



**Presentado por:**  
**Karen De La Cruz J.**

**Asesora:**  
**Esp. Ana Timarán.**



Trabajo de Grado para optar por el Título de Diseñadora Gráfica



Éste libro no podrá ser reproducido, ni total ni parcialmente, sin el previo permiso escrito de su autor. Todos los derechos reservados.

**Título original:**

Informe de pasantía Tipografía  
Districómputo - Memorias Gráficas

**Asesor:**

Esp. Doc. Ana Timaran

**Diseño, Diagramación :**

Karen De La Cruz J.

**Ilustración:**

Karen De La Cruz J.

karen\_cruzj@hotmail.com

320 794 33 88

San Juan de Pasto -Nariño

Impreso en Colombia  
Printed in Colombia

San Juan de Pasto, Agosto de 2013





Las ideas y conclusiones aquí planteados son responsabilidad única de su autor.

Artículo 1 del acuerdo No. 324 de Octubre 11 de 1966, emanado del honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño

San Juan de Pasto, Agosto \_\_\_\_\_ de 2013

## Nota de Aceptación

---

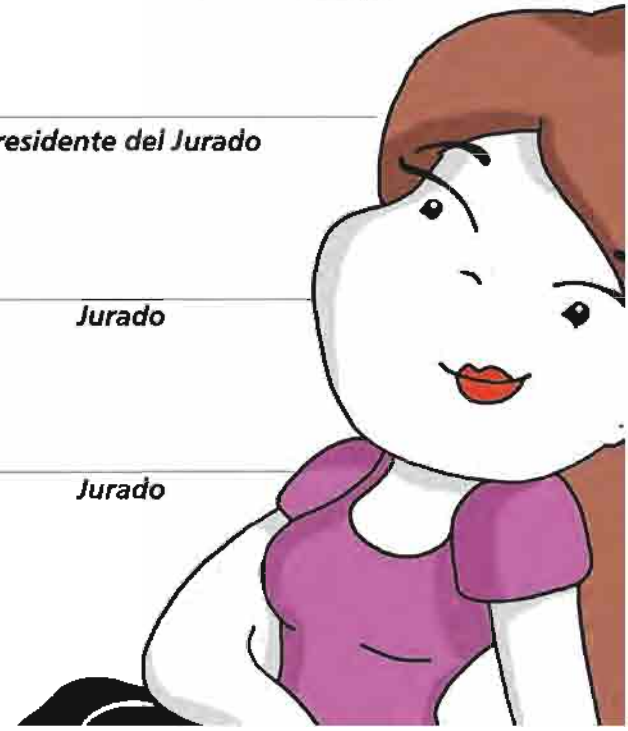
*Presidente del Jurado*

---

*Jurado*

---

*Jurado*





## Gracias

A Dios por darme la fuerza para seguir adelante, a mi familia por apoyarme, a mis seres queridos, amigos del alma, y en especial a H. por darme su amor y apoyo incondicional.

Y a todas las instituciones involucradas por su acompañamiento, consejo y apoyo constante en mi formación personal y profesional.



## Resumen

En el presente trabajo se presenta el proceso de proyectos, propuestas y piezas gráficas desarrolladas durante el trabajo como Diseñadora Gráfica bajo la modalidad de Pasantía en la Tipografía Districómputo, empresa dedicada a la producción publicitaria impresa en la ciudad de Pasto; en ésta se aprovechó la oportunidad de aplicar en la práctica los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos en la Academia, permitiendo así experimentar un ejercicio real en el campo laboral.

A continuación se explicará el proceso gráfico desde la conceptualización de cada pieza hasta su producción, incluyendo también relatos acerca de las experiencias personales y profesionales adquiridas en el área de trabajo durante el tiempo compartido.

## Abstract

In this paper is presented the process of project, proposals and graphic pieces developed during working as a graphic designer internship in the Districómputo Printery, company dedicated to advertising print production at Pasto city. This job was a opportunity to apply in practice the knowledge and skills acquired at the university, allowing a real workout experience in the workplace.

The following will explain the graphic process from conceptualization of each piece until its production, including stories about the personal and professional experiences acquired in the workplace during the timeshare.



*Informe de Pasantía*  
**Fundamentación**



# Índice

Introducción .....	7
Problema .....	9
Planteamiento del Problema .....	9
Objetivos .....	10
Justificación .....	11
Diseño Metodológico .....	12
Cronograma .....	14

## Descripción de la Pasantía

Funciones del pasante .....	16
Descripción de la Empresa .....	18
Estructura Organizacional .....	19

### Proceso Gráfico 1.

1. Proyectos de Diseño de herramientas de Imagen y Comunicación ..... Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios Pasto	27
1.1 Diseño de personaje campaña de Prevención y Seguridad .....	28
1.2 Diseño de personajes para las áreas de Procedimientos Operativos Cuerpo de Bomberos Pasto	36
1.2.1 Personaje: Área Incendio Forestal .....	38
1.2.2 Personaje: Materiales Peligrosos .....	40
1.2.3 Personaje: Rescate en espacios confinados .....	42
1.2.4 Personaje: Rescate en Alturas .....	44
1.2.5 Personaje: Comunicaciones .....	46
1.3 Diseño de personaje para Campaña de educación y actualización para la prevención de desastres	50
1.4 Diseño y Diagramación Libro Manual de Procedimientos .....	53
1.5 Anexos .....	58

Proceso Gráfico 2.	2. Diseño de imagen Corporativa Centro de salud Guachavés .....	59
Proceso Gráfico 3.	3. Proyectos de Diseño de herramientas de Imagen y Comunicación Alcaldía de Guachavés .....	67
	3.1	
	Diseño y diagramación de libro "Trazos del acontecer histórico de Santacruz" .....	69
	3.2 Diseño de Programación Bicentenario .....	75
	3.3 Diseño de Publicidad Exterior .....	76
Proceso Gráfico 4.	4. Diseño de Imagen Corporativa Químicos Valle de Atríz .....	78
Proceso Gráfico 5.	5. Diseño conceptual e imagen de campaña "Yo apoyo sus sueño " .....	84
Proceso Gráfico 6.	6. Diseño de Imagen y piezas publicitarias Eco Parque Ntra. Señora de Fátima .....	92

---

Anexos ..... 94

Conclusiones ..... 100

Bibliografía ..... 103



## Introducción

El Diseño Gráfico es una disciplina teórico-práctica, es decir que parte de conceptos y de lugares del pensamiento que le permite ajustarse a las condiciones situacionales, mediante un proceso de planificación, análisis, proyección, selección y estructuración con el fin de producir mensajes visuales comprensibles para determinados grupos objetivos (Leonor Arfuch, Norberto Chaves, María Ledesma. 1997. Diseño y comunicación: Teorías y enfoques críticos Vol.9. Editorial Paidós s.a.i.c.f. ). Es importante en nuestro ámbito optar por mecanismos como la pasantía, en donde además de desarrollarnos como profesionales, también tomamos un papel de aprendices, un paso necesario en el camino a convertirse en un diseñador gráfico profesional, con experiencia en el campo y capaz de brindar soluciones efectivas acordes al mercado real.

La Tipografía Disticómputo, es una empresa dedicada a la producción de publicidad impresa, en donde por medio de piezas visuales responden a las necesidades gráficas y comunicacionales del cliente, interviniendo en campos del diseño gráfico como: Imagen corporativa, diseño editorial y publicidad en general. La vinculación a esta empresa como pasante brindo la oportunidad de aplicar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas durante

el tiempo de estudio en la Universidad de Naríño y además reforzar éstas con nuevos conocimientos en relación a la carrera, desempeñando proyectos que requieren soluciones comunicacionales, que implican transferencia de información mediante estrategias, instrumentos, procedimientos, recursos ofrecidos por la empresa y conceptos propios.

Como se menciona anteriormente, el optar por realizar una pasantía además de dar la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en la universidad, también permite tomar el papel de aprendiz, pues el pensar que es el primer trabajo en el mundo profesional implica dudas y desafíos, en donde se deben sopesar las ventajas e inconvenientes que sucedan, buscando la mejor forma de resolver el problema comunicacional con el objetivo de brindar resultados óptimos y madurando así hacia una actitud más profesional. El integrarse al equipo de trabajo con profesionales de las diferentes áreas, implica nuevos conocimientos y experiencias que se obtienen como valor agregado durante la experiencia del proceso.

En esta empresa, se logró identificar que no se contaba



con un plan de trabajo y cronograma de actividades definido, por lo tanto el servicio se prestó de acuerdo al orden de llegada e importancia de la necesidad de cada cliente; es así como se decide clasificar los proyectos aquí presentados de acuerdo al tiempo en el proceso de diseño y al número de piezas resultantes, en este sentido, los proyectos se presentan así:

- Proyectos de diseño de herramientas de imagen y comunicación Benemérito Cuerpo de Bomberos voluntarios de Pasto
- Proyectos de diseño de herramientas de imagen y comunicación Centro de Salud Guachavés.
- Proyectos de diseño de herramientas de imagen y comunicación Evento Bicentenario municipio de Santacruz–Guachavés

- Diseño de Imagen Corporativa Químicos Valle de Atriz
- Diseño conceptual e imagen de campaña "Yo apoyo sus sueños" Alcaldía de Pasto.
- Diseño de Imagen y piezas publicitarias Ecoparque Nuestra Señora de Fátima–UMATA Chachagüi

Dentro del trabajo desarrollado en la Tipografía Districómputo, también se elaboraron pequeños proyectos que se presentan como anexos, debido al tiempo de respuesta inmediato que suscitaron, así como la baja complejidad con que se lograron solucionar.

## Problema

¿Cómo se puede aportar al crecimiento de la Tipografía Districómputo a partir del Diseño Gráfico?

## Planteamiento

La modalidad de pasantía forma parte del proceso de aprendizaje y desarrollo de una vida profesional, en donde al estudiante se puede preparar para desempeñarse en el mercado laboral y descubrir cuál es el campo del diseño que más le interesa, facilitando así la transición entre lo educacional y lo laboral. Con el objetivo de llevar a la práctica los conocimientos adquiridos, se tiene la oportunidad de vincularse a la Tipografía Districómputo, la cual se desempeña en el área de impresión, acabados y entrega de las artes gráficas. Esta empresa, especialista en el área de impresión, observó una disminución en la adquisición de su servicio, que tras un análisis administrativo llevó a la conclusión de la necesidad de crear dentro de su oferta, un espacio que lograra la asesoría y solución integral a las necesidades gráficas para sus clientes; es así como se logra vincular bajo la modalidad de pasantía a un profesional en el campo del Diseño Gráfico, brindándole la oportunidad demostrar la importancia de esta profesión dentro del mercado de las artes gráficas y dentro de la sociedad.

# Objetivos

## General

Mejorar los procesos de comunicación mediante una metodología de diseño que arroje soluciones creativas y efectivas, respondiendo a las necesidades del clientes, de la empresa y del diseñador, haciendo uso de los conocimientos adquiridos en la Universidad y aplicando las técnicas de diseño para cada caso.

## Específicos

- Detectar las falencias existentes en cuanto al proceso de diseño que emplea la empresa.
- Proponer una metodología de diseño que favorezca la comunicación entre el cliente y la empresa para obtener un conocimiento real de sus necesidades, proponiendo soluciones visuales creativas y efectivas.
- Aportar al desarrollo, mejoramiento y crecimiento de la empresa.

## Justificación:

La expansión del mercado comercial ha generado que constantemente la sociedad sienta la necesidad de promover sus productos a través de medios visuales que propicien una solución, comunicación y difusión adecuada. Es por esto que la Tipografía Districómputo hace parte del desarrollo de comunicación en nuestra ciudad, ofreciendo sus servicios mediante medios impresos de calidad como papelería, libros, afiches, tarjetas, volantes, entre otros, lo cual le ha hecho ganar reconocimiento en el mercado. Ya que la empresa se desempeña en las artes gráficas, brinda la oportunidad de presentar y realizar proyectos de pasantía que están dentro del contexto del diseño gráfico, dejando al pasante formar parte de un equipo donde podrá demostrar sus aptitudes y conocimientos al desarrollar satisfactoriamente los trabajos asignados, a través de propuestas creativas, metodologías eficaces y aprovechando las herramientas disponibles en la empresa. Obteniendo así un beneficio mutuo: En cuanto al cliente, la satisfacción a su necesidad de comunicación visual; en cuanto a la empresa, aportando a su crecimiento y prestigio en el mercado; y en cuanto al pasante, adquiriendo experiencia profesional, aprendiendo de las diferentes herramientas relacionadas con el Diseño y la impresión, y permitiendo la actualización constante a las exigencias y retos de la sociedad moderna.



## Diseño Metodológico

Para cada proyecto asignado o propuesta de diseño, se debe seguir una metodología que garantice una solución efectiva acorde con las necesidades de los clientes. Con el fin de obtener tal resultado se debe empezar por decir que el objetivo del Diseño Gráfico es la comunicación visual, y se manifiesta a través de diferentes medios de carácter colectivo, que establecen un camino entre el emisor y el receptor (Leonor Arfuch, Norberto Chaves, María Ledesma. 1997. *Diseño y Comunicación, teorías y enfoques críticos*. Editorial Paidós S.A.I.C.F., Editorial Paidós S.A.I.C.F.); en donde el diseñador trabaja con una serie de herramientas con la intención de hacer llegar el mensaje de un cliente a una audiencia determinada.

Así pues, se parte del hecho que se identificó que la empresa no contaba con una metodología y proceso adecuados para la realización del diseño de proyectos, pues su principal objetivo consistía en realizar las piezas lo más rápido posible para hacer la entrega en un tiempo record, lo que impedía una correcta comunicación y análisis de la necesidad del cliente, lo cual trajo consigo que la empresa detectara una disminución de ventas.

Es así como desde la labor como Diseñador Gráfico se propone implementar una metodología que permita

una mejora en los procesos de la empresa mediante una comunicación adecuada entre el cliente, la empresa y el diseñador que permita conocer la necesidad a resolver, con el fin de proponer soluciones creativas y efectivas aportando la organización de la empresa.

Con la implementación de esta metodología se logra dar importancia a la intervención del Diseñador Gráfico en este tipo de empresas, mostrando a ésta y al cliente lo importante de seguir algunos pasos básicos que aportan al proceso de diseño; construyendo un espacio de asesoramiento para la empresa y para el cliente en el cual es posible concertar con ambas partes, brindando un servicio completo y mejorado, que solucione las necesidades comunicacionales del cliente, y que permita dar vida y exclusividad a cada proyecto.

Como primera medida se planteó el desarrollo de un Brief de diseño, que proporciona un enfoque claro y acertado sobre las piezas solicitadas, ofreciendo la información necesaria para iniciar la etapa de diseño, siguiendo los pasos descritos a continuación:

# Brief de Diseño

## 1 Descripción del proyecto:

Se define que tipo de pieza se necesita, para que se hace ó si se encuentra dentro de alguna estrategia institucional ya desarrollada.

## 2 Target o público objetivo:

A qué tipo de público objetivo está dirigida la pieza.

## 3 Objetivo:

Qué se busca lograr con la pieza, cuál es la idea que se quiere expresar, qué es lo que se quiere que el público objetivo haga, piense o sienta.

## 4 Características de la Pieza:

Qué aspectos técnicos se deben tener en cuenta en cuanto al tamaño, color o textura y qué elementos obligatorios deben ir tales como logos, colores, formas, textos, etc.

## 5 Tiempo:

Cuánto tiempo se tiene como plazo para la entrega de la pieza, definiendo consigo el tiempo para el diseño, impresión, acabados y revisión.

## 6 Presupuesto:

El cual ayuda a definir los aspectos técnicos relacionados con el formato de la pieza, tipo de material, acabados, cantidad, etc.

## 7 Aprobaciones:

Quién participa en la revisión del diseño y en qué momentos, y quién dá visto bueno al diseño final.

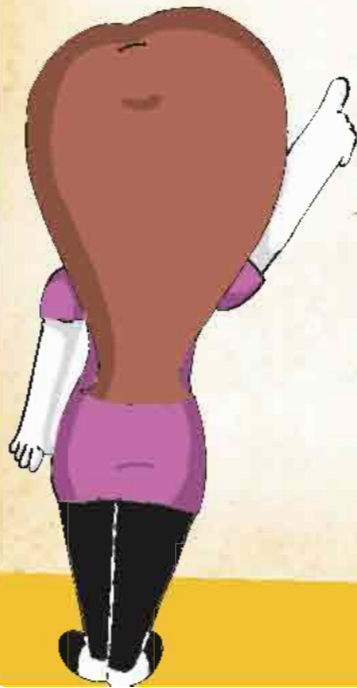
✦ Definición y análisis del problema

✦ Investigación

✦ Bocetación

✦ Correcciones

✦ Aprobación



Metodología

# Cronograma

Febrero  
Marzo  
Abril  
Mayo  
Junio  
Julio



- Diseño de herramientas de imagen y comunicación Benemerito cuerpo de Bomberos Pasto.
- Diseño de herramientas de imagen y comunicación Centro de Salud Guachavés - Nariño.
- Diseño de herramientas de imagen y comunicación Alcaldía de Guachavés - Nariño / Bicentenario del municipio.
- Diseño de imagen corporativa Químicos Valle de Atriz.
- Diseño conceptual e imagen de campaña: "Yo apoyo sus sueños" Alcaldía de Pasto.
- Diseño de imagen y piezas publicitarias Ecoparque Nuestra Señora de Fátima - UMATA Municipio de Chachagüi (N).

En este caso se decidió realizar un cronograma en donde se generaliza el tiempo para cada cliente, esto debido a que la empresa no se contó con un plan de trabajo y cronograma de actividades definido, por lo tanto el servicio se prestó de acuerdo a la necesidad inmediata del cliente, quien requirió de la asesoría y el servicio de la empresa en varias ocasiones y en diferentes momentos.





# Descripción de la Pasantía



## Funciones del Pasante

En el área de Diseño Gráfico de la empresa se llevaron a cabo diferentes actividades relacionadas con el diseño, entre ellas:

- **Atención y asesoría del cliente**, en donde se define la problemática comunicacional que éste posee, buscando la solución más adecuada de acuerdo al tiempo, el presupuesto y la pieza que se necesita; en este último ítem cabe mencionar que en la Tipografía se manejan medios impresos entre los cuales están: Afiches, plegables, tarjetas de presentación, libros, volantes, vallas, pendones, flyers, papelería, entre otros. Además de ofrecer el diseño de medios impresos, se propuso a la empresa incluir un nuevo servicio, el uso de la ilustración, pues se detectó la problemática de que para muchos casos se usaban imágenes tomadas desde internet y se copiaban diseños, mas sin embargo esta dinámica no resolvía la necesidad puntual del cliente, por lo cual se desarrolló un espacio en donde si era necesario se planteó el diseño de ilustraciones exclusivas para la necesidad puntual inmediata lo cual dio como resultado la creación de ilustraciones que satisficieron las expectativas del cliente y que le dio a la empresa la oportunidad de ofrecer un mejor servicio.
- **Definición del formato de la pieza a diseñar:** La asesoría al cliente en cuanto a la pieza final deseada se realizó mediante un trabajo en equipo, en el que intervinieron tanto el área administrativa encargada de la asesoría en cuanto a costos de producción y el área de diseño gráfico, de manera que se lograra prestar un servicio integral y satisfactorio. Además, la





interacción y comunicación constante con el área de impresión fue fundamental en la toma de decisiones en cuanto al formato, dimensiones, montaje y envío a pre-prensa digital. Como comentario personal, se puede decir que el haber tenido contacto directo con el medio de impresión utilizado en una tipografía fue muy importante y genera un valor agregado, pues en él se obtienen nuevos conocimientos y experiencias en cuanto al formato del papel, el montaje del diseño, los estándares que este debe tener en cuanto a colores, márgenes, barras de control y líneas guía, el envío de las planchas CTP o utilización de máster, entre muchas otras cosas, que hacen que el diseñador se forme de una manera más integral profesionalmente. Experiencias que más adelante se irán describiendo.

- **Área de Impresión y acabados:** Aunque el diseñador no está completamente involucrado con el proceso de impresión es importante decir que el contacto con esta área es primordial, pues para lograr una buena impresión se necesitan seguir unos parámetros de color y de tamaño en cuanto a formato de papel y planchas, lo que le permitirá al impresor desarrollar su trabajo de una forma ágil y sin complicaciones. En cuanto al proceso de acabados es importante tener una buena comunicación en donde se establezcan la idea de cómo se desea que la pieza final resulte, si con troquel, con acabados brillantes, mates o filtro UV, si va cosido o encolado, con numeración o repujado entre otras, con el objetivo de entregar al cliente la pieza deseada y con una calidad óptima.





te damos la mejor impresión

## Descripción de la empresa

La Tipografía Districómputo se encuentra ubicada en la Calle 22 No. 23-45 Local 101 Edf. Torres del Carmen en la ciudad de San Juan de Pasto, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de materiales impresos desde hace más de 13 años, en donde buscan responder a las necesidades comunicacionales de sus clientes, a través de una labor ágil, oportuna, responsable y rentable. Su objetivo es convertirse en aliados estratégicos de sus clientes, contando con óptimos resultados en las áreas de diseño, impresión, ventas y suministros.

### Misión

Satisfacer los requerimientos y necesidades de comunicación de sus clientes, a través de medios impresos, insumos y materiales para oficina, brindando un servicio integral de optima calidad, agilidad y cumplimiento a nuestros clientes, que permita avalar nuestro compromiso con la región.

### Visión

Ser una empresa líder en el área de las artes gráficas en el departamento.



## Estructura organizacional

### Área administrativa

**Gerente:** Luis Montoya

**Jefe de personal:** Helena Martínez

**Revisor fiscal:** Enrique Garzón

**Contadora:** Lidia Montalvo

**Secretaria:** Liana Gonzales

### Área de Servicio al Cliente

**Administrador:** David Roque

**Secretaria:** Liana Gonzales

**Diseñadora Gráfica:** Karen De La cruz

### Área de Producción

**Jefe de producción:** David Roque

**Impresores:** Giovanni Uscategui,  
Cesar apolo Garzón,  
William Rosero

### Área de Diseño y Pre-prensa

**Coordinador de área de diseño y  
pre prensa:** David Roque

**Diseño Grafico:** Karen De La Cruz

**Operario CTP:** Empresas subcontratadas

**Montaje:** Liana Gonzales, Mónica Erazo.

**Entrega:** David Roque

# Estructura organizacional



## Área administrativa

Encargada de dar soporte a las actividades productivas y comerciales de la organización; compuesta por funcionarios que realizan actividades como administración, comercialización, contabilidad, servicio general y coordinación de las actividades tanto internas como externas que la empresa requiere para su funcionamiento.



## Área de Servicio al Cliente

El primer contacto con el cliente se realiza en la sala de recepción, en donde se conoce su necesidad. En este espacio se realizan cotizaciones, consultas y propuestas del producto que se desea. En esta área por lo general se desempeñó el administrador de la empresa, que al tener más experiencia en el medio se encargó de resolver las inquietudes de los clientes y de dirigirlos al área de diseño.

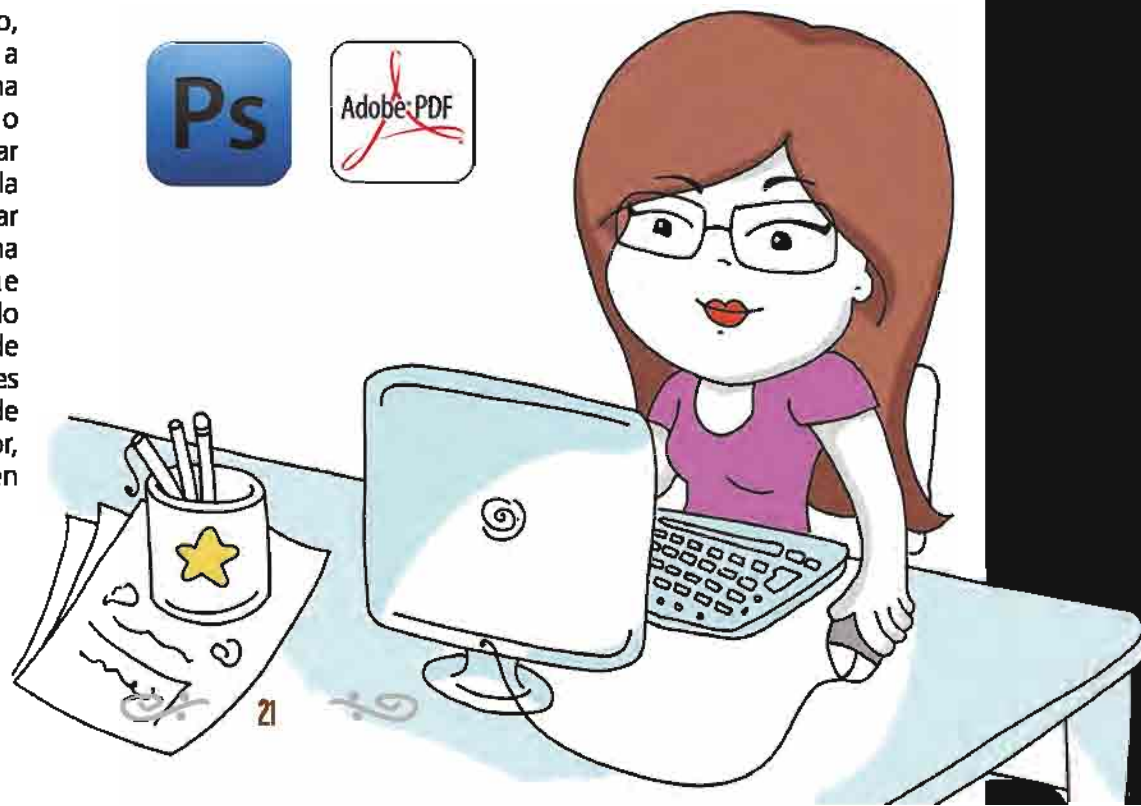
## Área de Diseño Gráfico

En esta parte el cliente se encuentra con un profesional del diseño quien se ocupa de atender, asesorar, sugerir y proveer al cliente la mejor solución gráfica a su necesidad comunicacional.



Al ser esta empresa una tipografía, dedicada a la producción de material impreso, fue necesario utilizar software que facilitaran el proceso de diseño y que en su

defecto son utilizados en este medio, como son: Corel Draw, Adobe Illustrator, Adobe Indesign, Adobe Photoshop, Adobe acrobat y Adobe Bridge. Al tener contacto con el cliente se busco tener una comunicación abierta en la que éste se sintiera cómodo al expresar su problema comunicacional, para lo cual se brindo un servicio de asesoría que resolviera sus inquietudes de forma integral en cuanto al diseño, al formato, al tipo de pieza, a cantidad y costos. Esta etapa es una de las más importantes como experiencia personal, pues el tratar directamente con el cliente brindo la oportunidad de aprender a escuchar y a comunicarse con éste de una forma adecuada que lo que permitió descubrir lo diferentes y lo complejos que son los gustos de cada persona, y lo importante que es llegar a un punto central en donde ambas partes, cliente y diseñador, logren encontrar satisfacción en cuanto al diseño resultante.



## Área de Producción

En este lugar se integran profesionales de las artes gráficas y del mercadeo, los cuales se dividen en los equipo de pre-prensa, impresión, acabados, comercialización y logística. Aquí encontramos el manejo de la maquinaria de impresión elemento esencial para producción final de un arte digital con resultados y acabados de calidad.

Comenzando el proceso con el área de diseño, una vez hecho el contacto con el cliente, se procede al diseño de la pieza, la que posteriormente pasa a revisión para correcciones y su aprobación por parte del cliente y así proseguir con la impresión. En este paso fue importante tener en cuenta los estándares en cuanto al tamaño del papel manejado por la empresa, el cual había que cortarlo a medida para que la máquina de impresión lograra agarrarlo uniformemente, con lo cual se pretendía aprovechar el papel al máximo, sin generar desperdicio ni pérdidas. En algunos casos en los que el diseño no se adecuaba totalmente al tamaño del papel y quedaban espacios, se trato de aprovechar éste rellanándolo con otros diseños como volantes, flyers, tarjetas, u otras piezas con las que se disponía en el momento.

Una vez listo el montaje se envía a planchas; si el diseño es una policromía se envía a CTP para su impresión en Planchas offset; pero si el diseño es a una o dos tintas como volantes, tarjetería o papelería en general como

hojas membreteadas, se imprimen Planchas Electrostáticas offset o también llamadas Master.



**Planchas offset:** Son láminas de aluminio que pueden ser reutilizadas y resistir tiradas muy largas (Impresiones en gran cantidad) que por medio de la tecnología "Computer to Plate" o CTP son foto filmadas por maquinas directamente manipuladas desde un computador y separadas en policromías (Colores CMYK), las cuales son usadas para imprimir el arte final diseñado a full color ó una tinta en maquinas de impresión como la TOK, GTO50, GTO52 entre otras. Según el formato de plancha que se vaya a utilizar se centra horizontalmente el trabajo desde las guías de corte verticales y se da el tamaño de la pinza, que por lo general es 4 cm. desde el borde superior hasta la guía de corte horizontal superior, lo que permite a la maquina el agarre de la plancha y del papel.

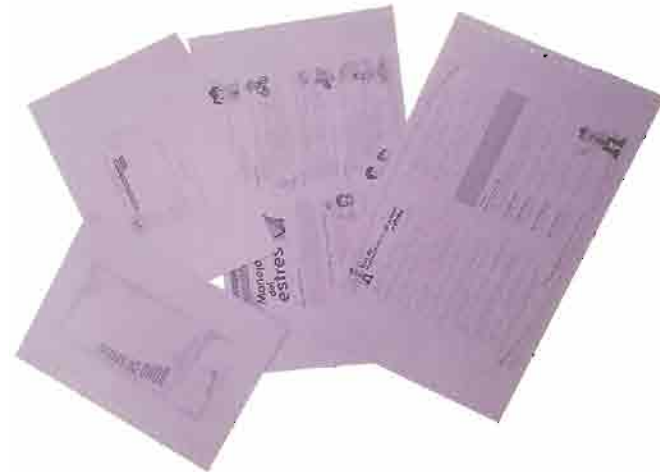


Por lo general en la tipografía se usaron las siguientes características y tamaños en las planchas:

- **Planchas de 1/8:** Tienen una medida de 25 cm x 35cm, se utilizan principalmente para impresión en maquina TOK.
- **Plancha de 1/5:** Tienen una medida de 45,8 cm x 27,8 cm, se utilizan principalmente para impresión en maquina TOK, mas sin embargo también se pueden utilizar para maquinas GTO50.
- **Plancha de 1/ 4:** Tienen una medida de 50 cm x 35 cm, estas se utilizan principalmente para imprimir policromías en maquinas GTO.



**Planchas Electrostáticas offset o Papel Master:** Son láminas de papel de color rosado con los bordes perforados, que por lo general miden 254mm x 381 mm, estas no necesitan de película fotográfica o de exposición a la luz. La imagen se plasma en esta plancha por medio de una impresora láser de alta calidad. Están destinadas principalmente a tiradas cortas (Impresiones en poca cantidad) desechándose al final de su primer uso. Por lo general se usan para impresiones a una o dos tintas como volantes, bonos, tarjetería y papelería en general en la máquina de impresión TOK.



## Corte de papel para Impresión.

En esta etapa se adecua el tamaño del papel para la impresión del trabajo utilizando la maquina llamada Guillotina, en donde el operario tiene en cuenta el tipo de documento a imprimir, la cantidad de pliegos a cortar, el tipo de papel, el total de hojas requeridas y la maquina que se va a usar para imprimir. Este paso se realiza conjuntamente con el área de impresión pues es importante realizar el corte del papel a la medida de las planchas que se van a usar, pues estas definen el tamaño de la pieza.



## Área de Impresión.

La tipografía cuenta con las siguiente maquinaria para impresión:

**Maquina TOK:** Realiza impresiones con un tamaño máximo de 27 x 38cm, su característica principal es su velocidad pues realiza una cantidad de 10.000 impresiones por hora. Por lo general se utiliza para impresiones a una o dos tintas.

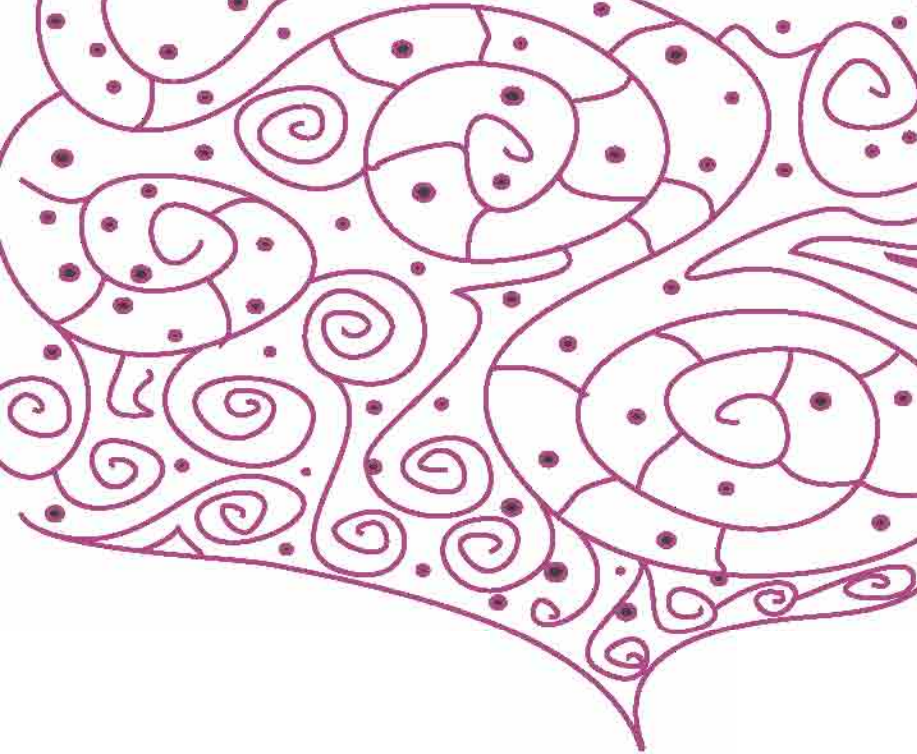


**Maquina Heidelberg GT050:** Se utiliza principalmente para impresión de policromías, maneja un tamaño de papel de 36x52cm, capaz de imprimir una imagen con un área máxima de 34x50cm.

## Área de Terminado, empaque y entrega.



En esta etapa se realizan los procesos de pegado, doblado, encuadernación, corte, troquel o armado que requiera la pieza. Para el proceso de empaque del producto, en primera medida se realiza el control de calidad que consta de una inspección minuciosa con el propósito de omitir piezas que tengan defectos en sus acabados, una vez revisado el lote se procede a empacarlo para la entrega final al cliente.



proceso  
**Gráfico**







## 1. Proyectos de Diseño de herramientas de Imagen y Comunicación

# 1. Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios Pasto

El Benemérito Cuerpo de Bomberos voluntarios de Pasto: Nació hace 57 años como entidad sin ánimo de lucro fundada por el señor Julio A. Jurado. Integrada por personas con el deseo de servir a sus semejantes, reflejando su civismo, patriotismo y valentía. Con el objetivo de estar comprometido con el mejoramiento continuo de su gestión, promoviendo y ejecutado planes para el desarrollo misional y económico, implementando así planes de acción que satisfagan las expectativas de la comunidad, siempre cumpliendo con los requisitos legales vigentes.

Entidad ubicada en la Calle 22 No. 23 - 10 Av. Santander, justo en frente a la tipografía, lo que represento se convirtiera en uno de los clientes más

importantes tanto en la parte económica de la empresa como en el área de diseño, puesto que la cercanía en la que se encuentran las empresas permitió establecer un contacto y una comunicación más frecuente, que dieron como resultado el diseño de piezas más elaboradas, las cuales se catalogaron en este documento de acuerdo a su complejidad.



## 1.1 Diseño de personaje campaña de Prevención y Seguridad

Este proyecto nació a partir de la necesidad de desarrollar una pieza que sería utilizada para certificar la realización de las labores de inspección y revisiones técnicas en prevención de incendios y seguridad humana en edificaciones públicas, privadas de comercio e industriales, con el objetivo de informar a la entidad competente el cumplimiento de las normas de seguridad en general.

En un principio la solicitud del cliente se basó en la idea de realizar el diseño usando como referencia una calcomanía perteneciente a una campaña de prevención del Cuerpo de Bomberos de Cali que trajo consigo, con lo cual pidió se usaran las imágenes que esta contenía o que se buscara en la red una imagen referente al tema de bomberos y se usara. Analizando la solicitud, se dedujo que el usar o copiar el diseño que el cliente trajo a la empresa, y que buscar en internet una imagen que fuera adecuada a las necesidades del proyecto no era una solución viable, por lo que se procedió a asesorar al cliente de las desventajas que esto podría tener, en primer lugar el copiar un diseño incurriría en el acto de violación del copyright lo cual era posible que trajera una mala imagen a la institución y por otro lado, la búsqueda en internet de una imagen

que se adecuara exactamente a lo que el cliente quería expresar no fue posible encontrar. Esto trajo como ventaja, que se ofreciera la oportunidad desde el área de diseño, el plantear la idea de realizar una ilustración que reuniera las características necesarias que la empresa quería expresar, para lo cual se siguieron los siguientes pasos:

- **Descripción del trabajo:** Diseño de personaje institucional que representara a la Campaña de Prevención y Seguridad del Cuerpo de Bomberos Pasto. El proyecto se realiza con el ánimo de informar y certificar a las entidades públicas o privadas acerca del cumplimiento a las normas de seguridad para la prevención de desastres.
- **Target o sujeto de comunicación:** La pieza va dirigida a empresarios de entidades públicas y privadas.
- **Objetivo:** El objetivo de la pieza es garantizar un establecimiento seguro tanto para las personas que laboran en la entidad como para el público que la visita, expresando a través del diseño las cualidades de seguridad, amabilidad, integridad y servicio.
- **Características de la pieza:** El diseño de la pieza debe utilizar los colores característicos de la empresa, será

de un formato aproximado de 8cm de ancho x 4 cm de alto, impreso en papel adhesivo de seguridad, con troquel que rodee el diseño. además se deben incluir en el diseño del personaje los elementos de vestuario que caracterizan al personal del Cuerpo de Bomberos de Pasto, además en la pieza de diseño final debe estar el logo institucional, la normatividad, el año actual y la frase “Establecimiento seguro”.

- **Tiempo:** Para la realización de este proyecto se conto con un total de 3 semanas, en donde se desarrollaron el diseño del personaje para la campaña, el diseño del sticker, el proceso de impresión, acabados, revisión y entrega. Se dispuso de dos semanas para desarrollar el proceso bocetación, elección, corrección y aprobación del personaje, una vez aprobada esta parte dentro del mismo tiempo también se diseño, boceto y aprobó el sticker. En la tercera semana se realizo el proceso de impresión, acabados, troquelado, revisión y empaque.
- **Presupuesto:** La campaña contó con el presupuesto suficiente para financiar el diseño de la pieza.
- **Aprobaciones:** En la revisión y corrección del diseño participaron el Señor Cabo John Ortega y el señor Subcomandante John Caicedo integrantes del Cuerpo de Bomberos, la aprobación final la dio el señor Capitán Charles Benavides.

**Problema:** ¿Cómo realizar una ilustración que exprese las cualidades de seguridad, amabilidad, integridad y servicio que identifique a la mascota publicitaria de la campaña?

**Análisis del problema:** Dentro de la ilustración existen un sin fin de posibilidades de representar imágenes por medio de diversas formas, técnicas, colores, entre muchos otros elementos; por lo cual representa una herramienta que puede ser usada como complemento de un diseño. Puede decirse que existen varias categorías y estilos de ilustración entre ellas podemos destacar: La ilustración conceptual, ilustración publicitaria, ilustración narrativa, ilustración científica e ilustración técnica. De ahí la necesidad de buscar una categoría y un estilo que se adapte a las necesidades de la campaña y al estilo del cliente.

**Investigación:** Como una primera etapa se investigo que tipo de ilustración de adaptaría mejor al proyecto, por lo cual se dedujo que la Ilustración Publicitaria era la ideal, pues está destinada a complementar o dar forma y personalidad a un producto o marca comercial o bien a anunciar un acontecimiento, características que el proyecto contiene y con las que se busca lograr generar un inmediato y eficaz impacto visual. El uso de mascotas publicitarias responde a una serie de objetivos tales como lograr una mayor identificación del consumidor con la marca; éste es un recurso más amigable para acercar al consumidor a un producto o servicio, generando así una estrategia comercial que logre fijar conceptos y emociones mediante el carisma de un personaje, lo que genera en el público objetivo motivación, Atención, interés y acción. Así pues se procedió conocer cuál era el estilo que sería más agradable al cliente por lo cual se mostraron distintos bocetos de personajes con un estilo personal.



## Bocetación



Primera propuesta de diseño del personaje para la campaña.

En este proceso se busco encontrar el estilo de dibujo para el diseño, a través del proceso de bocetación. Se presentaron dos propuestas.

Los personajes fueron diseñados bajo la caracterización realizada en el Brief de diseño, en donde se señalo que por medio de la ilustración debían expresarse las cualidades de seguridad, integridad y servicio.

En la primera etapa de asesoría que se llevo en esta parte el cliente expreso que estilo que más se acercaba a sus expectativas era la segunda opción. Teniendo en cuenta esta decisión se procedió a desarrollar una segunda propuesta en la búsqueda del personaje que se identificara más con la necesidad del cliente.







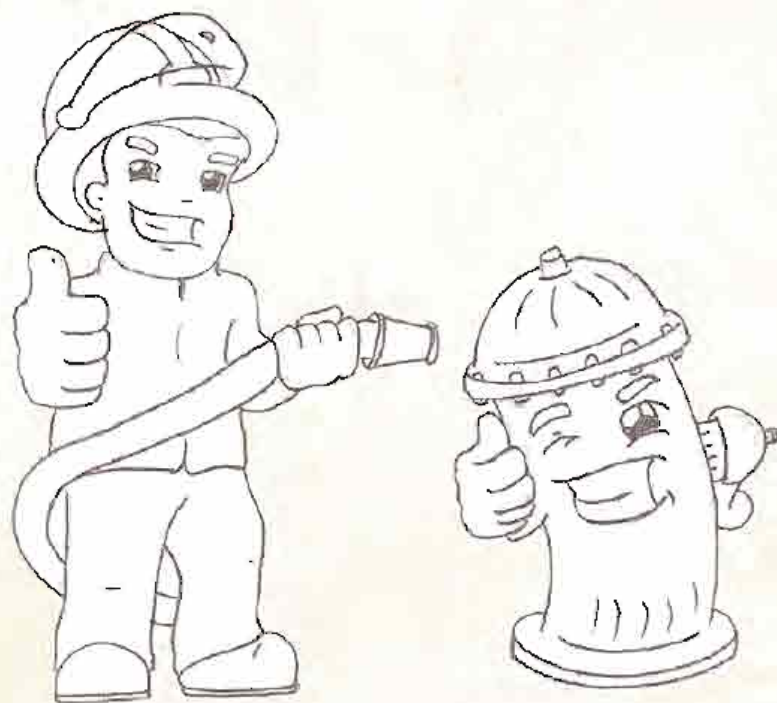
Segunda propuesta de diseño del personaje para la campaña.

El diseño de los personajes desde un comienzo tomo un estilo mucho más cercano al Cartoon, estilo usado en la publicidad, en animaciones para niños, películas de hollywood, libros y mas.

Inicialmente se usaron rasgos faciales cuadrados y definidos, pero se decidió suavizar los rasgos en la propuesta No. 5, con el objetivo de dar a la ilustración

una identidad más orgánica y agradable.

Esta propuesta brindo una respuesta positiva del cliente, pero se debieron realizar algunas correcciones en cuanto a la contextura del personaje el cual pidieron se hiciera menos corpulento y se complementara el dibujo de un Hidrante para dar una mejor identidad.



**Propuesta Final**

Se presento la propuesta del personaje con los rasgos más suaves, la cual agrado al cliente. Teniendo en cuenta la solicitud anteriormente hecha por el cliente, se desarrollo un segundo personaje que complementaria la imagen de la campaña, caracterizado por un Hidrante con rasgos humanos.

Uniendo los dos personajes, se presento este propuesta la cual a consideración del cliente y del área de diseño cumple con las características buscadas para el personaje de la campaña,recibiendo la aprobación por parte del cliente.

Para la ilustración de detalles y definición de colores se utilizó una fotografía del Cuerpo de Bomberos de Pasto como base.



Fotografía de referencia para la aplicación de color.



Dibujar bolsillos característicos del uniforme

Ubicar identificador visual de la institución



Diseño final del personaje

Como paso siguiente se procedió a la vectorización de la ilustración y aplicación de color. En este caso se uso como referencia el uniforme usado por la institución en caso de Incendio Estructural.

Fue necesario realizar algunas correcciones para que el personaje se identificara lo más cerca posible a la realidad de la institución.

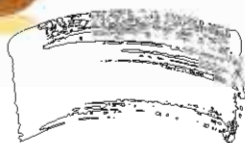


## Aplicación en la Pieza Final



Finalmente se procedió al diseño del adhesivo, en el cual se integraron los datos sugeridos por la entidad.

# Paleta de Colores



**Colores CMYK**  
C:0% M:0% Y:0% K:0%  
**Colores RGB**  
R:254% G:254% B:254%



**Colores CMYK**  
C:0% M:25% Y:67% K:0%  
**Colores RGB**  
R:252% G:200% B:106%



**Colores CMYK**  
C:16% M:27% Y:29% K:4%  
**Colores RGB**  
R:213% G:187% B:175%



**Colores CMYK**  
C:0% M:29% Y:99% K:0%  
**Colores RGB**  
R:250% G:188% B:5%



**Colores CMYK**  
C:29% M:14% Y:15% K:2%  
**Colores RGB**  
R:190% G:203% B:209%



**Colores CMYK**  
C:0% M:69% Y:100% K:1%  
**Colores RGB**  
R:235% G:107% B:30%



**Colores CMYK**  
C:0% M:100% Y:93% K:0%  
**Colores RGB**  
R:227% G:30% B:42%



**Colores CMYK**  
C:0% M:0% Y:0% K:54%  
**Colores RGB**  
R:149% G:149% B:149%



**Colores CMYK**  
C:46% M:0% Y:17% K:0%  
**Colores RGB**  
R:148% G:210% B:217%



**Colores CMYK**  
C:0% M:0% Y:0% K:100%  
**Colores RGB**  
R:43% G:42% B:41%



## 1.2 Diseño de personajes para las áreas de Procedimientos Operativos Cuerpo de Bomberos Pasto

Teniendo en cuenta la acogida que tuvo el diseño del personaje para la campaña de seguridad y prevención, el cliente decidió solicitar al área el diseño la creación de cinco nuevas ilustraciones utilizando las mismas características faciales del primer personaje, con la diferencia de que los personajes debían representar individualmente cada una de las áreas de procedimientos operativos que se manejan en la institución. Por consiguiente se desarrollo un nuevo Brief de diseño, el cual contiene los siguientes datos:

- **Descripción del trabajo:** Ilustración del personaje utilizado en la campaña de prevención y seguridad de la misma entidad, con la diferencia que este debe representar a las áreas de procedimientos que se manejan en la institución. El proyecto se desarrolla con el fin de dar una imagen propia a cada una de las áreas de procedimientos operativos de la entidad.
- **Target o sujeto de comunicación:** Las piezas están dirigidas al personal integrante del Cuerpo de Bomberos Pasto.
- **Objetivo:** Se busca que la pieza logre identificar a las áreas de procedimiento, lo cual genere una mejor acogida, atención e interés sobre el tema a tratar. Lo que se desea expresar con los personajes son las cualidades de valentía, actitud servil y amabilidad, lo que espera genere un sentimiento de pertenencia ante la institución y la comunidad.
- **Características de la pieza:** En el diseño de los personajes se debe incluir el logotipo de la institución, los logos y símbolos que caracterizan a un área en específico y además ilustrar el uniforme y las herramientas usadas para cada caso. Las piezas se entregaran en formato digital como imagen JPEG, se deben usar los colores institucionales para conservar la asociación con la marca.
- **Tiempo:** Se cuenta con un plazo de 2 semanas, tiempo en el cual se realizara el proceso de asesoría, bocetación, corrección, revisión y entrega.
- **Presupuesto:** La campaña contó con el presupuesto suficiente para financiar el diseño de las piezas.
- **Aprobaciones:** En la revisión y corrección del diseño participaron el Señor Cabo John Ortega y el señor Subcomandante John Caicedo integrantes del Cuerpo de Bomberos, la aprobación final la dio el señor Capitán Charles Benavides.



**Problema:** ¿Qué elementos deben cambiarse en el diseño de un personaje creado para una campaña publicitaria en específico y que en esta oportunidad se usara como identificador de las áreas de procedimientos operativos de la empresa?

**Análisis del problema:** Para el proceso de creación de personajes que identifiquen una campaña o un tema en especial se deben tener en cuenta algunos factores como investigación del tema, documentación, referentes y definición de cualidades que garanticen un correcto desarrollo, para que este sea capaz de expresar un concepto o una historia generando un buen resultado,

**Investigación:** El uso de un personaje creado para una campaña publicitaria y que en este caso pasara a usarse como identificador de las áreas de procedimiento de la empresa implica realizar un trabajo de recolección de información por medio una breve investigación sobre que trata cada tema, entrevistas, imágenes y fotografías referentes a las actividades de la institución, con el fin de lograr caracterizar cada área, adecuandose a las nuevas necesidades del cliente.

Las áreas de procedimientos a caracterizar son:

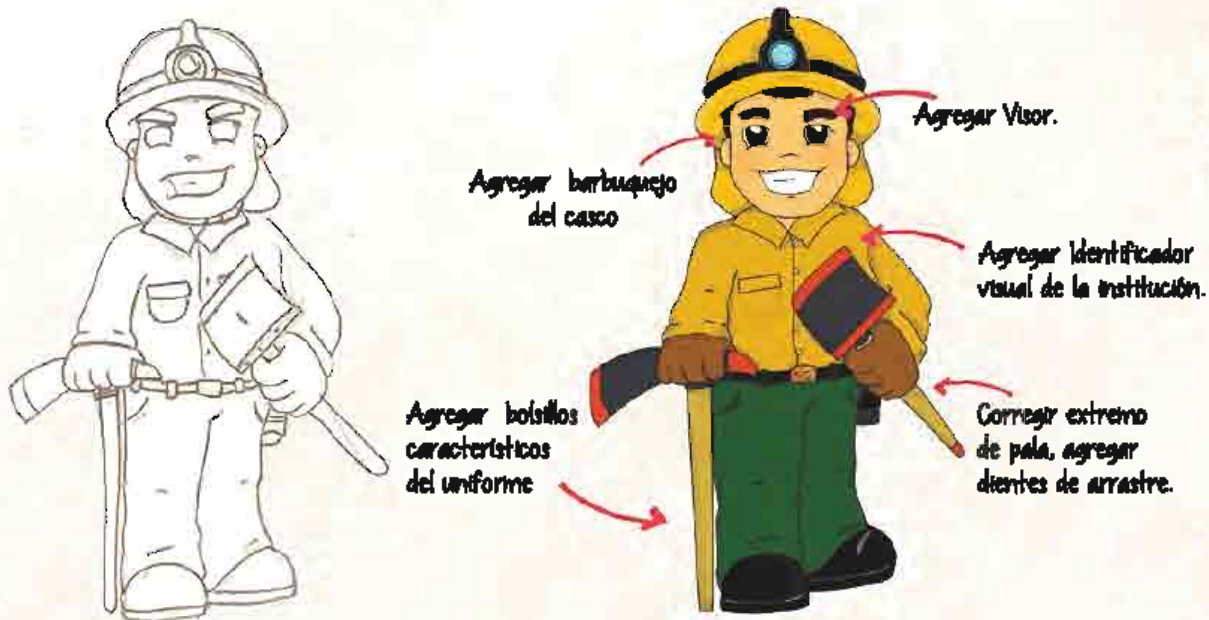
1. Incendio estructural
2. Incendio forestal
3. Materiales peligrosos
4. Rescate en espacios confinados
5. Rescate en alturas
6. comunicaciones.

**Proceso de Bocetación:** Con los datos recolectados en la investigación, el material fotográfico y la comunicación constante con el cliente se comenzó el proceso de bocetación de cada personaje.

En el caso del área de Incendio estructural se acordó utilizar el personaje original creado anteriormente, pues este tiene las características en cuanto a vestuario y uso de herramientas que en el procedimiento se describen.



# 1. Personaje: Área Incendio Forestal
















Para el desarrollo del personaje que caracteriza al área de procedimientos Incendio forestal, se tomó como base una fotografía de la institución en donde se muestran los elementos de vestir y las herramientas generalmente usadas en este caso.

Como paso siguiente se procedió a la vectorización de la ilustración y aplicación de color. Fue necesario realizar algunas correcciones para que el personaje se identificara lo más cerca posible a la realidad de la institución.





-  C: 8% M: 50% Y: 100% K: 38%  
R:164% G: 107% B: 28%
-  C: 0% M: 22% Y: 98% K: 0%  
R:253% G:200% B: 6%
-  C: 2% M: 100% Y:100% K: 11%  
R:206% G:33% B: 36%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 90%  
R:67% G: 66% B: 66%
-  C:82% M: 17% Y: 100% K:62%  
R: 31% G: 71% B: 37%
-  C:98% M: 81% Y: 1% K:4%  
R: 45% G: 69% B: 144%
-  C: 7% M:20% Y: 80% K: 11%  
R:220% G:185% B: 70%
-  C: 0% M: 25% Y: 67% K: 0%  
R:252% G:200% B: 106%
-  C: 1% M: 26% Y: 99% K: 5%  
R:239% G:185% B: 5%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%  
R:43% G:42% B: 41%
-  C: 0% M: 77% Y: 99% K: 0%  
R:233% G:39% B: 35%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%  
R:254% G:254% B: 254%
-  C: 46% M: 0% Y: 17% K: 0%  
R:148% G:210% B: 217%



Diseño final del personaje



## 2. Personaje: **Materiales Peligrosos**



← Agregar identificador visual del área.

← Agregar identificador visual de la institución.

← Cambiar color de los zapatos a verde.

Para el desarrollo de este personaje se usó como base una fotografía del procedimiento en acción del Cuerpo de Bomberos, en este se muestra la forma, el detalle y el color del traje.



**C: 0% M: 25% Y: 67% K: 0%**  
**R: 252% G: 200% B: 106%**

**C: 0% M: 0% Y: 0% K: 47%**  
**R: 166% G: 166% B: 166%**

**C: 82% M: 149% Y: 0% K: 0%**  
**R: 51% G: 119% B: 187%**

**C: 2% M: 100% Y: 100% K: 11%**  
**R: 206% G: 33% B: 36%**

**C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%**  
**R: 43% G: 42% B: 41%**

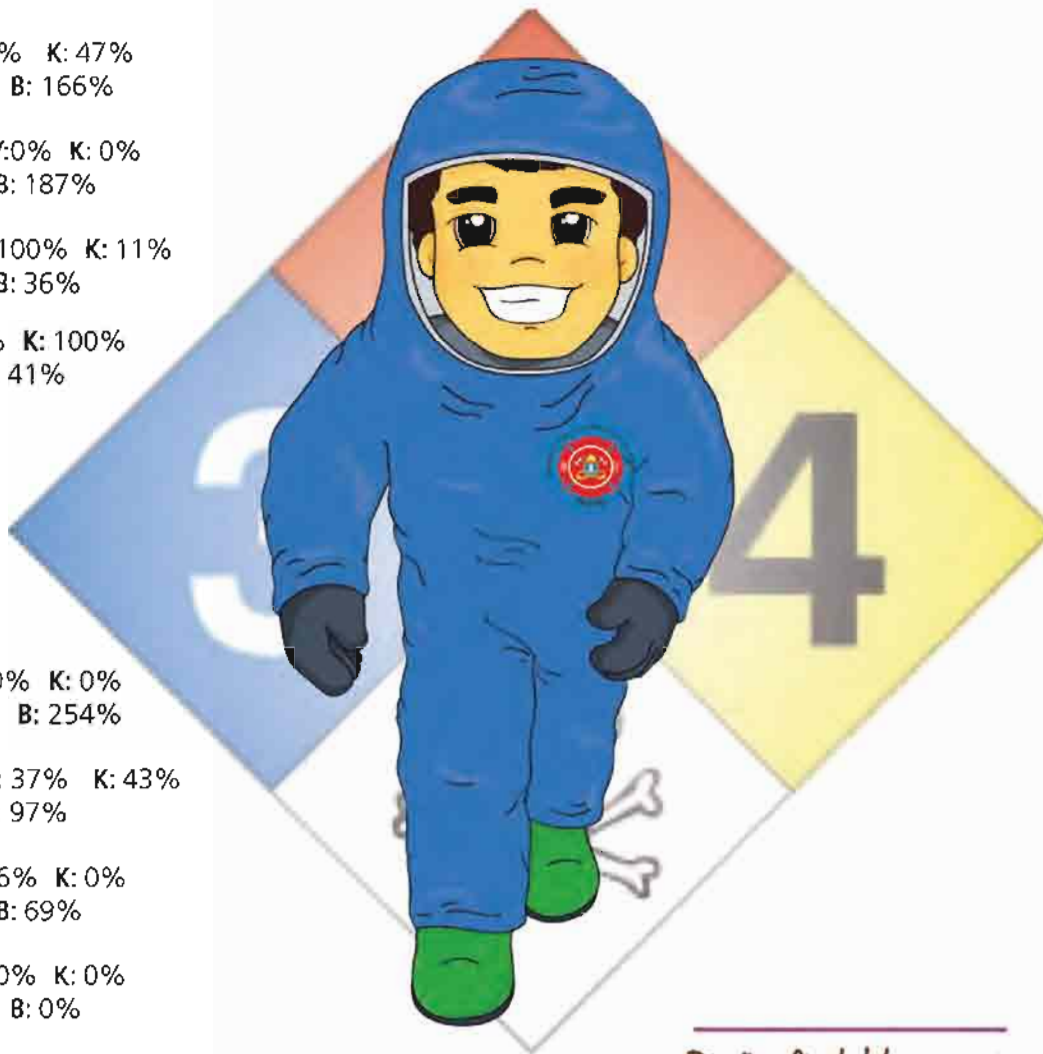
**C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%**  
**R: 254% G: 254% B: 254%**

**C: 74% M: 54% Y: 37% K: 43%**  
**R: 68% G: 81% B: 97%**

**C: 78% M: 0% Y: 96% K: 0%**  
**R: 43% G: 168% B: 69%**

**C: 0% M: 0% Y: 100% K: 0%**  
**R: 255% G: 237% B: 0%**

**C: 46% M: 0% Y: 17% K: 0%**  
**R: 148% G: 210% B: 217%**



Diseño final del personaje

### 3. Personaje: Rescate en espacios confinados













Agregar las palabras  
USAR PASTO

Cambiar tipo de casco



Para el desarrollo de este personaje se realizaron dos bocetos, pues en el primero de ellos no se expresaba el mensaje del tema en su totalidad. Igualmente se tomó como base documentación fotográfica de la institución.



	C: 0% M: 25% Y: 67% K: 0% R:252% G: 200% B: 106%
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 47% R:166% G:166% B: 166%
	C: 91% M: 76% Y: 19% K: 46% R:48% G:57% B: 94%
	C: 2% M: 100% Y: 100% K: 11% R:206% G:33% B: 36%
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100% R:43% G:42% B: 41%
	C: 8% M: 50% Y: 100% K: 38% R:164% G:107% B: 28%
	C: 0% M: 0% Y: 100% K: 0% R:255% G:237% B: 0%
	C: 98% M: 100% Y: 5% K: 25% R:54% G:44% B: 108%
	C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0% R:254% G:254% B: 254%
	C: 46% M: 0% Y: 17% K: 0% R:148% G:210% B: 217%



Diseño final del personaje

1.2

Diseño Final



## 4. Personaje: Rescate en Alturas



Agregar aberturas de respiración del casco














Agregar identificador visual de la entidad

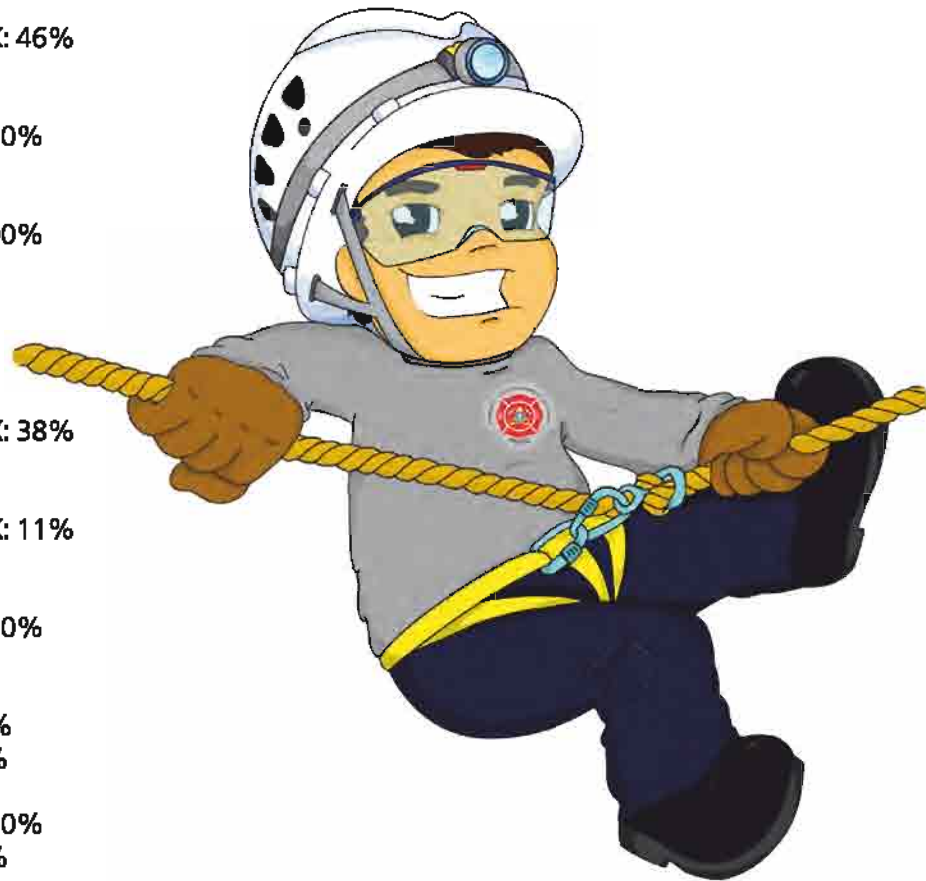
Cambiar textura de correa por Soga

Agregar bolsillos característicos del uniforme

Para el desarrollo de este personaje se busco una imagen de referencia en al red, pues el cliente no disponía de una sobre este tema en su archivo. El vestuario usado en este personaje se realizó con las características descritas por el cliente.



-  C: 0% M: 25% Y: 67% K: 0%  
R: 252% G: 200% B: 106%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 47%  
R: 166% G: 166% B: 166%
-  C: 91% M: 76% Y: 19% K: 46%  
R: 48% G: 57% B: 94%
-  C: 0% M: 96% Y: 97% K: 0%  
R: 228% G: 41% B: 39%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%  
R: 43% G: 42% B: 41%
  
-  C: 8% M: 50% Y: 100% K: 38%  
R: 164% G: 107% B: 28%
-  C: 2% M: 26% Y: 100% K: 11%  
R: 226% G: 177% B: 4%
-  C: 99% M: 82% Y: 0% K: 0%  
R: 45% G: 69% B: 148%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%  
R: 254% G: 254% B: 254%
-  C: 46% M: 0% Y: 17% K: 0%  
R: 148% G: 210% B: 217%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 80%  
R: 67% G: 66% B: 66%



Diseño final del personaje

1.2

Diseño Final

## 5. Personaje: Comunicaciones



← Cambiar casco por gorra institucional










← Agregar identificador visual de la entidad

← Abrir las piernas

Para el desarrollo de este personaje se hicieron dos bocetos, puesto que no se contaba con una imagen como referencia. Para el vestuario el cliente pidió se usara el mismo uniforme utilizado en el área de procedimiento de Rescate en alturas.





-  C: 0% M: 25% Y: 67% K: 0%  
R: 252% G: 200% B: 106%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 47%  
R: 166% G: 166% B: 166%
-  C: 91% M: 76% Y: 19% K: 46%  
R: 48% G: 57% B: 94%
-  C: 0% M: 96% Y: 97% K: 0%  
R: 228% G: 41% B: 39%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%  
R: 43% G: 42% B: 41%
-  C: 8% M: 50% Y: 100% K: 38%  
R: 164% G: 107% B: 28%
-  C: 3% M: 44% Y: 100% K: 16%  
R: 48% G: 186% B: 215%
-  C: 44% M: 82% Y: 2% K: 0%  
R: 161% G: 77% B: 149%
-  C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%  
R: 254% G: 254% B: 254%



Diseño final del personaje

1.2

DISEÑO FINAL

# Piezas Finales Áreas de Procedimientos Operativos

**Incendio Estructural**

1

**Comunicaciones**

2

**Materiales Peligrosos**

3



Rescate en Alturas

4

Rescate en Espacios Confinados

5

Incendio Estructural

6



1.2

**Bomberos**  
Benemérito Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Pasto

## 1.3 Diseño de personaje para campaña de educación y actualización para la prevención de desastres

Para este proyecto el cliente solicito un personaje que lograra caracterizar la campaña de educación y actualización en cuanto a minimizar las situaciones de riesgo ante fenómenos naturales que se desarrollaría junto con otras entidades asociadas como: La Alcaldía de Pasto, Cruz Roja y Defensa Civil. El cliente contactó a la tipografía debido a que apesar de contar con una primera propuesta elaborada por la Alcaldía, a su criterio "no cumplía las expectativas"; por lo cual el área de diseño de la tipografía genero la propuesta de un nuevo personaje. Para el desarrollo de esta pieza se siguió el Brief de diseño descrito a continuación.

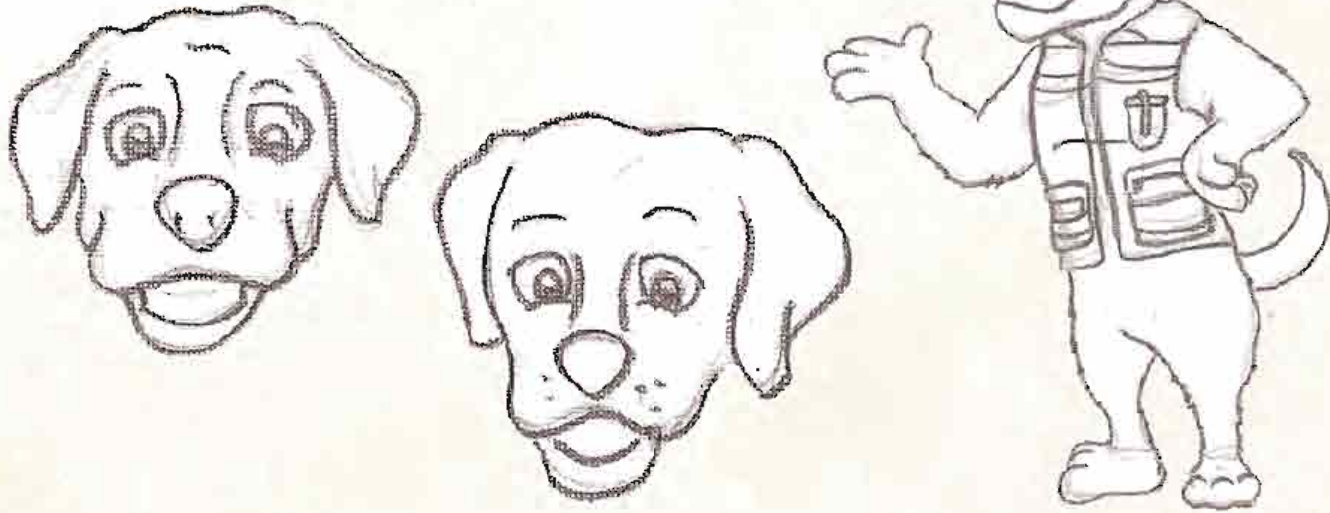
- **Descripción del trabajo:** Diseño de personaje identificador para campaña publicitaria, el cual sirviera como apoyo educativo sobre la prevención y cuidados a tener en caso de emergencias.
- **Target o público objetivo:** Estudiantes de las instituciones educativas de la región.
- **Objetivo:** Se busca que la pieza sirva como un instrumento educacional para la promoción y prevención de atención de desastres, incorporando medidas de prevención de atención en emergencias que logren salvaguardar vidas.
- **Características de la pieza:** Utilizar el uniforme

característico del personal de las brigadas de Emergencias. La pieza se debe entregar en forma digital como imagen JPEG en alta resolución.

- **Tiempo:** Para realizar un primer boceto como propuesta se cuenta con un plazo de 2 días.
- **Presupuesto:** La entidad cuenta con los recursos necesarios.
- **Aprobaciones:** La revisión y aprobación de la pieza la realiza el Señor Comandante del Cuerpo de Bomberos Charles Benavides.

**Investigación:** Para la realización de un primer boceto, el cliente solicita que se use en específico un personaje canino que está generalmente presente en la atención de desastres. Teniendo en cuenta esta solicitud se realiza una breve investigación sobre el tema: El uso de perros en actividades de búsqueda y rescate es un componente importante en las funciones de contenido social y humanitario, ya que sus grandes capacidades olfativas, sentido de escucha y velocidad les permiten ejercer funciones como lazarillos para personas discapacitadas, rastreadores de sustancias peligrosas y búsqueda de personas extraviadas tras calamidades ocurridas. No existe una raza específica canina dirigida a esta profesión, pues lo importante es que se cuente con un buen olfato,

## Bocetación



que sean de preferencia machos, que estén en buenas condiciones de salud, de comportamiento dócil, obediente, y que tengan capacidad resolutive. Las brigadas eligen independientemente a su tipo de perro rescatista por ejemplo en la ciudad de Pasto, en específico el Cuerpo de Bomberos Pasto emplean a la raza Pastor alemán, Labrador, y Golden retriever.

**Bocetación:** A partir de la investigación realizada y teniendo en cuenta los requerimientos hechos por el cliente se realiza el boceto presentado a continuación, en el cual se caracteriza a un canino con rasgos

humanos, usando un chaleco generalmente utilizado por las personas que realizan tareas de rescate.





C:12% M:13% Y:68% K:0%  
R:233% G:211% B:107%



C:86% M:69% Y:8% K:0%  
R:65% G:89% B:156%



C:0% M:64% Y:94% K:3%  
R:238% G:118% B:42%



C:7% M:99% Y:97% K:2%  
R:214% G:37% B:40%



C:0% M:0% Y:0% K:100%  
R:43% G:42% B:41%

El boceto se presentó al cliente, recibiendo su aprobación, y éste buscó la aprobación y corrección por las entidades asociadas, pero desafortunadamente no se logró proseguir con el proceso del desarrollo del personaje a causa de el contrato hecho con la primera empresa, por lo cual no se logró concretar el diseño. Más sin embargo el proyecto se incluye en el informe puesto a que se llevo a cabo un proceso de diseño.

## Diseño y Diagramación

### Libro Manual de Procedimientos

Este proyecto consistió en la diagramación y diseño de un libro que contiene la descripción de los procedimientos a realizar en caso de emergencias.

- **Descripción del trabajo:** Diseño de libro "Manual de procedimientos" Cuerpo de Bomberos de Pasto. El proyecto se desarrolla con el fin de divulgar información en cuanto a la actuación técnica y operativa que se debe ejecutar en caso de emergencias.
- **Público Objetivo:** Las pieza está dirigida al personal integrante del Cuerpo de Bomberos Pasto.
- **Objetivo:** Se busca diseñar una pieza que facilite el estudio de la guía para el desarrollo de las operaciones de seguridad de la institución, expresando los conceptos básicos en cuanto al adecuado actuar en la prevención de emergencias.
- **Características de la pieza:** Se debe diseñar un libro de aproximadamente 160 pág. donde las páginas internas serán impresas en papel bond, caratula impresa en vinilo adhesivo a full color con soporte duro tipo tesis, argollado. Tamaño 27,5 cm de ancho x 18 de alto. En el diseño del manual se debe incluir el logotipo de la institución, el texto dado y los colores corporativos de la institución.
- **Tiempo:** Se cuenta con un plazo de diez días, tiempo

en el cual se debe realizar el proceso de asesoría, recolección de datos, diseño, diagramación, montaje, acabados revisión y entrega.

- **Presupuesto:** La campaña contó con el presupuesto suficiente para financiar el diseño de las piezas.
- **Aprobaciones:** En la revisión y corrección del diseño participó el Señor Cabo John Ortega y la aprobación final la dio el señor Capitán Charles Benavides.

**Problema:** ¿Cómo diseñar un libro el cual llame la atención del lector y brinde un fácil y rápido acceso a la información contenida?

**Análisis del Problema:** El Cuerpo de Bomberos realiza una actualización continua en cuanto al mejoramiento de las técnicas de operación en caso de presentarse emergencia; ésta información se analiza y documenta por parte del personal del Área Técnica de preparativos, con el fin de crear un documento que se renueva anualmente el cual sirve como guía de estudio y manual de instrucciones para los antiguos y nuevos integrantes del Cuerpo de Bomberos. En esta ocasión el cliente solicitó el mejoramiento de la imagen del manual, el cual debía facilitar la búsqueda de la información, generar interés, y una mejor lectura.



**Investigación:** En anteriores ocasiones el manual final consistió en un documento redactado, impreso y entregado a las dependencias en donde no se usaba ningún tipo de diseño profesional. La cantidad de información y formato del documento, causaba que en el lector no se generara interés, lo cual hacía de la tarea de estudio una actividad lenta y apática. Detectando esta problemática se propuso diseñar una imagen más fresca del libro, el cual para facilitar la información contaría con separadores que servirían como punto de inicio de cada tema, además se propuso que se incluyeran fotografías propias en la medida en que fuera posible obtenerlas para cada capítulo del libro, lo cual le diera una imagen más agradable.

Uno de los inconvenientes que se debió tener en cuenta fue el poco tiempo con el que se contó, pues en dos semanas se debió hacer el proceso de asesoría, recolección de información, diseño, diagramación, corrección, impresión, acabados, revisión y entrega, además conjuntamente a la realización de este proyecto, también se debía atender a otros clientes que en ese periodo de tiempo necesitaron del servicio de diseño, por lo cual el tiempo que se dedicaría a la realización del libro se redujo.

Así pues se planteó que la forma más fácil y ágil para solucionar ésta problema, y entregar el libro a tiempo consistiría en desarrollar plantillas, que facilitarían la diagramación de la información.

**Bocetación:** Con tan poco tiempo disponible, se decidió presentar una propuesta de diseño para las páginas internas, la cual agradó al cliente y fue aceptada y se

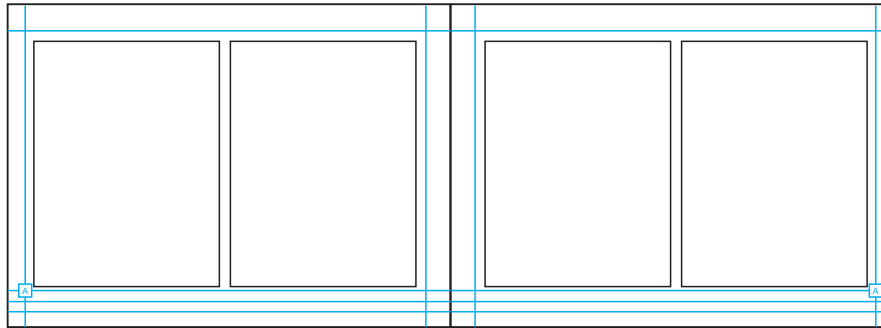
comenzó con la diagramación de la información.

En cuanto a las páginas capitulares se buscó mostrar fotografías propias pertenecientes al Cuerpo de Bomberos Pasto, en algunos casos en los que no se contaba con la imagen adecuada se necesitó buscar en la red.



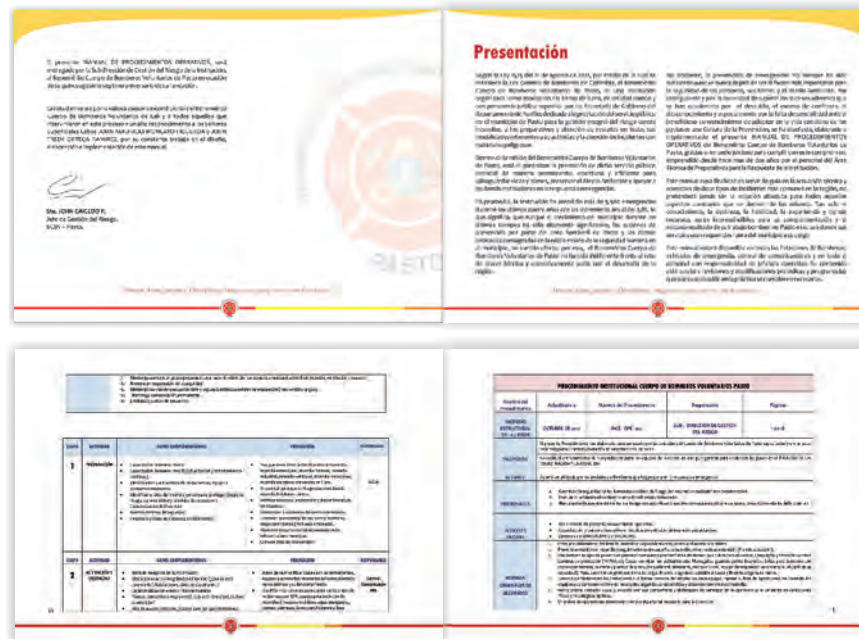


## Diagramación del libro



Para la diagramación de las páginas internas del libro se utilizaron dos columnas básicas, que permiten organizar la información. Se implementó también un pie de página que brinda al libro una identidad institucional. El tamaño del libro es de 25cm. x 17,5 cm. lo cual lo hace manejable y estéticamente agradable.

Para el diseño de las páginas internas se realizaron dos presentaciones diferentes. Para las páginas de presentación se usó una cenefa de color amarillo que hiciera más llamativa la presentación. En cambio para las páginas que contienen la información operativa al estar organizada en cuadros se usó solo del "pie de página" para que el diseño no luciera recargado.

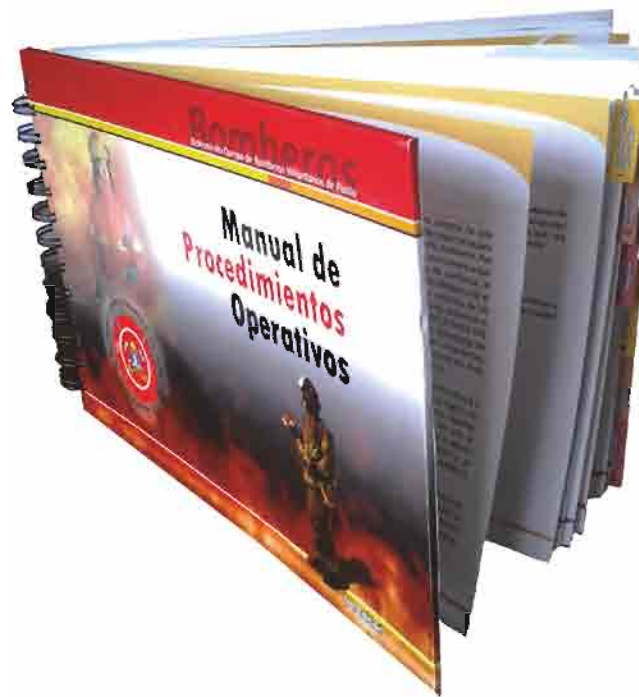


## Diseño Páginas Capitulares



Las Páginas Capitulares cumplen la función de separar los temas tratados en el libro, se implemento un sistema de pestañas que sobresalen de entre las páginas del libro, facilitando al lector la búsqueda de la información. Para estas páginas el cliente solicito el uso de imágenes del archivo fotográfico de la entidad.

## Libro



En el diseño de la caratula de utilizaron los colores característicos de la entidad, incluyendo dos imágenes de Bomberos suministradas por la misma.

# Tipografía utilizada

## Titular Portada

**Tw Cen MT Condensed Extend Font**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

## Títulos - Subtítulos - Indicadores de Página

### Vogue Font

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

### Texto Corrido

#### Calibri Font

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

# Paleta de Colores



**C: 0% M: 100% Y: 100% K: 0%**  
**R: 227% G: 30% B: 36%**



**C: 0% M: 20% Y: 100% K: 0%**  
**R: 254% G: 204% B: 0%**



**C: 0% M: 61% Y: 100% K: 3%**  
**R: 232% G: 121% B: 28%**



**C: 0% M: 0% Y: 100% K: 0%**  
**R: 255% G: 237% B: 0%**



**C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%**  
**R: 43% G: 42% B: 41%**



**C: 19% M: 100% Y: 100% K: 13%**  
**R: 180% G: 40% B: 39%**





Tarjetas de Presentación



Tarjetas de Invitación



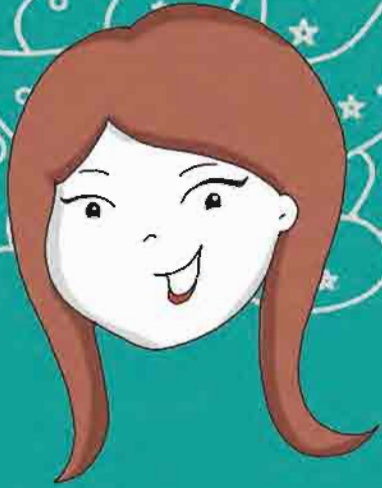
Fichas Visitantes



Fichas Procedimientos

También se elaboraron pequeños proyectos que se presentan como anexos, debido al tiempo de respuesta inmediato que suscitaron, así como la baja complejidad con que se lograron solucionar.





## 2 Proyectos de Diseño de herramientas de Imagen y Comunicación Centro de Salud Guachavés

El centro de Salud Guachavés es una empresa que presta los servicios de salud de bajo nivel de complejidad, entendido como un servicio público a cargo del estado y como parte integrante del Sistema General de Seguridad Social en Salud, que busca satisfacer de una manera optima las necesidades y expectativas de la población en sus fases de promoción, tratamiento y rehabilitación de la salud. Se encuentra en el Municipio de Santacruz - Guachavés ubicado al sur occidente de Nariño, a una distancia de 108 Km. de Pasto, limitando al norte con el Municipio de Samaniego, al sur con el Municipio de Sapuyes, al oriente con el Municipio de Túquerres y al occidente con el Municipio de Mallama y Ricaurte.

Para esta empresa se elaboraron distintas piezas destinadas a mejorar la imagen de la empresa, a promocionar las diferentes campañas de salud, y a mejorar la imagen y organización de los formatos clínicos. En este trabajo se clasificaron las piezas de acuerdo a su complejidad y al tiempo que tomo el desarrollo de estas.



# Diseño de imagen Corporativa

## Centro de salud Guachavés

El Centro de salud Guachavés solicitó al área de diseño la creación de un logotipo que caracterizara a la institución ante el público, además este logotipo se utilizaría como imagen en los eventos realizados por la institución.

- **Descripción del trabajo:** Realización de identificador visual para el Centro de salud Guachavés identifique a la institución ante el público.
  - **Target o público objetivo:** La pieza está dirigida a la población usuaria del servicio de salud en el municipio de Santacruz - Guachaves.
  - **Objetivo:** La finalidad del proyecto es generar una marca que sea reconocida por el público en general que debe expresar cualidades del Centro de salud de Guachavés como son: Calidez, servicio, amabilidad y profesionalidad.
  - **Características de la pieza:** Debe ir el nombre de la institución, junto con la oración: "Dirección Local de salud Guachavés". La pieza se entregara en formato digital e impreso en una valla de 3 metros x 70 cm.
  - **Tiempo:** Se cuenta con un plazo de 1 semana, tiempo en el cual se realizan las etapas de asesoría, bocetación, corrección, revisión, impresión y entrega de la pieza.
  - **Presupuesto:** La empresa cuenta con el presupuesto necesario para el desarrollo de la pieza.
  - **Aprobaciones:** En el proceso de revisión y aprobación participa la Psicóloga Magda Yadira Avedaño y la Doctora Sandra Patricia Cuastumal.
- Problema:** ¿Cómo expresar la identidad del centro de Salud Guachavés mediante el identificador gráfico?
- Análisis del problema:** Un identificador gráfico es un elemento visual que identifica a una entidad ya sea pública o privada, que expresa un mensaje abreviado de todos los valores de una marca y el cual está compuesto de un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras etc. para facilitar una composición que las personas identifiquen y asocien rápidamente con la empresa a la que le pertenece. Podemos encontrar diferentes tipos de identificadores visuales, tales como: Logotipo, imagotipo, marca, isotipo e isologo; de ahí la necesidad de buscar el tipo de identificador visual que se ajuste mejor a las necesidades del Centro de salud.
- Investigación:** El cliente solicitó que el identificador



visual, aunque la entidad se desempeña en el área de la salud, no tuviera relación alguna con los elementos generalmente usados para identificar la medicina, pidió una imagen fresca, que expresara primordialmente las cualidades de calidez, servicio, amabilidad y profesionalidad. Partiendo de esta premisa se procedió a investigar qué tipo de identificador visual sería el más ideal para este caso, brindando los siguientes datos:

- **Logotipo:** Es un elemento que identifica a una entidad. Estos suelen componerse por elementos tipográficos.
- **Isotipo:** Se refiere a una imagen o un símbolo que se extrae de la realidad con la cual se pretende representar visualmente esa realidad, tratando de representar esta de forma sintetizada, lo cual daría como resultado un icono o símbolo.
- **Isologo, isologotipo e imagotipo:** Encierran las mismas características, es un identificador visual compuesto por un símbolo gráfico y tipografía, en donde la imagen sirve para reforzar la identificación de la empresa, producto o servicio.
- **Marca:** Es un conjunto de letras símbolos, abreviaturas, etc., que fundidas en un solo facilitan una composición visual de identificador visual. Compuesta por un logotipo, un imagotipo y los colores corporativos de la empresa, producto o servicio.

La identificación de cada una de las clases de identificador brinda la pauta para el desarrollo de la pieza.

**Bocetación:** Partiendo de la investigación realizada se decidió que el identificador visual que más se adaptaría para la realización del proyecto es un Imagotipo, pues éste

lograría identificar al Centro de Salud Guachavés a través del uso de elementos de su propio contexto, en este caso ya que el cliente solicitó que no se usaran símbolos propios del área de la salud, se decidió representar a esta entidad por el lugar en donde se sitúa, región caracterizada por su agricultura. A partir de lo cual se propusieron los siguientes bocetos:



## Bocetación

Cómo primer paso de tuvo en cuenta el identificador visual que se quería reemplazar.



# Guachavés

CENTRO DE SALUD E.S.E.

NIT. 900.129.891-6



Identificador visual  
Centro de Salud  
por reemplazar

1



3



2



4



Propuesta de diseño de Imagetipo

Junto con el cliente se decidió utilizar la propuesta No. 4 la cual se acercó más a las necesidades del cliente, realizando algunos cambios. Y se procedió a realizar la construcción del mismo.





Diseño Final



# Guachavés

Centro de Salud E.S.E

Aplicaciones



Sticker de apoyo a campaña de Promoción de la Citología



Volantes

D  
i  
s  
e  
ñ  
o  
F  
i  
n  
a  
l

Publicidad exterior, Valla.

**CERO niños y niñas con tuberculosis por siempre.**

**Rutas de Atención**

**terminemos con la tuberculosis durante nuestra generación; Redoblemos la lucha contra la tuberculosis.**

Pendones de apoyo para diferentes campañas da salud

## Manual de identidad corporativa

El Manual de Identidad Corporativa es la herramienta fundamental para aplicar en todos los mensajes visuales, impresos, audiovisuales, digitales y tridimensionales que produce El Centro de Salud Guachavés. De la correcta aplicación de las normas aquí expresadas, depende la coherencia, claridad y eficiencia del Sistema de Identidad, y por consiguiente, del mensaje que llega al

público y al interior mismo.

Partiendo de los elementos básicos, claves de la Identidad Corporativa, como lo son el logotipo, los colores, las tipografías, usos correctos e incorrectos, se van definiendo en este Manual, las aplicaciones posibles para papelerías, impresos, avisos, internet, intranet, señalización y ambientaciones, ferias y eventos.

### Colores



C:44% M:0% Y:84% K:1%  
R:164% G:199% B:78%  
Degradado lineal: -2,75°



C:71% M:25% Y:0% K:0%  
R:71% G:157% B:214%  
Degradado lineal: 0°



C:100% M:100% Y:0% K:0%  
R:43% G:67% B:143%

### A una tinta



Negro  
80%  
Degradado lineal: -0°



Negro  
50%  
Degradado lineal: -2,75°

Negro  
90%



## Positivo - Negativo



## Tamaño mínimo



## Tipografía Utilizada

### Guachavés

Geometr415 Blk BT

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

### Centro de Salud E.S.E

Calibri

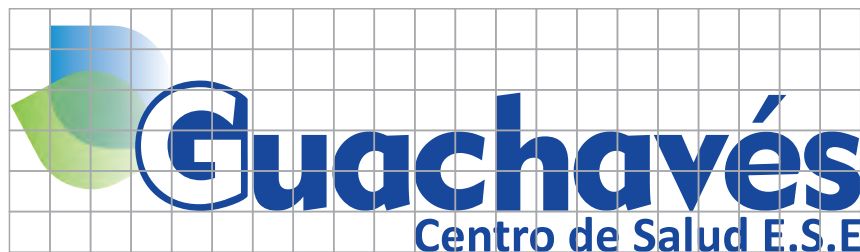
ABCDEFGHIJKLMAÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

## Planimetria: Proporciones gráficas

En ningún caso se deberán alterar las proporciones de los elementos que conforman la marca, así como tampoco estará permitido integrar otro elemento gráfico en el interior del área del imagotipo.





3

Proyectos de Diseño de herramientas de Imagen y Comunicación

# 3. Alcaldía de Guachavés

En esta oportunidad se trabajo con la Alcaldía Municipal de Santacruz – Guachavés, quienes a raíz del el bicentenario de su municipio plantearon desarrollar una serie de actividades y festividades en honor a su región, por lo que hicieron expresa su necesidad de piezas publicitarias para promocionar y apoyar gráficamente un evento de tal importancia.

- **Descripción del trabajo:** Diseño de folleto, volante, pendones, certificaciones y un libro piezas publicitarias que se realizan con el ánimo de difundir y promocionar el evento.
- **Target o público objetivo:** Las piezas están dirigidas a los habitantes del Municipio de Santacruz – Guachavés.
- **Objetivo:** La finalidad del proyecto apoyar gráficamente el evento, generando interés entre sus posibles asistentes en la celebración de los 100 años del Municipio.
- **Características de la pieza:** Debe ir el nombre del municipio, la información suministrada, los logos de los organizadores del evento y los colores corporativos de la Alcaldía de Santacruz. Se debe hacer entrega de un folleto impreso en propalcote, tamaño oficio que contiene la programación del evento, seis



pendones impresos en lona que apoyan la puesta en escena, volantes educativos que contienen el himno del municipio, certificaciones que se entregaran a los habitantes destacados, y un libro que trata la historia del Municipio desde su fundación hasta la actualidad.

- **Tiempo:** Se cuenta con un plazo de tres semanas para el diseño, impresión, acabados, revisión y entrega de todas las piezas.
- **Presupuesto:** La entidad cuenta con el presupuesto necesario para el desarrollo de las piezas.
- **Aprobaciones:** En el proceso de revisión y corrección del diseño participaron la señora Karol Galeano Secretaria del Alcalde, el Señor Antonio Caranguay miembro de la junta organizadora del evento. La aprobación final la dió el Señor Alcalde del Municipio Cristian David Chazatar.



## 3.1 Diseño y diagramación de libro “Trazos del acontecer histórico de Santacruz”

La Alcaldía del municipio de Santacruz y el autor del libro hicieron la solicitud de realizar el diseño y diagramación del libro “Trazos del acontecer histórico de Santacruz. Una marcha de por los hechos del pasado”. Como parte del evento de la celebración del Bicentenario del Municipio

- **Descripción del trabajo:** Diseño y diagramación de Libro, que tiene como fin la divulgación de la información histórica del municipio, desde su fundación hasta la actualidad, sirviendo como una pieza que conmemora los 100 años de la región.
- **Target o público objetivo:** Esta dirigido a la población autóctona de la región y público interesado en el evento.
- **Objetivo:** La creación de la pieza tiene como objetivo generar mayor pertenencia por el Municipio de Santacruz, que sirva como inspiración para la realización de futuras Investigaciones exaltando la historia del Municipio durante los 100 años transcurridos.
- **Características de la pieza:** Nombre del libro, nombre del autor y de los colaboradores, logotipos institucionales, y textos correspondientes al libro. El libro será impreso a full color sobre papel bond, con caratula en propalcote y acabado mate, encolado y refilado.
- **Tiempo:** Dos semanas y media en las cuales se realiza la etapa de asesoría, correcciones, aprobación, impresión, acabados, revisión y entrega.
- **Presupuesto:** La entidad cuenta con el presupuesto necesario para la realización de la pieza.
- **Aprobaciones:** La revisión del libro y corrección se realizaron por parte del autor Señor Mauro Hernán Pantoja, también participó una persona representante del Alcalde, el Señor Edgar Antonio Caranguay. La aprobación final la dio el autor del Libro señor Mauro Pantoja y el señor Alcalde del Municipio Cristian David Chazatar.

**Problema:** ¿Cómo desarrollar una pieza que identifique las raíces históricas del municipio de Santacruz, y que llame la atención del lector?

**Análisis del problema:** La búsqueda de ideas para plasmar mediante un diseño la identidad de una región son infinitas, desde lo más básico hasta lo más complejo, pero lo que se debe buscar en si es la solución integral a las necesidades del cliente. El apoyar a una región en la creación de publicaciones locales es una oportunidad

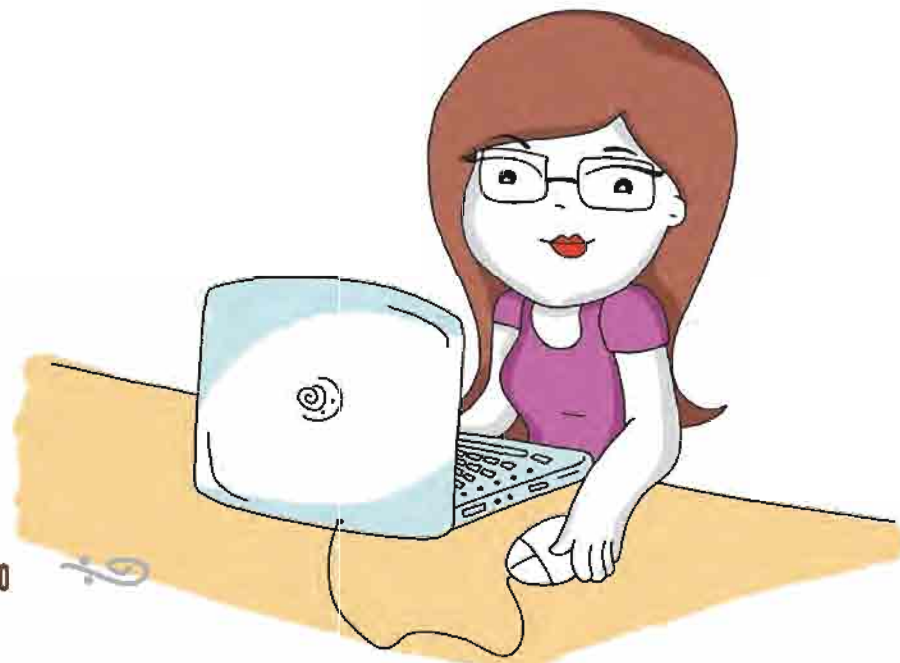
para apoyar el crecimiento de la cultura y generar pertenencia en sus raíces e interés por crear nuevas formas que exalten su historia y cultura.

**Investigación:** Para la creación de un diseño que lograra identificar la imagen y temática del libro, se decidió tomar dos palabras básicas para la búsqueda de ideas: Historia y región. Por lo que se realizó una pequeña investigación de estos conceptos:

- **Historia:** Es la ciencia que estudia y expone los hechos ocurridos a lo largo del tiempo, ya sea en su conjunto o alguno de ellos en particular, y especialmente los que se refieren al ser humano y a sus sociedades.
- **Región:** Es un término geográfico que en términos generales designa un área o extensión determinada de tierra, en donde sus habitantes comparten una misma cultura.

En este caso fue necesario que se buscara las características de la región es específico, en este caso el Municipio de Santacruz – Guachavés, región caracterizada por su gran riqueza natural e hidrográfica, en donde se desarrollan principalmente actividades agropecuarias y mineras.

**Bocetación:** Antes de empezar con la diagramación del libro se busco comenzar con la identificación gráfica de éste, por lo que se busco que elementos representarían mejor el tema del libro teniendo en cuenta los datos claves obtenidos en la etapa de investigación.





## Propuesta diseño caratula libro

1



2

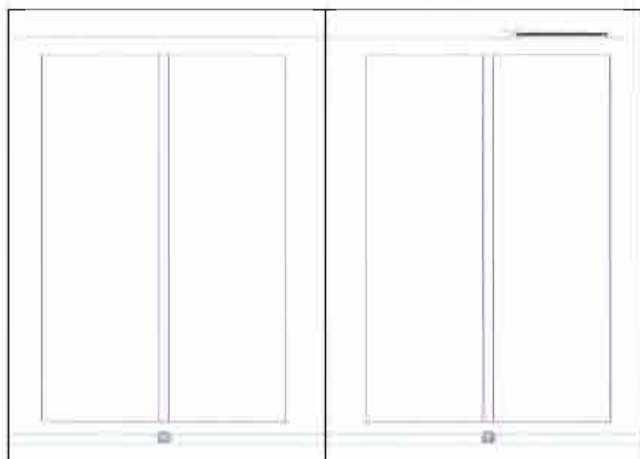


Propuesta de diseño de Caratula

En la propuesta de diseño del libro, se determino buscar palabras claves que se relacionaran con Historia y Región, a lo cual se decidió usar como imagen base el contorno de un árbol, el cual representa las raíces de una región, la herencia cultural y natural del municipio y la longevidad del pueblo. También se uso en superposición la imagen del mapa del municipio de Santacruz - Guachavés, y a su costado la fotografía de un personaje natural de la región, con la intención de expresar un mensaje de desarrollo, trabajo, pertenencia y progreso del municipio.

Como primera etapa del desarrollo del proyecto se hizo muestra de un diseño en dos colores diferentes. Pero el color de las piezas no expresaba el mensaje que deseaba el cliente, por lo que se aplico un tercer color. Se presento la caratula en color verde, la cual agrado al cliente recibiendo su aprobación. Se procedió a agregar solapas a los lados de la caratula que contienen la biografía del autor, y unas palabras del señor Alcalde del municipio.

## Arquitectura del libro

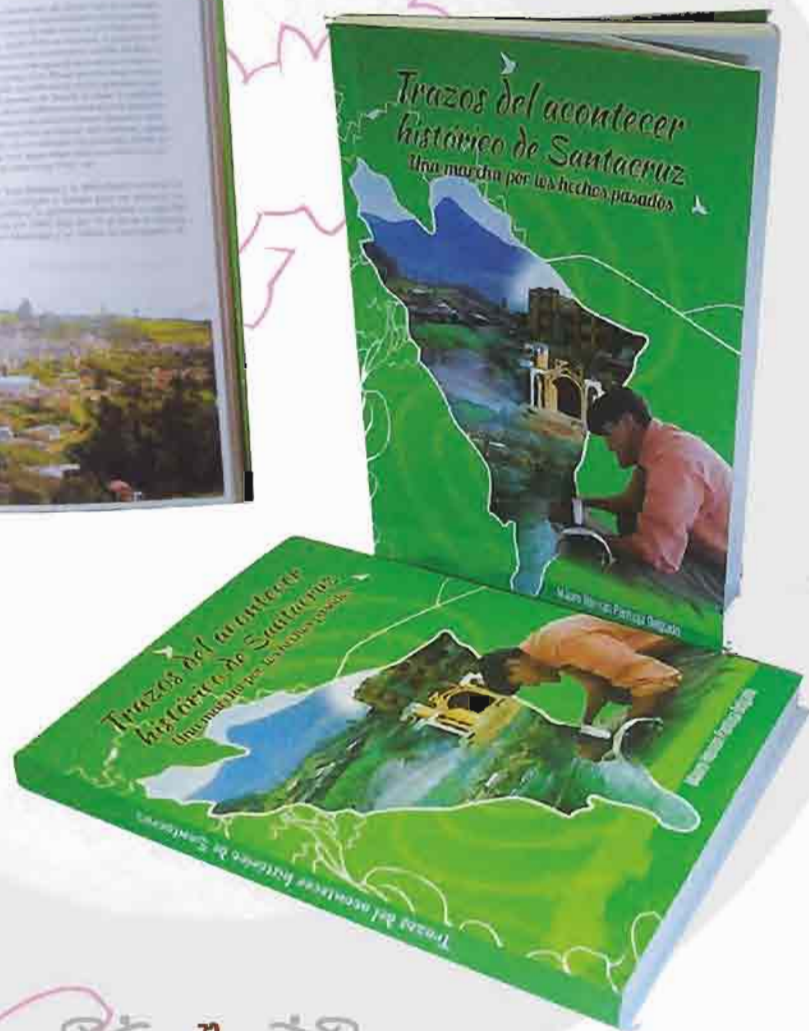
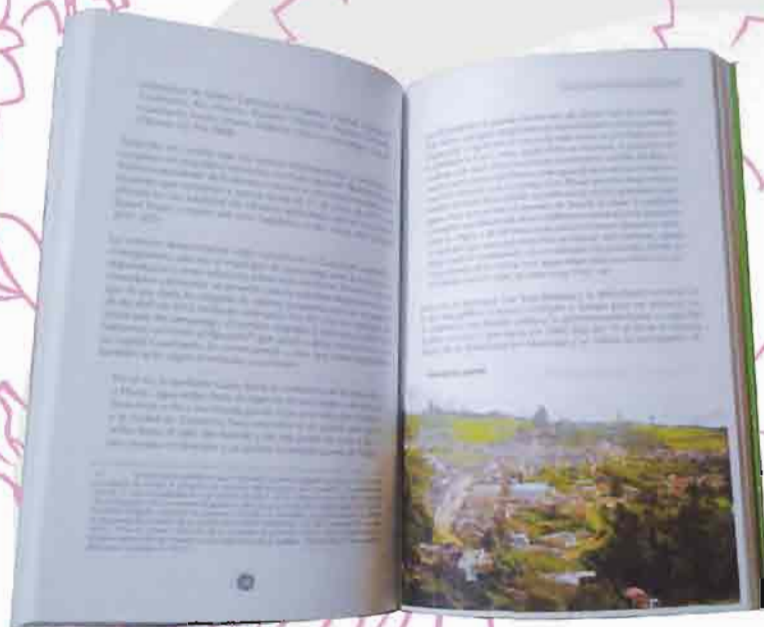


En la diagramación del texto se usó todo el espacio del marco.

En los casos en que el texto debía acompañarse con una fotografía, se trató de usar una de las columnas como margen de la foto; con respecto a las imágenes paisajistas se trató de usar todo el espacio hacia lo ancho de la hoja para brindar al espectador mayor detalle.

## Diagramación Básica





## Tipografía utilizada

### Caratula ✓

#### Título - Indicadores de capítulo

---

##### *Kausan Script Font*

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

#### Subtítulo

---

##### *Jobster 1.4 Font*

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

#### Nombre del Autor

---

##### *Libel Suit Font*

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

### Páginas interiores ✓

#### Título Texto

---

##### **Myriad Pro Black Cond Font**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

#### Subtítulos texto

---

##### **ZapfHumnst Ult BT Font**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

#### Texto corrido, citas, pie de fotos

---

##### ZapfHumnst BT family Font

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

## 3.2 Diseño de Programación Bicentenario



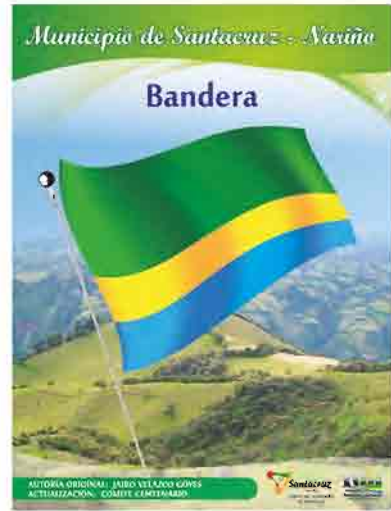
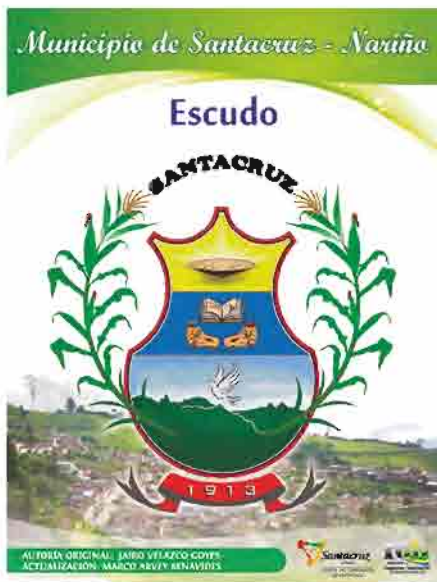
**Problema:** ¿Cómo realizar un plegable informativo que identifique al cliente y el tema del evento?

**Análisis del Problema:** Un folleto es una forma sencilla de dar publicidad a una empresa, producto, servicio o evento; su forma de distribución es variada, situándolo en un punto de venta, enviado por correo ó entregado de mano a mano. Formado por 2 o más cuerpos, en donde el texto y las imágenes deben caber dentro de un espacio preciso, y debe plasmar de forma legible la información a dar a conocer cumpliendo con las necesidades del cliente.

**Bocetación:** Para el desarrollo de la pieza el cliente solicitó que se expresara elegancia y captara la atención del lector, haciendo uso de los colores corporativos de la Alcaldía del Municipio, por lo que se pidió al cliente que facilitara algunas fotografías donde se mostraran los lugares más representativos del municipio para hacer de la pieza un diseño propio y agradable. Por la necesidad del cliente de que la entrega de la pieza se realizara lo más pronto posible, se conto con un tiempo limitado en el cual se logro desarrollar una pieza que al cliente agrado por lo que se procedió a su impresión y entrega de una manera rápida.



### 3.3 Diseño de Publicidad Exterior



Es una publicidad al aire libre y de gran formato, que permite que sean vistas a grandes distancias, se encuentran por lo general en áreas de mucho tráfico, como eventos o calles concurridas. Las vallas y pendones hacen parte de esta publicidad exterior, lo cual hace de estas un medio eficaz de promocionar un producto o servicio, piezas ideales para la publicidad del evento en el que se desea mostrar los símbolos representativos del municipio y a las entidades organizadoras del evento.

Algunos de estos diseños, aunque no se realizaron con esta intención, también se utilizaron como complemento informativo para la página oficial de la alcaldía del municipio, como se muestra.  
 ( Tomado de: <http://www.santacruz-narino.gov.co/nuestromunicipio> )

## Diseño de valla.



## Diseño de Certificados:

Como material de apoyo, también se diseñaron certificados que se entregarían a las personas más representativas del municipio, quienes aportaron al crecimiento y mejoramiento de éste desde diferentes áreas como: Arte, educación, cultura, investigación, desarrollo, salud, entre otras. Para lo cual se diseñó el formato presentado.



## Diseño de Pendón

## 4. Diseño de Imagen Corporativa Químicos Valle de Atríz



La empresa Químicos Valle de Atríz es una nueva empresa comercializadora de productos químicos y materias primas especializadas para la industria de alimentos, polímeros, industriales y farmacéuticos, incursionando en el mercado de ventas de productos químicos en la ciudad de Pasto. Este cliente solicitó la creación de un identificador visual que lograra identificar a su empresa, además del diseño de la papelería básica.

- **Descripción del trabajo:** Creación de identificador visual con el fin de dar una identidad visual a la empresa.
- **Target o sujeto de comunicación:** Farmacéuticas, empresas especialistas en tratamiento y control de procesos; especialistas en tratamiento de aguas y efluentes; empresas y plantas químicas, refinación, petroquímicos y gas; empresas que procesan y/o fabrican papel.
- **Objetivo:** La finalidad del proyecto es crear una identidad gráfica que genere un posicionamiento en el mercado y un reconocimiento entre el público, expresando la identidad de la empresa Químicos Valle de Atríz.
- **Características de la pieza:** Debe ir el nombre de la empresa. Por solicitud del cliente se deben usar los colores rojo y gris. El identificador visual se debe entregar como imagen JPEG, y aplicado en la



- papelería impresa para la empresa.
- **Tiempo:** Se cuenta con un plazo de dos semanas en donde se debe diseñar el logo y la papelería corporativa de la empresa.
- **Presupuesto:** La empresa cuenta con el presupuesto necesario para la realización del proyecto.
- **Aprobaciones:** En el proceso de corrección, revisión y aprobación del diseño intervienen los socios de la empresa el Señor Milthon Paz y la Señora Julieth Chavez Escobar.

**Problema:** ¿Cómo expresar mediante un identificador gráfico la identidad de la empresa Químicos Valle de Atríz?

**Análisis de Problema:** Un identificador gráfico es un elemento visual que identifica a una entidad ya sea pública o privada, que expresa un mensaje abreviado de todos los valores de una marca y el cual está compuesto de un grupo de letras, símbolos, abreviaturas, cifras etc. para facilitar una composición tipográfica que las personas identifiquen y asocien rápidamente con la empresa a la que le pertenece. Podemos encontrar diferentes tipos de identificadores visuales, tales como: Logotipo, imagotipo, marca, isotipo, isologo, de ahí la necesidad de buscar el tipo de identificador visual que se ajuste mejor a las necesidades de Químicos Valle de Atríz.

**Investigación:** Fue necesario identificar qué tipo de identificador visual se ajustaría mejor a las necesidades del cliente:

- - **Logotipo:** Es un elemento que identifica a una entidad. Estos suelen componerse por elementos tipográficos.
- - **Isotipo:** Se refiere a una imagen o un símbolo que se extrae de la realidad con la cual se pretende representar visualmente esa realidad, tratando de representar esta de forma sintetizada, lo cual daría como resultado un icono o símbolo.
- - **Isologo, isologotipo e imagotipo:** Encierran las mismas características, es un identificador visual compuesto por un símbolo gráfico y tipografía, en donde la imagen sirve para reforzar la identificación de la empresa, producto o servicio.
- - **Marca:** Es un conjunto de letras símbolos, abreviaturas, etc., que fundidas en un solo facilitan una composición visual de identificador visual. Compuesta por un logotipo, un imagotipo y los colores corporativos de la empresa, producto o servicio.

La identificación de cada una de las clases de identificador brinda la pauta para el desarrollo de la pieza.

**Bocetación:** Partiendo de la investigación realizada se decidió que el identificador visual que más se adaptaría para la realización del proyecto es un Imagotipo, pues este lograría identificar a la empresa Químicos Valle de Atríz con el uso de un símbolo gráfico y tipografía. Por lo cual se desarrollaron los bocetos presentados.

## Bocetación



En la etapa de asesoría se determinó junto con el cliente que la tercera propuesta brindaba la solución a la identidad de la empresa. Con el imago tipo escogido y aprobado, se procedió a desarrollar un breve manual de identidad corporativa.



# Manual de identidad corporativa



## Color



**C:0% M:0% Y:0% K:50%**  
**R:157% G:158% B:158%**

**C:0% M:96% Y:62% K:0%**  
**R:229% G:40% B:75%**

**C:45% M:2% Y:100% K:9%**  
**R:152% G:184% B:39%**

**C:0% M:0% Y:0% K:70%**  
**R:114% G:113% B:113%**



## Una tinta



## Positivo - Negativo



## Tamaño mínimo



## Planimetría: Proporciones Gráficas



## Tipografía utilizada

LondonTwo

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

La tipografía se ha modificado

# Aplicaciones



**Facturas de venta**



**Adhesivos**

**Volantes**



**Tarjeta de Presentación**



Diseño conceptual e imagen de campaña

## 5. “Yo apoyo sus sueños”



Para la realización de este proyecto el cliente solicitó la creación de un identificador visual que representara a una campaña que se desarrollaría en la ciudad de Pasto como apoyo dentro del marco de la política nacional “Contra el trabajo infantil en Colombia” impulsada por la OTI (Organización Internacional del Trabajo), estrategia nacional para prevenir y erradicar las peores formas de trabajo infantil, con el fin de concientizar a la población sobre esta problemática.

El cliente planteó que la creación del logo debía basarse en un proyecto desarrollado hace unos años por la entidad, en donde se llevó a cabo una campaña de erradicación del trabajo infantil mediante la instauración de un programa de Inclusión Social de grupos poblacionales y generación de trabajo para adultos cabezas de familia en situación de pobreza; en donde uno de sus ítems se basó en la creación de las Zonas VIP (Zonas Viales de Parqueo) en donde las personas integrantes de este grupo se encargan de la vigilancia de los autos ubicados en zonas de parqueo autorizadas.

- **Descripción del trabajo:** Diseño de un identificador visual para campaña de erradicación del trabajo infantil. EL proyecto de desarrolla con el ánimo de apoyar la campaña nacional “Contra el trabajo infantil”.
- **Target o público objetivo:** La pieza está dirigida a las personas que integran el grupo de trabajo VIP (Viales de Parque) y a los usuarios del servicio.
- **Objetivo:** Se busca con la pieza generar una actitud solidaria y generar más sensibilidad sobre la importancia de la educación de la niñez por un mejor futuro, con el objetivo de apoyar la erradicación del trabajo infantil. Expresando el apoyo a la educación de los niños.
- **Características de la pieza:** Se debe incluir la sigla VIP (Viales de Parque) y un eslogan que acompañe al identificador visual. La pieza se debe entregar formato Imagen JPEG en alta resolución.
- **Tiempo:** Se cuenta con un plazo de una semana, tiempo en el cual se debe realizar el proceso de investigación, bocetación, correcciones, aprobación y entrega.
- **Presupuesto:** La entidad cuenta con el presupuesto necesario para el desarrollo de la pieza.
- **Aprobaciones:** La corrección, revisión y aprobación de la pieza se encargo la señora Paola Rosero, Contratista, dependencia de Desarrollo Comunitario.

**Investigación:** La OIT estima (2010) que 15,5 millones de niños están involucrados en trabajo doméstico remunerado o no remunerado en el hogar de un tercero o empleador. Estos niños son particularmente vulnerables a la explotación. El trabajo que realizan a menudo está oculto a los ojos del público, ya que estos niños puede que se encuentren aislados o trabajen muy lejos del hogar familiar. Las historias de abuso de niños involucrados en trabajo doméstico son muy comunes. Un gran número de niños ya se encuentran involucrados en trabajo doméstico antes de alcanzar la edad mínima legal de admisión al empleo. Si bien los jóvenes trabajadores que han alcanzado la edad mínima legal prescrita pueden realizar trabajos domésticos, las normas internacionales exigen que se preste especial atención para garantizar que los jóvenes trabajadores por encima de la edad mínima legal pero menores de 18 años no estén expuestos a condiciones de trabajo peligrosas.

Con el objetivo de prevenir y erradicar las peores formas de trabajo infantil, buscando llamar la atención y crear conciencia respecto a las acciones que se pueden tomar ante esta problemática, es primordial que los gobiernos deban tomar la iniciativa en la lucha contra el trabajo infantil, las normas de la OIT destacan el importante papel que las organizaciones de empleadores y de trabajadores deben desempeñar en el establecimiento y la aplicación de programas de acción contra el trabajo infantil. El fomentar la cultura en la que los hogares contraten adultos formalmente para las labores que se necesiten realizar, pagando un sueldo justo e incentivando a que los niños regresen a los espacios



donde se les brinda protección, educación y recreación.

**Bocetación:** A raíz de la investigación realizada se dedujo que el objetivo de la campaña debe ser apoyar e incentivar la educación de los niños, al tratar de unir este

concepto con el planteado por cliente, en donde el identificador visual va dirigido a los grupos trabajadores en las zonas VIP, se inicio la búsqueda del nombre que seria el centro de la campaña y la imagen que complementara el concepto.

## Nombre para la campaña

Conjuntamente con la búsqueda de una imagen que identificara la campaña, se analizo que también seria necesario un eslogan que acompañara y reforzara el mensaje que se quería expresar por medio de éste. Con el objetivo de que con el identificador visual se lograra generar sensibilidad y una actitud solidaria sobre la importancia de la educación de la infancia. Para llegar a un concepto se debe tener en cuenta el proyecto desarrollado por la Alcaldía en donde por medio de creación de empleos para personas en situación de vulnerabilidad se logró que fueran los adultos quienes trabajaran y no los niños.

A través de la generación de una lluvia de ideas para lograr llegar al eslogan que identificara la campaña, se obtuvo la frase:

***“Yo apoyo sus sueños”***

Frase que expresa el respaldo a una educación para los niños, trabajando por brindar un mejor futuro para nuestra infancia y apoyando a lograr cumplir sus sueños.

***“Yo apoyo sus sueños”***

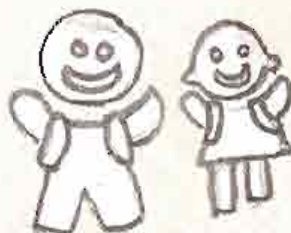




## Bocetación

Una vez definido el eslogan de la campaña se inicia con la búsqueda de la imagen, símbolo, signo, etc. que complemente al imagotipo. A continuación se procede a vectorizar y agregar color, con el fin de lograr una mejor apreciación del boceto.

Una vez escogida la imagen, se prosigue a bocetar el Identificador visual, agregando el texto correspondiente y el color. Buscando la opción más funcional.





Al ser presentada esta propuesta gusto el concepto, pero debió corregirse el color azul, pues como primera pieza se enviarían a bordar unas chaquetas del mismo color lo que significaría que el texto del identificador de la campaña no sería legible.

## Diseño Final

Las correcciones se realizaron y a continuación se presentó esta propuesta, la cual fue aprobada por el cliente.



Colores



**C:100% M:0% Y:0% K:0%**  
**R:0% G:160% B:227%**



**C:0% M:60% Y:60% K:0%**  
**R:240% G:131% B:101%**



**C:0% M:20% Y:100% K:0%**  
**R:254% G:204% B:0%**



**C:0% M:60% Y:100% K:0%**  
**R:0% G:60% B:100%**



**C:0% M:100% Y:100% K:0%**  
**R:227% G:30% B:36%**



**C:40% M:0% Y:100% K:0%**  
**R:176% G:203% B:31%**



**C:0% M:0% Y:100% K:0%**  
**R:255% G:237% B:0%**



**C:92% M:21% Y:100% K:9%**  
**R:5% G:130% B:63%**



**C:3% M:8% Y:35% K:70%**  
**R:249% G:232% B:185%**



**C:0% M:100% Y:0% K:0%**  
**R:229% G:9% B:127%**



**C:20% M:80% Y:0% K:20%**  
**R:174% G:74% B:132%**

## Una tinta



## Positivo - Negativo



## Planimetría: Proporciones gráficas.



## Tamaño mínimo



## Tipografía Utilizada

### ZONAS VIP

Bauhaus 93 Font

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Yo apoyo  
sus sueños

Vogue Font

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Esta tipografía tiene algunas modificaciones

Una campaña para la erradicación  
del Trabajo Infantil

Geometr415 Blk BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



Diseño de Imagen y piezas publicitarias

## 6. Eco Parque Ntra. Señora de Fátima



Para este proyecto el cliente solicitó se diseñara la imagen central de la empresa junto a dos piezas de publicidad, entre ellas un adhesivo y un volante.

- **Descripción del trabajo:** Diseño de letrero principal, adhesivo y volante. El proyecto se desarrolla con el fin de dar una identidad al EcoParque y de promover educar al público sobre adoptar una actitud ecológica.
- **Target o público objetivo:** La pieza está dirigida a la comunidad del Municipio de Chachagüi y sus visitantes turistas.
- **Objetivo:** Se busca con las piezas darle una identidad al eco parque y generar una actitud ecológica en sus visitantes expresando un mensaje de conservación ecológica.
- **Características de la pieza:** Se debe incluir el nombre y los identificadores visuales de las instituciones patrocinadoras. Se entregarán tres piezas: Un letrero principal impreso en lona de 3 metros x 70 cm. Con soporte, 1000 adhesivos impresos en propalcote a full color y 1000 volantes a una tinta tamaño media carta.
- **Tiempo:** Se cuenta con un plazo de 3 semanas para la bocetación, corrección, aprobación, impresión, acabados, revisión y entrega de las piezas.

- **Presupuesto:** La entidad cuenta con el presupuesto necesario para el desarrollo de las piezas.
- **Aprobaciones:** La corrección, revisión y aprobación de la pieza se encargó la Ingeniera Agrónoma Paola Rosero, Directora UMATA.

**Investigación:** El Eco parque Nuestra Señora de Fátima, es un espacio dedicado a la promoción de una cultura ambiental, en donde se desarrollan actividades encaminadas a propiciar el cambio de hábitos ecológicos, mediante una actitud reflexiva y

participativa con el propósito de recuperar y conservar sano el entorno que nos rodea.

El Ecoparque se encuentra en el Municipio de Chachagúí, departamento de Nariño. Cuenta con zonas de relajación, entretenimiento y educación ecológica.

**Bocetación:** A partir de investigación realizada se comenzó con el diseño del letrero principal, en donde se busco exaltar el concepto de naturaleza, por lo que se desarrollaron las siguientes propuestas.



Esta propuesta se realizó acatando las sugerencias del cliente, en donde pedía que el letrero fuera de color verde con imágenes de guaduas. Al no llenar las expectativas del cliente se realizó una propuesta más para la cual el cliente solicitó se incluyera una fotografía de su archivo, en la que muestra la construcción con ladrillos ecológicos.



Observando el resultado del letrero, se concluyó que no funcionaba como solución a la necesidad del cliente; así que tratando de integrar los elementos que la entidad deseaba, se decidió construir un muro con vectores de botella similar a los ladrillos ecológicos antes mostrados. Puliendo un poco más el diseño. Lo cual dio como resultado final la siguiente pieza, recibiendo la aprobación por el cliente.

También se diseñaron otras piezas que apoyan la campaña ecológica llevada a cabo por el cliente.

 Identificador Visual Final



 Diseño de Calcomanía



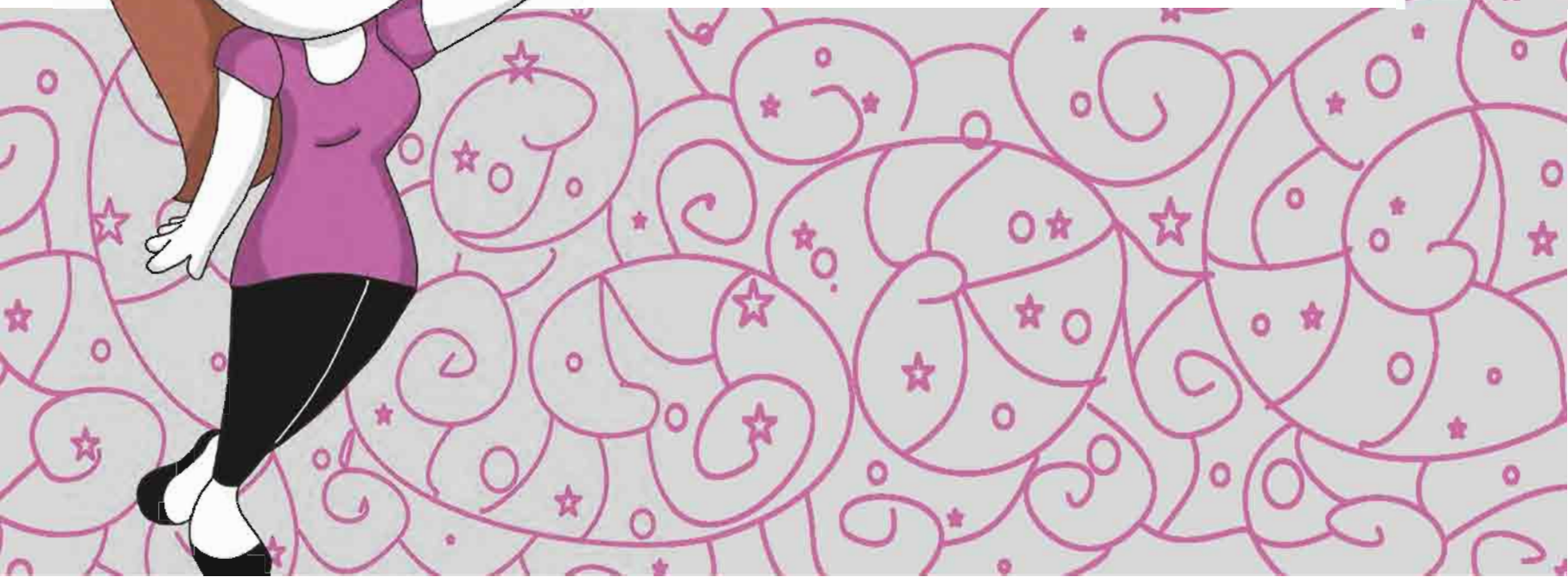
 Diseño de Volante







**Anexos**



A continuación se presentan algunos de los proyectos realizados en la tipografía, en estos no se ahonda en el proceso de diseño puesto que su realización se hizo de forma inmediata y su complejidad fue baja.



**1** Tarjetas de Invitación



**2** Tarjetas de Invitación



**3** Tarjetas Lord



**4** Revista maternidad y Salud  
Policía Área sanidad



**5** Menú, Tarjeta de presentación  
Factura de venta La Villa



**6** Plegable carnavales  
Mnpio. Santacruz - Guachavés



**7** Volantes



**8** Papelería Institucional Hospitalaria



**9** Periódico informativo datos EPS  
asignada - Alcaldía de Pasto



**10** Manual de Convivencia y diplomas Colegio Ntra. Sra. de Las Lajas



**11** Tarjetas de presentación



**12** Volante y tarjeta de presentación



**13** Carnet de identificación, Tarjeta de presentación y adhesivo tipo imán Greenenergy Ascensores



14 Tarjetas Festivas



15 Carnets de identificación



16 Pendones



16 Pendones

# Conclusiones



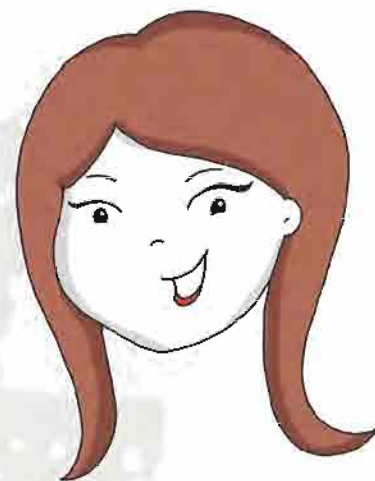
Conclusion!!

- La modalidad de pasantía es un recurso importante y útil en la formación de un diseñador, pues el enfrentarse al mundo laboral real brinda la oportunidad de crecer tanto personal como profesionalmente, descubriendo, conociendo y desarrollando las fortalezas, sopesando las falencias y adversidades lo cual logra formar un carácter mucho más profesional y ajustada a las necesidades reales del sector.
- El diseño es Parte fundamental de la vida de un producto, no solo desde su concepción sino también desde los diversos procesos que permiten cumplir las metas y expectativas del mismo. Es ahí en donde se interviene en la empresa, pues como primer contacto con esta se detecta que una de las principales falencias en el proceso de diseño fue la desestimación del diseño mismo, básicamente porque en el pasado se emplearon para el cargo de diseñador profesionales de otros campos sin los conocimientos fundamentados y aprobados para el desempeño de dicha función, dando como resultado que no se satisficieran las necesidades comunicacionales de los clientes, ocasionando así una disminución en el ingreso económico y reconocimiento de la empresa.
- El sector empresarial de la ciudad, no cuenta con una visión acertada de lo que el diseño significa dentro de la creación de mensajes comunicacionales, es por esto que el desarrollo e implementación de una metodología de diseño dentro de una empresa como la mencionada anteriormente, con el fin de mejorar tanto el contacto con el cliente como los resultados, es un logro bastante grande que parte del interés personal por demostrar la importancia y valiosa intervención de esta disciplina en el momento de brindar soluciones efectivas a necesidades de comunicación visual; demostrando que la implementación de un proceso acertado de diseño repercute en el renombre y el aumento de ingresos para la empresa.
- El contacto directo con clientes que solicitan soluciones gráficas, permite al diseñador establecer un nuevo esquema mental, el cual no se centra solo en entregar resultados a tiempo y bajo estándares de calidad, sino en que dichos resultados generen el impacto necesario dentro de la sociedad, teniendo en cuenta siempre los objetivos del cliente, los parámetros empresariales y sobre todo el público objetivo. La interacción con clientes, forja además un comportamiento



humano que brinda un valioso crecimiento personal al Diseñador.

- Si bien la empresa Districomputo no es una agencia de diseño como tal, permite al Diseñador moverse en diferentes aspectos empresariales y administrativos que aportan a su conocimiento y experiencia profesional; la dinámica de la misma, sobre la cual el Diseñador debe generar continuamente propuestas a diferentes necesidades y responder a un cronograma de trabajo, permite que el Diseñador se encuentre en constante búsqueda de inspiración, actualización en tendencias de diseño y demás, logrando cultivar en él una mentalidad ágil y en constante movimiento.
- El contacto con el área de la impresión permite al Diseñador formarse integralmente como profesional capaz de resolver problemáticas gráficas partiendo de los conocimientos adquiridos en el área, brindando variedad de opciones y soluciones a las necesidades comunicacionales de la sociedad.
- El aprendizaje, el conocimiento y el desarrollo de habilidades son grandes valores agregados que se obtienen a través de la experiencia, de la vivencia y confrontación con diferentes situaciones que se asumen como retos y que hacen del diseñador un profesional ingenioso, autodidacta, dinámico y apto para su desarrollo en el campo empresarial.





# Bibliografía

- Norberto Chaves, MARIA AUTOR LEDESMA. 1997. *Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos Volumen 9 de Paidós Estudios de Comunicación.* Editorial Paidós S.A.I.C.F.,
- José Luis Navarro Lizandra. 2007. *Fundamentos del Diseño.* Editorial Universitat Jaume I,
- Adrian Shaughnessy.2006. *Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma.* Editorial Index Book. 2da edición.

## Páginas de Consulta

- Definición de pasantía: <http://es.scribd.com/doc/3794574/Que-son-las-pasantias>
- [http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS\\_187817/lang--es/index.htm](http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/features/WCMS_187817/lang--es/index.htm) . *Artículo | 22 de agosto de 2012, Hans von Rohland ,rohland@ilo.org*
- <http://es.scribd.com/doc/7033090/8/Las-planchas>
- [http://www.macgraf.com.ar/Zona.php?name=Caracteristias\\_Tecnicas&op=Heidelberg](http://www.macgraf.com.ar/Zona.php?name=Caracteristias_Tecnicas&op=Heidelberg)
- Clases de ilustración: <http://www.slideshare.net/maestralejandrac11/ilustracin-v>
- Informe de actividades marco de desarrollo de la politica para la prevencion erradicacion del TI. : [http://apps.mintrabajo.gov.co/siriti/info/desarrollo\\_de\\_la\\_politica\\_para\\_la\\_prevencion\\_erradicacion\\_del\\_TI.pdf](http://apps.mintrabajo.gov.co/siriti/info/desarrollo_de_la_politica_para_la_prevencion_erradicacion_del_TI.pdf)
- <http://oitcolombia.org/trabajo-infantil/juego-oit/>





San Juan de Pasto 2013

