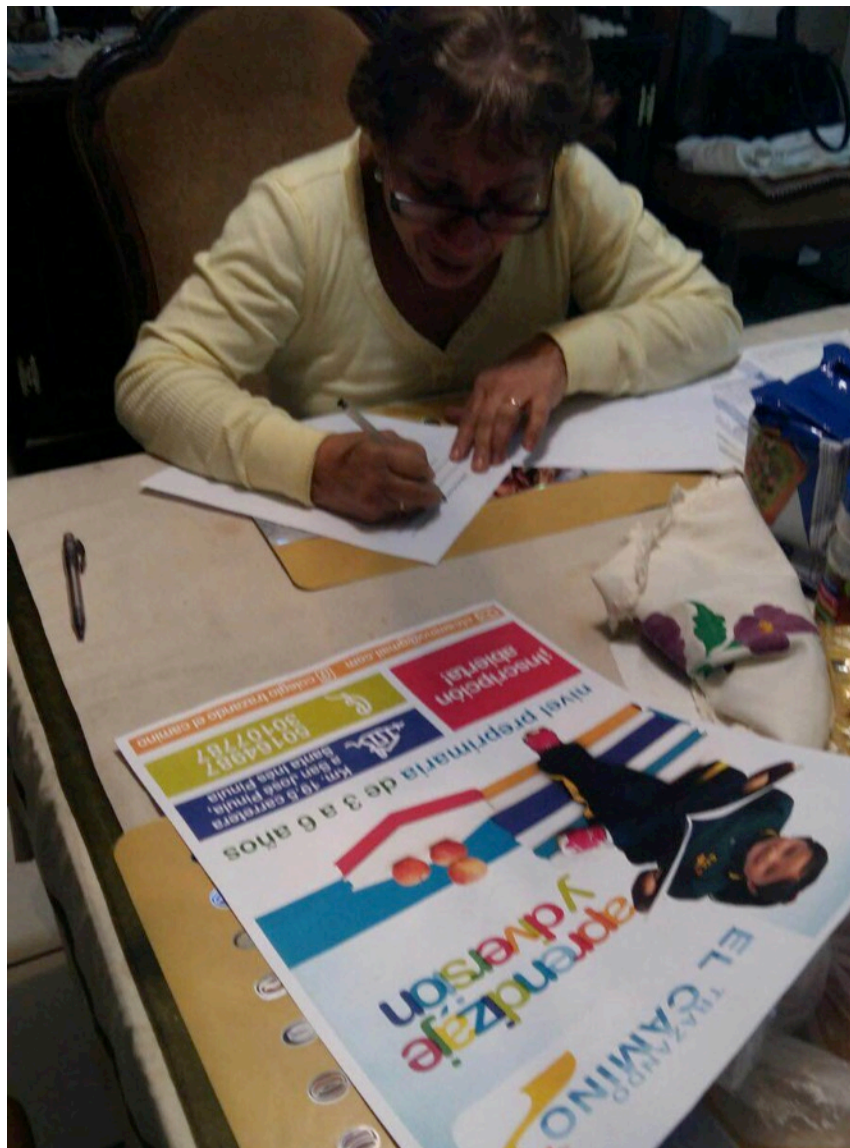


**Julia Momterroso**

Ama de casa



## Grupo Objetivo

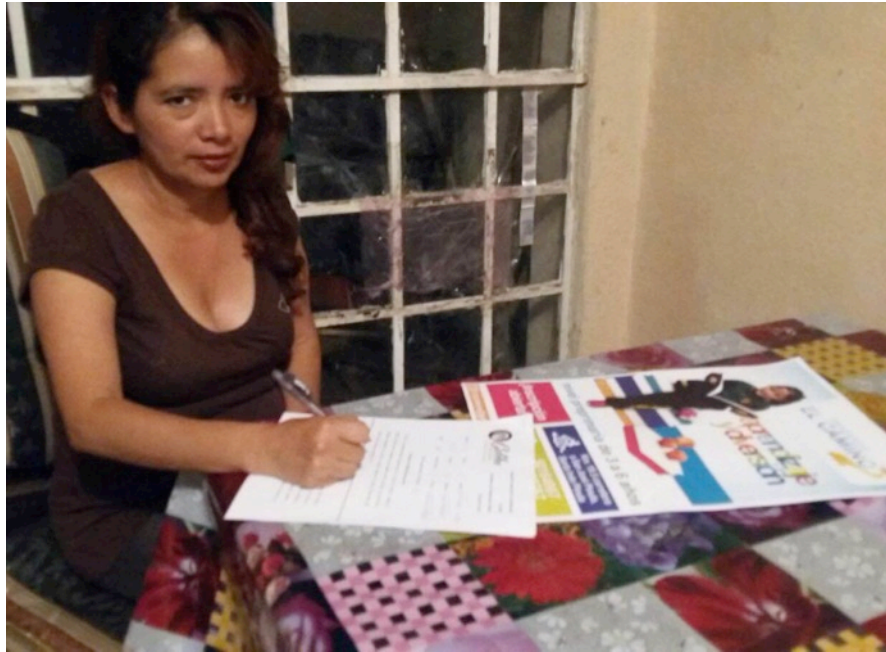


**Carlota Guzmán**

Oficinista

Secretaria

## Grupo Objetivo



**Lucrecia Ordoñez**

Enfermera

## Grupo Objetivo



**Marco Antonio Calderón**

Empresario

Negocio Propio

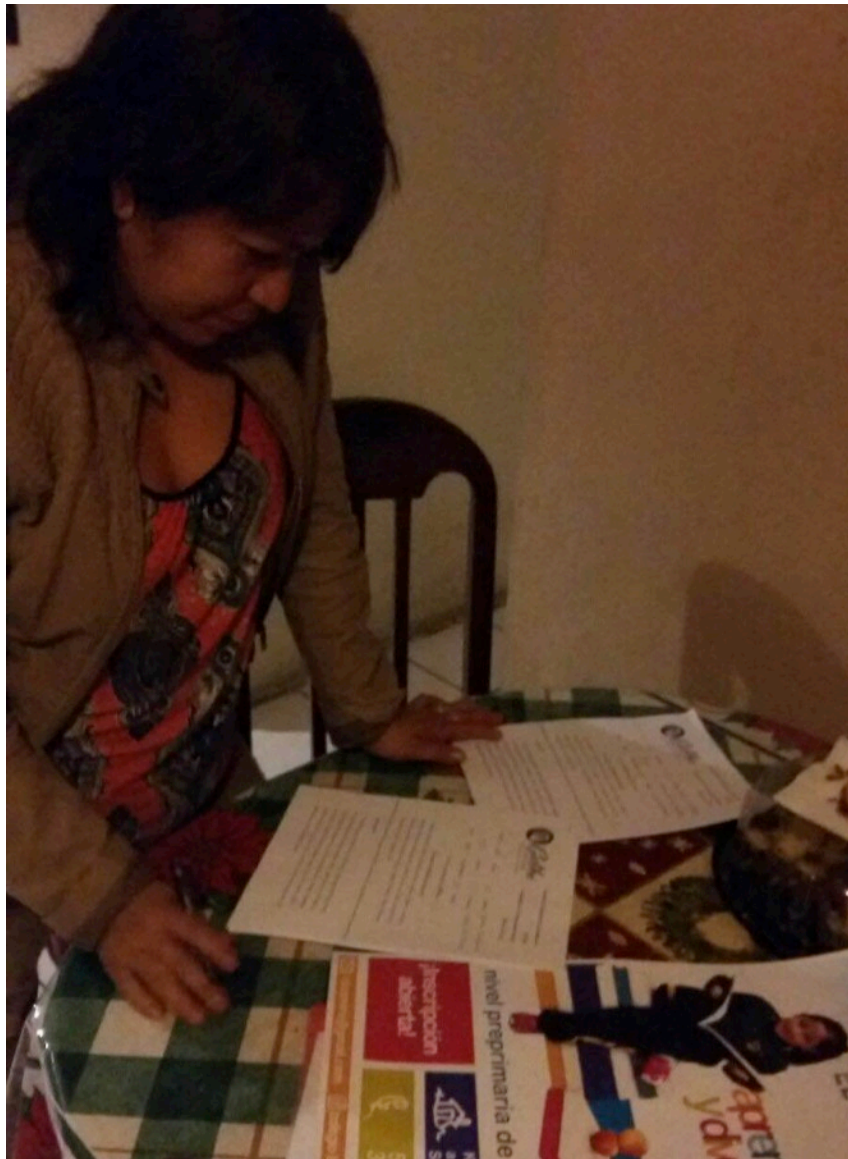
## Grupo Objetivo



**Verónica Orozco**

Perito Contador

## Grupo Objetivo

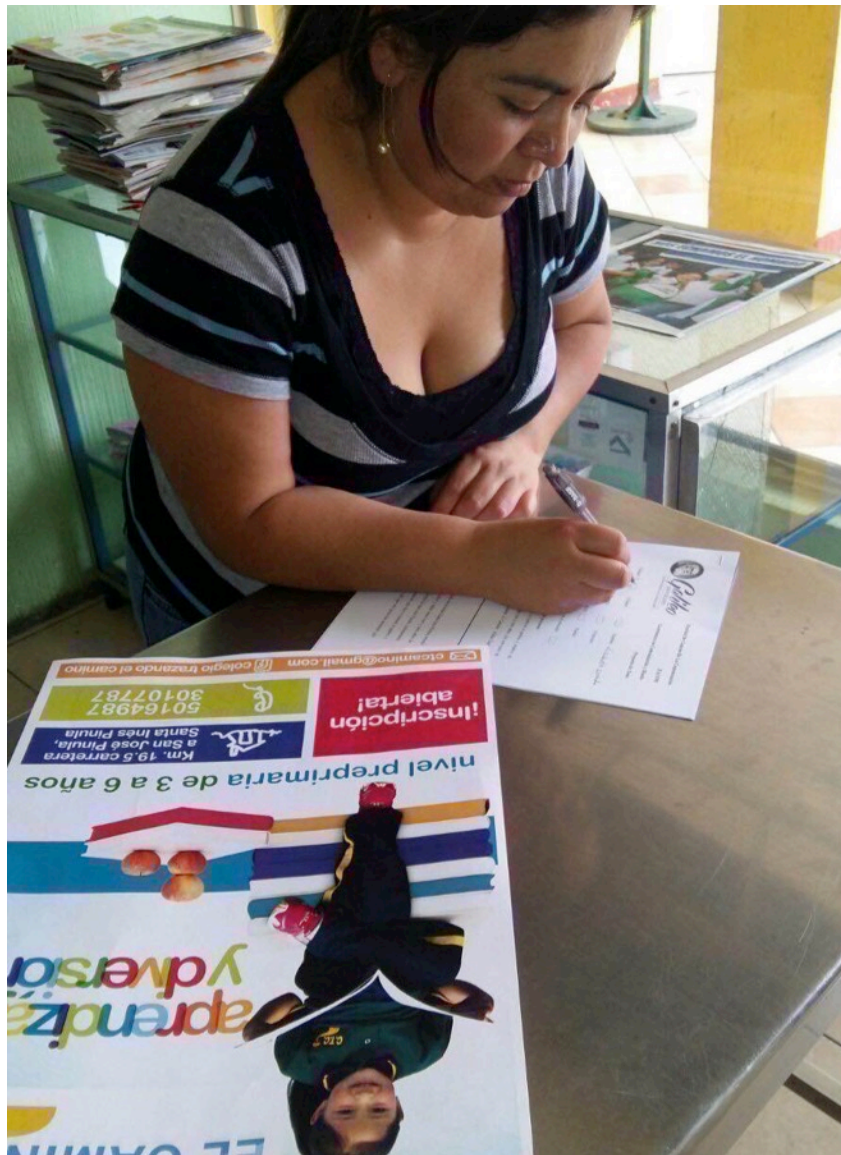


**Doralia Santos**

PEM en Inglés

Profesora de Inglés

## Grupo Objetivo

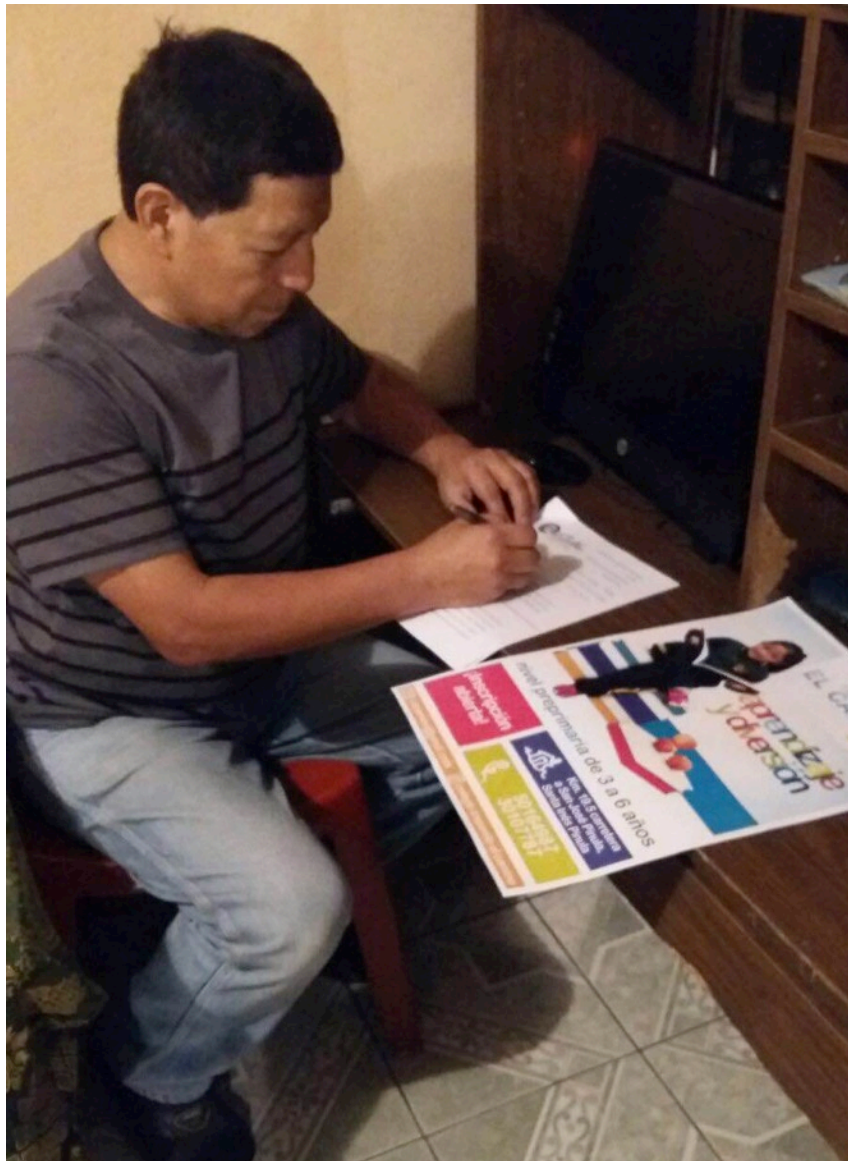


**Carolina Pineda**

Comerciante

Propietaria

## Grupo Objetivo



**William Rodas**

Perito Contador

Computación

## Anexo D: Cotización

### Cotización Publicolor



Guatemala, Noviembre del 2015

Colegio Trazando El Camino

Pte.

Estimados señores:

Reciban cordialmente un saludo, deseándoles éxitos en sus labores diarias y aprovecho la misma para enviarles la cotización solicitada:

- 50 afiches impresos full color en papel texcote de 12x17 pulgadas Precio Q25.00 cada uno.

**TOTAL Q1,250.00**

- 1 vallas impresas en vinil adhesivo full color de 600x1,500 mts instaladas

Precio total Q6,700.00

- 1 vallas impresas en vinil adhesivo full color de 600x300 mts instaladas

Precio total Q2,350.00

Sub Total Q 9,050.00

- Arrendamiento de valla para ser instalada en San Jose Pinula Q3,250.00

**Total Q 12,300.00**

- 4 mupis de 90x167.7 impresos en blacklight film full color en alta resolucion.

Precio unitario 425.00.

Sub Total Q1,700.00

Arrendamiento del lugar Q1,325.00

**Total Q3,025.00**



## Cotización Publicolor



- 1 mil volantes full color tiro media carta papel bond

Precio Q650.00

**Total Q650.00**

### **Papelería**

- Hojas Membretadas impresas tiro bond 80 gramos

Precio 1mil Q 500.00      Precio 5mil: Q 2,250.00

- Tarjetas de presentacion tiro y retiro full color en opalina

Precio 100 Q 450.00      Precio 1mil Q 1,250.00

- Sobres para hojas tamaño carta 9.5x4.24" frente impresos tiro y retiro mas troquel

Precio 1mil Q 2,100.00      Precio 5mil Q 9,000.00

- Sobres tamaño oficio tiro impresos en texcote

Precio 1mil Q 2,700.00      Precio 5mil Q 12,250.00

- Carpetas para CD impresas en texcote calibre 16 tiro y retiro con troquel

Precio 1mil Q 1,350.00      Precio 5mil Q 5,750.00

- Sticker de CDs impresas full color

Precio unitario Q 6.00      total por 100 Q 600.00

- Carpetas para hojas carta impresas tiro y retiro texcote calibre 12 y troquel.

Precio 1mil Q2,250.00      Precio por 5mil Q10,750.00

· Avenida Castellana 8-51 zona 9 Gua. · Tel. (502) 2360-6717 / 5412-9740  
· mail.publicolorgt@gmail.com · www.publicolorgt.com

## Cotización Publicolor



### Señalética

- 3 flecha en pvc de 5mm impreso con vinil adhesivo alta resolucion con medidas de 50x60 base de tubo metalico para ser instalada en concreto

precio unitario Q710.00 Precio total Q2,125.00

- 250 banderines impresos en coroplast con medidas de 40x30

precio unitario Q35.00 Precio total Q8,750.00

- 2 Rotulos en pvc 5mm con medidas de 100x36.5 y base de tubo redondo metalico para ser instalado en concreto, impreso en vinil adhesivo alta resolucion

Precio unitario Q350.00 Precio total Q700.00

Esperando que nuestra oferta sea de su agrado, se despide atentamente.

Aiser de León  
GERENTE GENERAL

\* Total basada en precios por 1mil Q38,750.00

\*\*Precios incluyen IVA

\*\*\*Tiempo de entrega: 6 dias Habiles

· Avenida Castellana 8-51 zona 9 Gua. · Tel. (502) 2360-6717 / 5412-9740  
· mail.publicolorgt@gmail.com · www.publicolorgt.com

## Cotización LitoExpress



Guatemala

02/12/2015



Es un gusto para nosotros saludarle y desearle éxitos en sus actividades cotidianas, Tenemos el agrado de presentarle la siguiente cotización; como a continuación se detalla:

CANTIDAD	DESCRIPCION	TOTAL
50	Afiches 12*18	Q575.00
1	Valla de 600*1500 mts con instalación	Q11,160.00
1	Valla de 600*300 mst con instalación	Q2,232.00
4	Mupis 90*167.7	Q1,954.00
1000	Volantes full color papel bond	Q825.00
1500	Volantes full color papel bond	Q495.00
100	Hojas membretadas	Q450.00
100	Tarjetas de presentación	Q185.00
100	Sobres para hojas tamaño carta con impresión tiro y retiro mas troquel	Q2,950.00
100	Sobres tamaño oficio tiro impreso texote	Q3,200.00
100	Carpetas para cd impresas en texcote	Q3.950.00
100	Stiker de cd	Q1.000.00
100	Hojas carta impresas en tiro y retiro en texcote mas troquel	Q2,750.00
3	Flechas en pvc de 5 mm impresas con vinil adhesivo 50*60 con base metalico con instalacion	Q2,250.00
2	Rotulos de pvc de 5 mm impresas con vinil adhesivo 50*60 con base redondo metalico istalado	Q3,390.00

### OBSERVACIONES IMPORTANTES:

Forma de Pago:

50% de anticipo y 50% contra entrega

Tiempo de entrega 5 días hábiles

- Los archivos de preferencia en pdf.
- Todos nuestros precios ya incluyen IVA.
- Todo trabajo autorizado por el cliente no tiene cambios ni devolución.
- Para todo trabajo se requiere la firma de autorizado por el cliente.

**NOTA:** Cotización Valida por los siguientes 10 días,

\_\_\_\_\_  
Persona que Autoriza

\_\_\_\_\_  
Firma de Autorizado

En espera de tener una relación comercial exitosa, me suscribo,

**Luis Alvizures**  
**Asesor de Ventas**  
Diagonal6@litoexpress.com.gt  
Tel. 2204-7603 • Cel. 5937-2603



