



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de campaña social de CEPREDENAC
para comités de Reducción de Riesgo de Desastres
del sector privado en el área metropolitana de Guatemala**

Proyecto de Graduación desarrollado por
Mildred Sofía Pivaral Ibarra



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de campaña social de CEPREDENAC
para comités de Reducción de Riesgo de Desastres
del sector privado en el área metropolitana de Guatemala**

Proyecto de Graduación desarrollado por
Mildred Sofía Pivaral Ibarra
para optar al Título de Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, abril de 2021.

«Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala».

> NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

MSc. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio De León Vilaseca
Secretario Académico

TRIBUNAL EXAMINADOR

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio De León Vilaseca
Secretario Académico

Licda. Erika Grajeda
Asesora Metodológica

Lic. Francisco Javier Donis
Asesor Gráfico

Mgtr. Julie Grajeda Grajeda-Bradna
Tercer asesora

> AGRADecIMIENTOS

A Dios

Por respaldarme en cada paso. Sé que fue su voluntad el tenerme aquí. No solamente es mi Salvador, sino también el Señor y dueño de mi vida. Todo se lo debo a Él.

«Que toda la gloria sea para Él, quien es el único Dios, nuestro Salvador por medio de Jesucristo nuestro Señor. ¡Toda la gloria, la majestad, el poder y la autoridad le pertenecen a Él desde antes de todos los tiempos, en el presente y por toda la eternidad! Amén». Judas verso 25, NTV.

Mi Dios, mi padre, todo te lo debo a ti. Gracias por tu amor, tu provisión y por siempre estar conmigo. No tendría propósito sin ti.

A mis padres

Por ser guía y corrección en mi vida. Gracias por amarme, por ser cercanos a mí, por enseñarme todos los días. Gracias por acompañarme en todas mis etapas de vida y darme su apoyo incondicional. Los amo inmensamente.

A mi hermano

Mi hermano menor que siempre ha tenido un corazón enorme. Gracias por siempre apoyarme y tenerme paciencia. Tu apoyo ha sido vital para mí. Gracias por ser mi amigo y fiel alero. Te amo mucho, nene.

A la Universidad San Carlos de Guatemala y mis asesores

Estaré siempre agradecida con cada profesor que compartió su conocimiento conmigo y me enseñó a trabajar con pasión y excelencia.

Muchas gracias a la Licda. Erika Grajeda, Lic. Javier Donis y Licda. Julie Grajeda por asesorarme y acompañarme en este proceso. Les aprecio mucho.

A Iglesia Evangélica Jeriel

Mi casa, donde está la familia extendida que Dios me dio. Gracias por sus oraciones y apoyo. Tefy, Sofi, Ruth, Humberto, Anita, Berna, Majo, Giova, y al grupo de Jóvenes Shalom. Agradezco mucho a Dios, pues disfruto la vida junto a ustedes.

Gracias a mis grandes líderes: Uri, Nataly, Ernesto y Raquel. Gracias por escucharme, por aconsejarme y amarme. Los quiero mucho.

A mis amigos

Gracias a mis amigas del colegio: Daniela y Heather. Qué grato es llegar a este momento y que ustedes sean parte. Siempre sé que puedo contar con ustedes. Gracias por acompañarme en este camino, y por orar por mi.

Gracias a mis amigos en SETECA: Irania, Roger, Anita, Billy, Loida y René. Gracias por estar pendientes de mi en este proceso. Gracias por sus oraciones y su apoyo. Los quiero mucho.

Gracias a mis colegas, a mis amigos que conocí en la universidad: Cristy, Tania, Kristhel y Jesús. Gocé muchísimo este camino junto a ustedes. Han dejado huella en mi corazón. Los quiero como no tienen idea.

Mil gracias a Alejandra Carías. Al inicio este proceso fue difícil, pero tenerte ahí todos los días fue la manera en que Dios me respaldó. Me sentí apoyada y mucho más tranquila. Gracias por todo, te admiro mucho.

A mis amigos del alma

Valerie, Odalis y Rodrigo. Las palabras nunca me alcanzarán para agradecerles su apoyo y cariño. La amistad es un tesoro, lo sé porque los tengo a ustedes. Los admiro, respeto y amo mucho. Gracias por estar conmigo.

A Duván, mi querido amigo en el cielo

Tu partida me enseñó a apreciar aún más la vida y a aprovechar el tiempo. Te extraño todos los días, pero sé que cumpliste tu propósito en esta tierra. Tu amistad vale oro, nunca te olvidaré. Te amo mucho.

> ÍNDICE

Presentación	
Capítulo 1: Introducción	10
1.1 Antecedentes	11
1.2 Definición y delimitación del problema de comunicación visual	12
1.3 Justificación del proyecto	13
1.4 Objetivos	14
Capítulo 2: Perfiles	15
2.1 Perfil de la institución	16
2.2 Perfil del grupo objetivo	17
Capítulo 3: Planeación operativa	24
3.1 Diseño de ruta crítica o flujograma	25
3.2 Cronograma de trabajo	27
3.3 Previsión de recursos y costos	29
Capítulo 4: Marco Teórico	30
4.1 Guatemala: País con amenazas múltiples	31
4.2 El diseño publicitario aportando a la sociedad	36
Capítulo 5: Definición creativa	41
5.1 Elaboración de briefing de diseño	42
5.2 Recopilación de referentes visuales	43
5.3 Descripción de la estrategia de las piezas de diseño	44
5.4 Definición del concepto creativo y premisas de diseño	45
Capítulo 6: Producción gráfica y validaciones	48
6.1 Nivel 1 de visualización (bocetaje inicial y autoevaluación)	49
6.2 Nivel 2 de visualización (bocetos más avanzados y validación con expertos)	56
6.3 Nivel 3 de visualización	68
6.4 Fundamentación de la propuesta final	78

Capítulo 7: Síntesis del proceso	91
7.1 Lecciones aprendidas	92
7.2 Conclusiones	92
7.3 Recomendaciones	93
Capítulo 8: Referencias	95
Anexos	97
Anexo 1 Tamaño de la muestra	97
Anexo 1.1 Gráficas de características sociodemográficas	92
Anexo 1.2 Gráficas de características sociodemográficas	92
Anexo 1.3 Gráficas de relación entre el grupo objetivo y la institución	93
Anexo 2 Instrumentos	100
Anexo 3 Utilización de herramienta de investigación para encontrar insight	
Anexo 4.1 Brainstorming con personas del grupo objetivo	100
Anexo 4.2 Técnica creativa: Mapa mental	101
Anexo 4.3 Técnica creativa: Relaciones forzadas	101
Anexo 5 Instrumento y resultados de validación con profesionales del diseño	102
Anexo 6 Instrumento y resultados de validación con expertos en el tema	102
Anexo 7 Instrumento y resultados de validación con grupo objetivo	102
Anexo 8. Cotizaciones para material impreso	103
Anexo 8.1 Litografía Punto Creativo	103
Anexo 8.2 Visión Digital	104
Anexo 8.3 Nook Design Studio	105

> PRESENTACIÓN

El Centro de Coordinación para la Prevención de los Desastres en América Central y República Dominicana (CEPREDENAC) contribuye a la reducción de la vulnerabilidad y el impacto de desastres naturales y antropológicos en la región centroamericana y República Dominicana. Fomenta alianzas entre el sector público y privado para tener una población informada, con cultura de prevención y preparada para responder al momento en que un desastre suceda. No obstante, CEPREDENAC carece de material diseñado para crear impacto, y con este, hacer conciencia del alto riesgo de desastres que existe.

El presente proyecto de grado plantea el diseño gráfico de una campaña social cuyo grupo objetivo es el sector privado del área metropolitana de Guatemala, en vista de que dicho sector está integrado por innumerables empresas que albergan en sus instalaciones a decenas de personas que deben saber cómo actuar y resguardarse en caso de enfrentar desastres de cualquier tipo. Idealmente todas estas empresas deberían contar con un plan de prevención para afianzar su seguridad industrial; sin embargo, es un hecho real que la mayoría no lo tienen.

Por otra parte, es importante indicar que el grupo objetivo, en muchos casos, desconoce sobre la existencia de CEPREDENAC y sus funciones en Guatemala, por lo que la campaña social; además, contribuirá a la difusión de las labores del Centro y a promover la educación en prevención.

Finalmente, cabe indicar que, con la difusión de la campaña social, se pretende que el grupo objetivo se concientice e informe sobre los planes de acción que deben implementar en sus sedes, en caso de desastres y para contribuir con acciones que fomenten en la población guatemalteca, una cultura de prevención.

> CAPÍTULO 1

> **Introducción**

- > **1.1** Antecedentes
- > **1.2** Definición y delimitación del problema de comunicación visual
- > **1.3** Justificación del proyecto
- > **1.4** Objetivos

> ANTECEDENTES

En marzo del 2015 se iniciaron una serie de cumbres impulsadas por las Naciones Unidas, específicamente por la Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción del Riesgo de Desastres para definir un plan de acción y así avanzar hacia el Desarrollo Sostenible a nivel mundial. En la primera cumbre celebrada en Sendai, Japón, se adoptó el Marco de Sendai para la Reducción de Riesgo de Desastres 2015-2030, el cual es un instrumento con metas mundiales para anticipar, planificar y abordar la Reducción del Riesgo de Desastres. La región centroamericana afirmó su compromiso a nivel global al momento en que los Jefes de Estado y de Gobierno de los países del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) adoptaron el Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres. En junio de 2010 aprobaron la Política Centroamericana de Gestión Integral de Riesgo de Desastres (PCGIR) para utilizarse como la herramienta alineada a los acuerdos y compromisos internacionales. La PCGIR es el instrumento de política pública regional de mayor nivel en cuanto a riesgos de desastres.

A este contexto internacional, se incorpora el Centro de Coordinación para la Prevención de los Desastres en América Central y República Dominicana (CEPREDENAC) con sus diferentes Entes Rectores en República Dominicana y Centroamérica. Estos países acordaron en el 2014 un Plan Regional de Reducción de Riesgo de Desastres (PRRD), donde se implementó la PCGIR como el instrumento a seguir para la planificación, monitoreo y seguimiento de actividades para la reducción de riesgo de desastres. Es realmente oportuno que Guatemala cuente con un Ente Rector (Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres, CONRED) y las instalaciones del CEPREDENAC, pues Guatemala forma parte de una extensión territorial con amenazas múltiples.

Centroamérica es una zona en donde convergen placas tectónicas que mantienen a la región en un alto nivel de actividad sísmica y erupciones volcánicas. Otras amenazas son causadas por los efectos del cambio climático, tales como: inundaciones, sequías, deslizamientos, incendios forestales, etc, haciendo que esta región sea la segunda región más vulnerable del mundo en cuanto a riesgos climatológicos. A todo esto, se agrega el hecho de que Centroamérica es muy vulnerable a nivel social, económico y político. La región incrementa sus debilidades ante los desastres, en vista de que una vez acaecidos, debe enfrentar grandes inversiones económicas en salud, reconstrucción de infraestructura y pérdidas humanas, muchas veces causadas por la ignorancia de la población al no considerar el alto riesgo de desastre que enfrentan. De acuerdo al *Informe regional del estado de la vulnerabilidad y riesgos de desastres en Centroamérica*, los desastres han aumentado más de cuatro veces en los últimos 50 años (con respecto a la década de 1970). Otros datos importantes se encuentran en el Índice de Riesgo

Climático Global. Este señala que en Centroamérica los desastres naturales provocan pérdidas anuales que equivalen alrededor del 1.7% del Producto Interno Bruto (PIB) (*Índice de Riesgo Climático Global*, Germanwatch. Marzo 2019).

De igual manera, en el *Informe Mundial de Riesgo de Desastres del Instituto para el Medio Ambiente y la Seguridad Humana* de la Universidad de las Naciones Unidas (UNU-EHS), se califica el riesgo de desastres para 171 países alrededor del mundo, de acuerdo a cinco amenazas de origen natural, siendo estas: sismos, huracanes, inundaciones, deslizamientos y aumento del nivel del mar.

Se califica a un país en riesgo de desastre si este combina las áreas propensas y las condiciones sociales, económicas y ecológicas. Entre los 15 países con mayor riesgo en el mundo, se encuentran cuatro de la región centroamericana: Guatemala (4), Costa Rica (8), El Salvador (11) y Nicaragua (14). Con estos datos preocupantes, se necesita una respuesta adecuada al problema. Para los países del SICA, ese instrumento es la PCGIR, que abarca un periodo de acción que va del 2017 al 2030.

Los Entes Rectores de Protección Civil son los responsables de contribuir con la implementación de la PCGIR y el CEPREDENAC es el encargado de velar por el cumplimiento de la política en los territorios de sus países miembros.

El CEPREDENAC realiza diferentes proyectos para cumplir con sus objetivos y principios. Cuenta con la Academia Regional Centroamericana de Búsqueda y Rescate (AC-BYR) que abre las puertas de sus instalaciones en Costa Rica para capacitar y preparar a los bomberos, personal de Cruz Roja, voluntarios y otros interesados en el área de búsqueda, rescate, protección y seguridad.

Así mismo, el CEPREDENAC fomenta el accionar en temas como inversión pública y privada, desarrollo de conocimiento científico-técnico, educación, salud y el enfoque de derechos de género, inclusión y transculturalidad en la Gestión Integral de Riesgo de Desastres (GIRD). Se espera que estas acciones contribuyan a formar una población centroamericana mejor informada, educada y con una cultura de prevención.

> DEFINICIÓN Y DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

CEPREDENAC carece de material diseñado específicamente para crear impacto y posterior llamado a la acción de prevención. Esto es necesario porque la mayor parte de las empresas del sector privado ubicadas en el área metropolitana de Guatemala, no cuentan con un plan de prevención de desastres. De igual manera sus directivos, o propietarios, no son conscientes del carácter imprevisible e inminente de los desastres; y de que sus consecuencias, pueden llegar a ser devastadoras, tanto por la pérdidas de vidas humanas, como económicas.

Además de ello, las personas a cargo de comités, comisiones o equipos encargados de la prevención de riesgo de desastre en grandes instituciones privadas en el área metropolitana de Guatemala desconocen sobre el CEPREDENAC y sus funciones en Guatemala.

> JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

> Trascendencia del proyecto

La intervención del diseño gráfico en el proceso de solución del problema de comunicación visual diagnosticado en el CEPREDENAC, tuvo impacto en los siguientes niveles: nivel gráfico, nivel de comunicación visual y nivel macro en área metropolitana de Guatemala.

El impacto a nivel gráfico se evidenció en que el material diseñado expuso la información del CEPREDENAC, utilizando códigos visuales y verbales acerca de la prevención de desastres y, de esta manera, el grupo objetivo, accedió, a través de esta comunicación visual, a materiales que contienen temas de protección civil. A nivel macro, en el área metropolitana de Guatemala, se contribuirá a la formación de una población educada, con una cultura de prevención ante el riesgo de desastres, mejor y bien informada.

En cuanto al beneficio a largo plazo que se alcanzará al intervenir con una solución de diseño gráfico, será que las personas a cargo de equipos de prevención de riesgo de desastre en grandes instituciones privadas en el área metropolitana de Guatemala, considerarán el tener a sus subordinados mejor preparados para atender y responder ante una emergencia de manera efectiva, evitando la mayor cantidad posible de pérdidas humanas y heridos.

Se pretende que el CEPREDENAC esté posicionado en la mente del grupo objetivo, al tratar temas de prevención de riesgo de desastres, pero este puesto lo ocupa principalmente la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED); sin embargo, CONRED está bajo la cobertura de CEPREDENAC (esto es, CEPREDENAC aglutina a las «CONREDES» de Centroamérica y República Dominicana). Por tanto, es conveniente que el grupo objetivo conozca el trabajo e importantes aportes que CEPREDENAC realiza a nivel regional y nacional. Además de ello, la mayoría de estos equipos desconoce sobre los planes de prevención que brinda CEPREDENAC a través de CONRED. La planificación para el manejo de emergencias ayuda a identificar los riesgos a los cuales está expuesta una empresa, las áreas críticas y la mejor forma de protegerla. También implica planear cómo dará continuidad a la operación y cómo alcanzará la recuperación completa.

> Incidencia del proyecto

La intervención del diseño gráfico a través de este proyecto aportó lo siguiente:

- Concientizar sobre el alto riesgo de desastres que, por su localización geográfica, presenta Guatemala como parte del territorio centroamericano, el cual constituye una zona en donde convergen placas tectónicas que mantienen a la región en altos grados de actividad sísmica y erupciones volcánicas. Así también, expuesta a otras amenazas causadas por los efectos del cambio climático, tales como: inundaciones, sequías, deslizamientos de tierra, incendios forestales y otros fenómenos.
- Llamar a la conciencia al grupo objetivo para instarlos a capacitarse y prepararse para responder ante una emergencia.
- CEPREDENAC tendrá material digital y editorial informativo disponible para distribuirse al grupo objetivo.

> Factibilidad del proyecto

- El proyecto se consideró factible en vista de lo siguiente:
- **Accesibilidad a información:** El contenido necesario para alimentar el proyecto se gestionó y supervisó por parte del Departamento de Comunicación del CEPREDENAC; específicamente, por parte de la licenciada Jennifer Vásquez De León quien, junto a otros compañeros, se encarga de recabar información importante de las actividades que realiza el CEPREDENAC. Este equipo también está a cargo de tomar fotografías durante los eventos institucionales y mantener actualizadas las redes sociales y página web mediante la publicación de la información más reciente.
- **Apoyo de especialistas:** CEPREDENAC cuenta con una alianza de instituciones público-privadas para la reducción de riesgo de desastres y programas para capacitar a las personas de estas instituciones.
- **Confiabilidad:** CEPREDENAC ha trabajado con otros especialistas de diseño gráfico en el pasado, por lo cual se cuenta con la confianza de las autoridades en el trabajo que el diseñador puede realizar.

> OBJETIVOS

> Objetivo general

Contribuir con CEPREDENAC mediante el diseño de una campaña social para comités de reducción de riesgo de desastres, dirigida al sector privado del área metropolitana de Guatemala, para que dicho sector sea mejor informado y adquiera una cultura de prevención ante el riesgo de desastre, y así implementen planes de prevención en sus empresas.

> Objetivo específico de comunicación

Concientizar al sector privado metropolitano del país, acerca del riesgo de desastre al que se exponen en caso de no contar con planes de prevención; motivándolos a la acción para que sean implementados dichos planes en sus empresas.

> Objetivo específico de diseño

Diseñar la campaña social del CEPREDENAC, dirigida a los Comités de Reducción de Riesgo de Desastres del sector privado en el área metropolitana de Guatemala, cuyo contenido tenga un énfasis conceptual y connote el mensaje de concienciación sobre la cultura de prevención y llamado a la acción de implementar un plan de prevención.

> CAPÍTULO 2

> Perfiles

- > 2.1 Perfil de la institución
- > 2.2 Perfil del grupo objetivo

> PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

> Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución: Protección Civil

La protección civil es un conjunto de actividades que, con apoyo gubernamental, se aplican en la mayoría de los países y tienen como objetivo apoyar a las poblaciones que habitan en zonas vulnerables para hacer frente a los desastres naturales o antropogénicos (causados por el hombre). También se refiere a un conjunto de personas representativas de una comunidad que desarrollan y ejecutan actividades de protección civil en un determinado lugar, orientando las acciones a proteger la integridad física de la población y su patrimonio, ante los efectos de los fenómenos naturales o tecnológicos que generan desastres.

> Historial de la Institución

El Centro de Coordinación para la Prevención de los Desastres en América Central y República Dominicana (CEPREDENAC) se creó en 1987 como un organismo regional de carácter intergubernamental que coordina, promueve y facilita actividades para el fortalecimiento de los Entes Rectores regionales utilizando como referencia la Política Centroamericana de Gestión Integral de Riesgo de Desastres (PCGIR) y el Plan Regional de Reducción del Riesgo de Desastres (PRRD). Los Entes Rectores de Protección Civil y Gestión Integral de Riesgo de Desastres Miembros del CEPREDENAC son los siguientes:

- **Guatemala:** Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres (CONRED)
- **Costa Rica:** Comisión Nacional de Prevención de Riesgos y Atención de Emergencias (CNE)
- **El Salvador:** Dirección General de Protección Civil, Prevención y Mitigación de Desastres (DGPC)
- **Honduras:** Comisión Permanente de Contingencias (COPECO)
- **Nicaragua:** Sistema Nacional para la Prevención, Mitigación y Atención de Desastres (SINAPRED)
- **Panamá:** Sistema Nacional de Protección Civil (SINAPROC)
- **República Dominicana:** Defensa Civil

> Filosofía: misión, visión, valores o principios, objetivos, etc.

Objetivos:

Objetivo General:

- El objetivo general del CEPREDENAC es contribuir a la reducción de la vulnerabilidad y el impacto de desastres, como parte integral del proceso de transformación y desarrollo sostenible de la región, en el marco del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), a través de la promoción apoyo y desarrollo de políticas y medidas de prevención, mitigación, preparación y gestión de emergencias.
- La promoción del desarrollo de los organismos encargados de la detección, estudio, seguimiento, monitoreo y pronóstico oportuno de los fenómenos naturales, así como del intercambio de información y conocimientos en el ámbito regional.

Objetivos específicos:

- La promoción y desarrollo de una cultura centroamericana de prevención y mitigación de desastres, a través de la educación, la preparación y la organización de los diferentes factores sociales y económicos de la región.
- Contribuir a la reducción de la vulnerabilidad de los sectores sociales y productivos, la infraestructura y el ambiente.
- Contribuir al aumento del nivel de seguridad de los asentamientos humanos, la infraestructura y de las inversiones concretas para el desarrollo social y económico.
- Promover la inclusión de las variables de prevención, preparación y mitigación de riesgo en los planes, programas y proyectos de desarrollo sostenibles en el ámbito local, nacional y regional.
- Promover la incorporación de la reducción de riesgos en las estrategias, políticas, planes y acciones de las organizaciones de la integración centroamericana, en todos los sectores, en el marco de las Bases de Coordinación adoptadas por las instituciones del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA).
- Contribuir a la adopción y ejecución de medidas integradas de recursos hídricos, promoviendo la declaración y tratamiento de las cuencas hidrográficas como unidades ecológicamente indivisibles, en el marco de las políticas de desarrollo fronterizo adoptadas voluntariamente por los países.
- El fortalecimiento de las instituciones y actividades destinadas a la preparación, respuesta de las emergencias, la organización y puesta en funcionamiento del Mecanismo Regional de Ayuda Mutua ante Desastres.
- Contribuir a un mejor ordenamiento del territorio como medio para reducir la vulnerabilidad.
- Fortalecer los Sistemas Nacionales de Prevención, Mitigación y Atención de Desastres, mediante la promoción y coordinación en el ámbito nacional y regional de acciones multisectoriales, interdisciplinarias e interinstitucionales, y de capacitación para el diseño y ejecución de políticas de gestión de riesgos a nivel local, nacional y regional.
- Contribuir a la integración centroamericana en todos los ámbitos, para hacer de Centroamérica una Región de Paz, Libertad, Democracia y Desarrollo, y al fortalecimiento del nuevo modelo de seguridad regional establecido en el Protocolo de Tegucigalpa y el Tratado Marco de Seguridad Democrática en Centroamérica.

Ejes articuladores

Los Ejes Articuladores del accionar de CEPREDENAC se establecen en la Política Centroamericana de Gestión Integral de Riesgo de Desastres (PCGIR) armonizada con el Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres 2015-2030.

A. Reducción del Riesgo de Desastres en la Inversión Pública y Privada para el Desarrollo Económico Sostenible.

B. Desarrollo y Compensación Social para Reducir la Vulnerabilidad.

C. Gestión del Riesgo de Desastres y su relación con el Cambio Climático.

D. Gestión Territorial, Gobernabilidad y Gobernanza.

E. Gestión de los Desastres y Recuperación.

Principios:

El respeto y preservación de los Derechos Humanos consagrados en las Constituciones de los Estados parte y los Tratados Internacionales ratificados por cada uno de los Estados miembros.

El respeto a los principios y normas consagradas en la Carta de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y de la Organización de los Estados Americanos (OEA), así como de los principios contenidos en los Protocolos de Tegucigalpa y Guatemala, en el Tratado Marco de Seguridad Democrática en Centroamérica y la Alianza para el Desarrollo Sostenible (ALIDES), así como de los principios contenidos en la Declaración de Guatemala II.

La integración centroamericana en todos los ámbitos, como aspiración legítima de los pueblos de la región.

La solidaridad centroamericana, como expresión de la profunda interdependencia, origen y destino común de los pueblos de la región y la ayuda mutua de carácter humanitario frente a los desastres.

La participación de la población en la prevención, mitigación y atención de desastres, a través de sus múltiples expresiones organizadas y el fomento de la participación directa de los beneficiarios en las diferentes actividades de cooperación en materia de prevención, mitigación y atención de desastres.

Funciones:

- Promover y coordinar la cooperación internacional y el intercambio de información, experiencia y asesoría técnica y científica en materia de prevención, mitigación y atención de desastres, canalizando la ayuda técnica y financiera que se logre obtener según las necesidades de cada país.
- Desarrollar las tareas que le asigne el consejo de representantes de acuerdo a los planes y manuales aprobados.
- Promover la integración y el aprovechamiento de los mecanismos existentes en la región con el objeto de registrar y sistematizar la información relacionada con la prevención, mitigación, respuesta, impacto y recuperación de desastres, en una forma dinámica, interactiva y accesible.

> Servicios que presta a diversos usuarios

Cuentan con cobertura en América Central y República Dominicana. Ofrecen capacitaciones y planes para educar una cultura centroamericana de prevención y mitigación de desastres.

> Identidad y comunicación visual

1. Logo: El isologo del CEPREDENAC está basado en el signo distintivo internacional de protección civil, que consiste en un triángulo equilátero azul, sobre un fondo color naranja, definido en el artículo 66 del Protocolo Adicional de la Convención de Ginebra. Este cuenta con sus versiones en full color, positivo negro, positivo color y negativo blanco.

2. Manual institucional: Contiene las normativas para la utilización del logo y línea gráfica del CEPREDENAC. En su contenido forma parte la construcción del logo, área de seguridad, códigos de color, tipografías, aplicaciones incorrectas, etc.



Isologo versión full color
CEPREDENAC, 2019



Isologo versión negativo blanco
CEPREDENAC, 2019

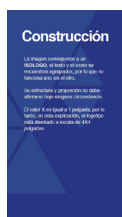


Portada Manual de Identidad Institucional CEPREDENAC, 2019



Códigos cromáticos CEPREDENAC, 2019

CMYK					
C 0%	M 0%	Y 100%	K 0%	C 70%	M 0%
C 0%	M 0%	Y 100%	K 0%	C 70%	M 0%
C 0%	M 0%	Y 100%	K 0%	C 70%	M 0%
C 0%	M 0%	Y 100%	K 0%	C 70%	M 0%
RGB					
R 255	G 0	B 0	R 255	G 0	B 0
R 255	G 0	B 0	R 255	G 0	B 0
R 255	G 0	B 0	R 255	G 0	B 0
R 255	G 0	B 0	R 255	G 0	B 0
PANTONE Solid Coated					
PANTONE 123C	PANTONE 286C	PANTONE 381C	PANTONE 123C	PANTONE 286C	PANTONE 381C
PANTONE Metallic Coated					
PANTONE 8043C	PANTONE 8043C	PANTONE 8053C	PANTONE 8043C	PANTONE 8043C	PANTONE 8053C



Construcción de Isólogo CEPREDENAC, 2019

3. Memoria de Labores 2017: En su última versión en el año 2017, se recopilaron todas las notas de actividades realizadas a nivel regional.

4. Revista PREVENIR: Revista que reúne historias de vida y buenas prácticas en gestión de riesgo de desastres.

5. Sitio web: Sitio principal de información de CEPREDENAC donde se cuenta con información institucional, de actividades, de entidades que apoyan, etc.

6. Redes sociales: CEPREDENAC cuenta con presencia en Facebook, Twitter, YouTube y Flickr.

7. Tarjeta de presentación: Con información institucional de cada persona que labora en CEPREDENAC.

8. Banner: Utilizado en diferentes actividades institucionales y sociales de CEPREDENAC.

9. Carpeta: Pieza institucional utilizada en conferencias y eventos de CEPREDENAC. Este se dobla por la mitad para tener el tamaño oficio.

10. Firma electrónica: Utilizada principalmente en los pies de los correos electrónicos institucionales.

11. Hoja membretada: Utilizada para documentos institucionales.

12. Plantilla para Power Point: Apoyo visual a utilizar en presentaciones institucionales.

13. Cuaderno: De pasta dura, espiral, con línea gráfica aplicada.

14. Campañas: Se construye un concepto y línea gráfica para cada uno de los proyectos que realizan; esto con el propósito de que cada proyecto tenga individualidad y sea fácil de ubicar.



Portada Memoria de Labores 2017 CEPREDENAC



Sitio Web CEPREDENAC 2019



Facebook, CEPREDENAC 2019

> PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

> 1. Mapas de Empatía (SPICE/POEMS)



- **Social:** Necesita reconocimiento laboral por parte de sus superiores y respeto por parte de sus colegas y subalternos. Valorar el trabajo hecho es muy importante.
- **Physical:** Quiero estar preparado en caso se presente una emergencia y que las personas de la empresa donde me encuentro también lo estén.
- **Identity:** Se identifica como una persona que se preocupa por sus superiores, colegas y subalternos en cuanto a cómo responderán en caso se presente una emergencia.
- **Communication:** Quiere saber sobre temas de prevención de desastres y cuales son los lineamientos que su empresa debe cumplir para ser considerada una institución preparada ante el riesgo de desastre. Lee los diarios (en línea o físicos), ve los noticieros, está atento a las redes sociales.
- **Emotional:** Necesita que le comuniquen que está realizando bien su trabajo. Desea un lugar estable económicamente para desarrollarse como profesional y así llevar el sustento a su familia. También es importante la buena comunicación con sus compañeros de trabajo y personas con las que se relaciona diariamente.
- **People:** Encargados del departamento, comisión y equipo de prevención de riesgo de desastres.
- **Objects:** Material impreso con información de interés e importante.
- **Environments:** Oficinas, entradas a edificios, salas de reuniones.
- **Messages and media:** Brochures, documentos institucionales, redes sociales, página web.
- **Servicios:** Talleres y conferencias.

> 2. Características geográficas, sociodemográficas, socioeconómicas y psicográficas.

Características geográficas

El grupo objetivo se desarrolla en el área metropolitana de Guatemala (ciudad de Guatemala). Las instalaciones del CEPREDENAC se encuentran en el área metropolitana de Guatemala, por lo que son el grupo con el cual se puede tener un contacto más directo y rápido para informar. La ciudad de Guatemala está ubicada en el Valle de la Ermita con alturas entre los 1,500-1,600 (msnm) y las temperaturas medias oscilan entre los 10 y 25°C; Latitud: 14°37'15"N; Longitud: 90°31'36"O; Extensión: 996 km.

Características sociodemográficas

El grupo objetivo se encuentra en un rango de edad de 31 y 50 años. Son en su mayoría mujeres con estudios universitarios, casadas y con familias que dependen económicamente de ellos/as (gráficas en anexo 1.1).

Las personas encargadas de la protección civil en las empresas privadas del área metropolitana de Guatemala son personas con experiencia laboral y que, por lo tanto, se espera que conozcan los procedimientos y cuenten con el equipo necesario en caso de desastre.

Características socioeconómicas

El nivel socioeconómico del grupo objetivo se encuentra en los puntos D1, C3 y C2, con ingresos económicos mensuales entre Q5,000 y más de Q20,000. Las personas con ingresos menores a Q10,000 tienen puestos de asistentes o similar y las personas con ingresos mayores a Q10,000 tienen puestos de gerentes, coordinadores y planificadores.

Tienen como hábito de consumo el comprar equipamiento para la institución para responder a un desastre y darles el respectivo mantenimiento. Este equipo se utiliza como mínimo una vez al mes y su mantenimiento está a cargo de empresas que realizan mantenimiento a equipos de prevención.

Conocen el alto riesgo de desastre natural de Guatemala (tomando en cuenta que un 91% ha sido afectado por movimientos sísmicos y un 54% por el fenómeno del niño y la niña (época seca y época de lluvia), por lo cual cuentan con un plan básico de emergencia, por ejemplo, entrenamiento de primeros auxilios (gráficas en anexo 1.1).

Al estar conscientes del alto riesgo de desastre que se sufre en Guatemala, las empresas cuentan con el equipo y entrenamiento básico para atender una emergencia dentro de sus instalaciones. Son personas con medio y alto nivel socioeconómico, lo cual indica que al ser una empresa mediana o grande, pueden considerar invertir económicamente en capacitar a un equipo de primera respuesta y prevención de riesgo de desastre. Lo anterior, en vista de que invierten en el mantenimiento de equipo básico, como lo son rociadores y extintores.

Características psicográficas

Las personas encargadas de comité, comisión o equipo de prevención de riesgo de desastre en instituciones privadas en el área metropolitana de Guatemala, se han encargado de que, en sus respectivas empresas se cuente con señalización de emergencia y extinguidores. El 82% de las empresas disponen de luces de emergencia; el 54.5% con detectores de humo y un 18.2% con sistema de rociadores. Consideran estar preparados para atender una emergencia de menor rango, pero solamente un 27% de las personas encargadas reciben capacitación en temas de prevención de desastres o de equipos de primera respuesta, trimestralmente; y un 36.4% semestralmente.

Su cultura visual responde ante señalizaciones básicas de emergencia como identificar la señalética de escalera de emergencia, extintor y de un punto de reunión (gráficas en anexos 1.2).

Están en constante contacto con señalización básica de emergencia y consideran importante recibir capacitación en temas de prevención de desastres o de equipos de primera respuesta, no obstante, reciben muy poca (y muy básica) capacitación. Les interesa estar preparados para atender a sus empleados en el caso de una emergencia, pero desconocen de talleres de capacitación más especializados en los desastres naturales y protección civil.

>3. Relación entre el grupo objetivo y la institución

Resultados:

El CEPREDENAC tiene como prioridad el proveer a la población de herramientas y conocimientos que aporten a la prevención de desastres y el saber actuar al momento que se presente uno. Deben sensibilizar, concientizar y llamar a la acción (gráficas en anexo 1.3). No obstante, el grupo objetivo no conoce qué es el CEPREDENAC ni la función que éste lleva a cabo en el país. Esto es porque a nivel nacional, se ubica únicamente la Coordinadora Nacional para Reducción de Desastres (CONRED), pero desconocen que la CONRED es uno de los siete Entes Rectores de Protección Civil en la región centroamericana y de República Dominicana.

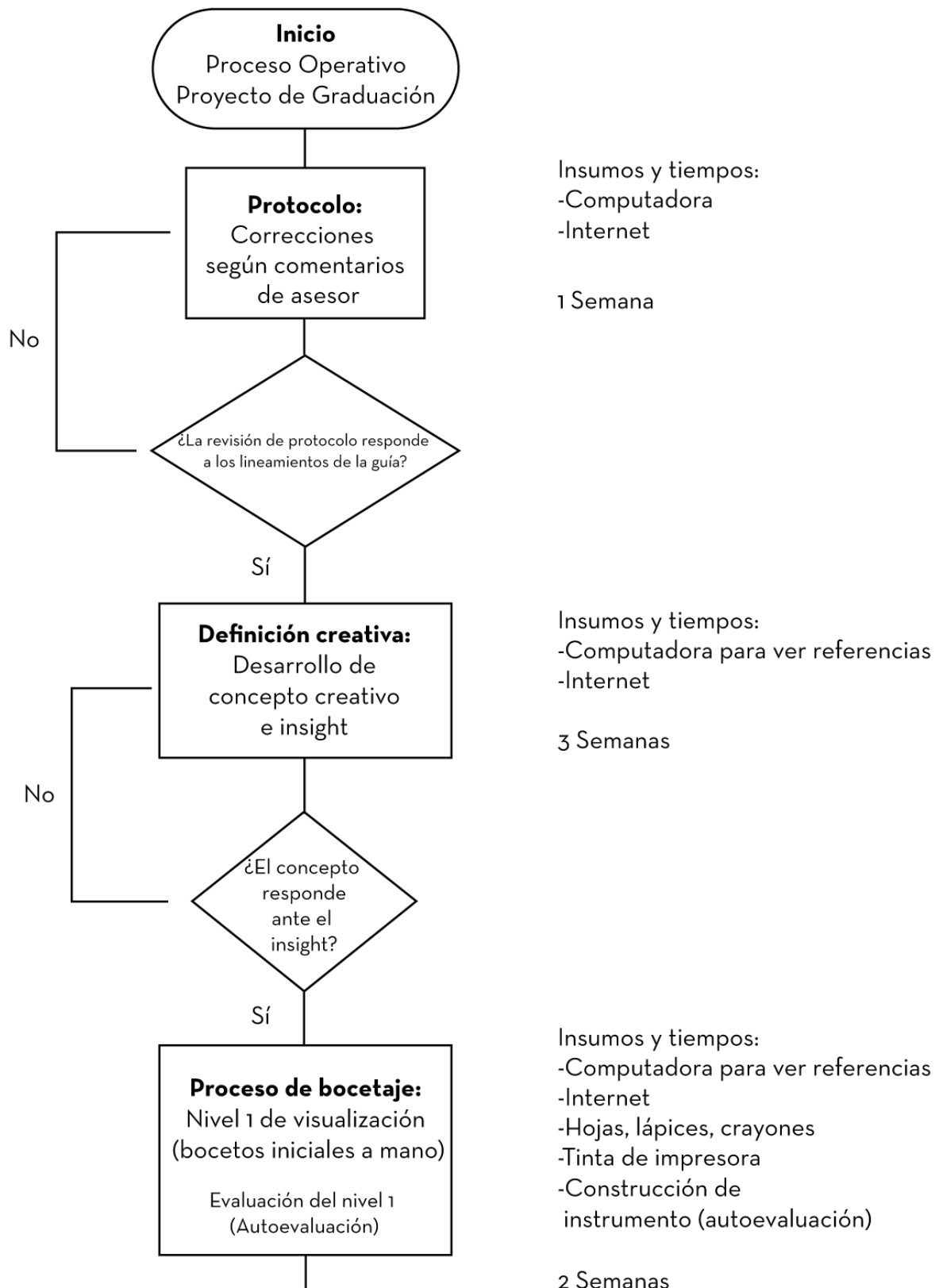
El CEPREDENAC cuenta con 20,251 seguidores en su página de Facebook y entre 10 y 15 reacciones a sus publicaciones de noticias y eventos de la Secretaría Ejecutiva del CEPREDENAC (SE-CEPREDENAC) y los diferentes Entes Rectores. El grupo objetivo no llega directamente a las instalaciones del CEPREDENAC, pues pueden acceder a su información a través de la página web y redes sociales.

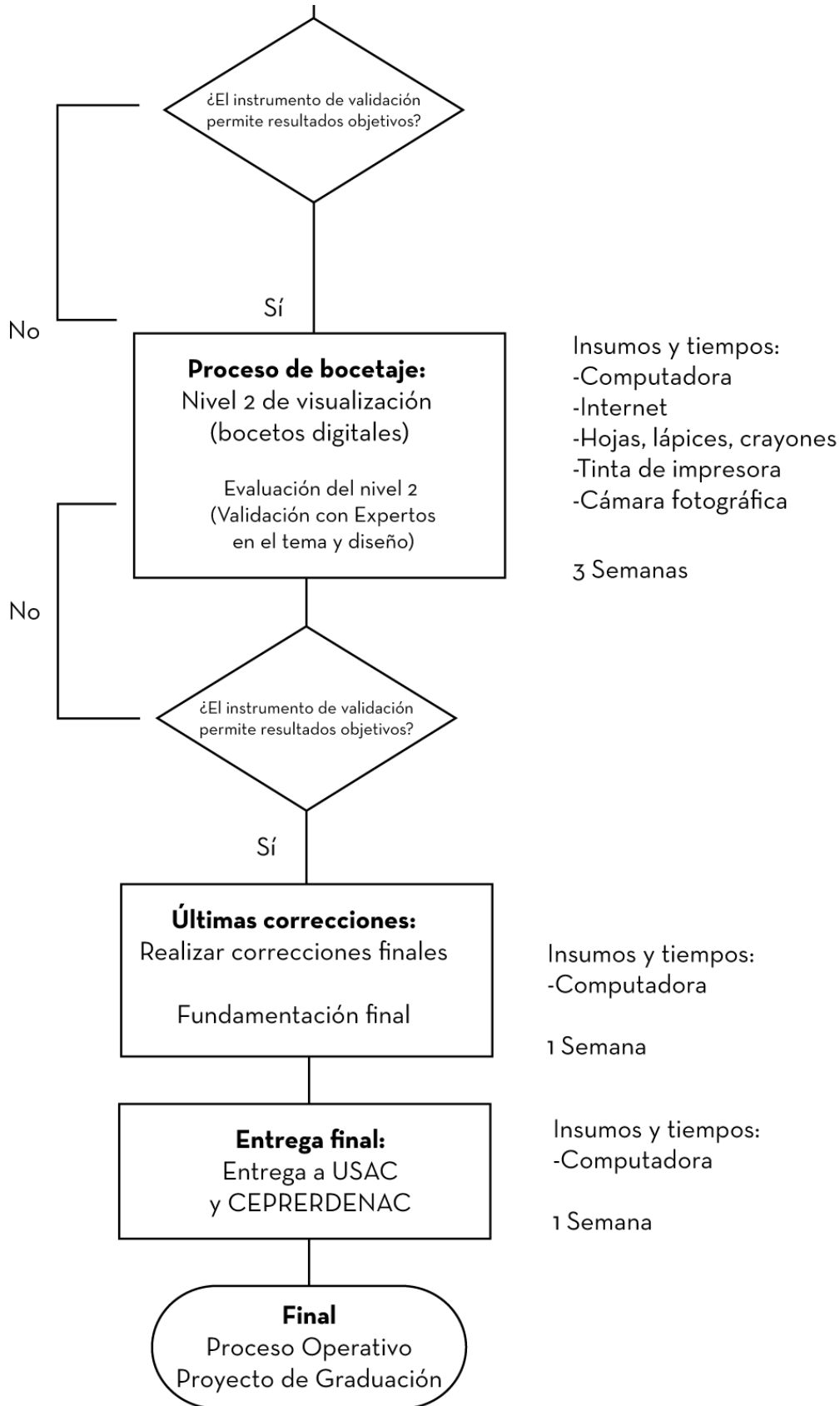
> **CAPÍTULO 3**

> **Planeación operativa**

- > **3.1** Diseño de ruta crítica o flujograma
- > **3.2** Cronograma de trabajo
- > **3.3** Previsión de recursos y costos

> DISEÑO DE RUTA CRÍTICA O FLUJOGRAMA





> CRONOGRAMA DE TRABAJO

Actividades	Agosto																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
Proyecto A:																										
Etapa 1: Investigación y conceptualización																										
Apoyo en otros materiales. Definición de contenido a desarrollar.	Etapa 1: Apoyo en otros materiales																									
	Etapa 1: Definición de contenido a desarrollar																									
Desarrollo de recursos de investigación.	Etapa 1: Desarrollo de recursos de investigación																									
Implementación de recursos de investigación. Conceptualización.	Etapa 1: Implementación de recursos de investigación																									
	Etapa 1: Conceptualización																									
Etapa 2: Desarrollo																										
Bocetaje a mano: Nivel 1 de visualización. Construcción de instrumento de validación 1. Aplicación de instrumento de validación 1. Bocetaje digital: Nivel 2 de visualización.	Etapa 2: Bocetaje a mano																									
Construcción de instrumento de validación 2. Aplicación de instrumento de validación 2. Prototipo final: Nivel 3 de visualización.	Etapa 2: Construcción de instrumento de validación 1																									
	Etapa 2: Aplicación de instrumento de validación 1																									
	Etapa 2: Bocetaje digital																									
	Etapa 2: Construcción de instrumento de validación 2																									
	Etapa 2: Aplicación de instrumento de validación 2																									
Etapa 3: Puntos finales del proyecto																										
Lineamientos de puesta en práctica y presupuesto. Síntesis del proceso. Cierre EPS.																										

Actividades	Septiembre																											
	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Proyecto A:																												
Etapa 1: Investigación y conceptualización																												
Apoyo en otros materiales. Definición de contenido a desarrollar.																												
Desarrollo de recursos de investigación.																												
Implementación de recursos de investigación. Conceptualización.	Etapa 1: Implementación de recursos de investigación																											
	Etapa 1: Conceptualización																											
Etapa 2: Desarrollo																												
Bocetaje a mano: Nivel 1 de visualización. Construcción de instrumento de validación 1. Aplicación de instrumento de validación 1. Bocetaje digital: Nivel 2 de visualización.	Etapa 2: Bocetaje a mano																											
Construcción de instrumento de validación 2. Aplicación de instrumento de validación 2. Prototipo final: Nivel 3 de visualización.	Etapa 2: Construcción de instrumento de validación 1																											
	Etapa 2: Aplicación de instrumento de validación 1																											
	Etapa 2: Bocetaje digital																											
	Etapa 2: Construcción de instrumento de validación 2																											
	Etapa 2: Aplicación de instrumento de validación 2																											
Etapa 3: Puntos finales del proyecto																												
Lineamientos de puesta en práctica y presupuesto. Síntesis del proceso. Cierre EPS.																												

Actividades	23 24 25 26 27 28 29 30 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12											
	Proyecto A: Etapa 1: Investigación y conceptualización Apoyo en otros materiales. Definición de contenido a desarrollar. Desarrollo de recursos de investigación. Implementación de recursos de investigación. Conceptualización. Etapa 2: Desarrollo Bocetaje a mano: Nivel 1 de visualización. Construcción de instrumento de validación 1. Aplicación de instrumento de validación 1. Bocetaje digital: Nivel 2 de visualización. Construcción de instrumento de validación 2. Aplicación de instrumento de validación 2. Prototipo final: Nivel 3 de visualización. Construcción de instrumento de validación 3. Aplicación de instrumento de validación 3. Etapa 3: Puntos finales del proyecto Lineamientos de puesta en práctica y presupuesto. Síntesis del proceso. Cierre EPS.	Proyecto A										
Etapa 1: Investigación y conceptualización												
Etapa 2: Desarrollo												
Etapa 3: Puntos finales del proyecto												
Etapa 2: Construcción de instrumento de validación 3												
Etapa 3: Prototipo final												
Etapa 2: Aplicación de instrumento de validación 3												
Etapa 1: Investigación y conceptualización												
Etapa 2: Desarrollo												
Etapa 3: Puntos finales del proyecto												

Actividades	Octubre																	
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Proyecto A: Etapa 1: Investigación y conceptualización Apoyo en otros materiales. Definición de contenido a desarrollar. Desarrollo de recursos de investigación. Implementación de recursos de investigación. Conceptualización. Etapa 2: Desarrollo Bocetaje a mano: Nivel 1 de visualización. Construcción de instrumento de validación 1. Aplicación de instrumento de validación 1. Bocetaje digital: Nivel 2 de visualización. Construcción de instrumento de validación 2. Aplicación de instrumento de validación 2. Prototipo final: Nivel 3 de visualización. Construcción de instrumento de validación 3. Aplicación de instrumento de validación 3. Etapa 3: Puntos finales del proyecto Lineamientos de puesta en práctica y presupuesto. Síntesis del proceso. Cierre EPS.	Proyecto A																	
	Etapa 1: Investigación y conceptualización																	
	Etapa 2: Desarrollo																	
	Etapa 3: Puntos finales del proyecto																	
	Etapa 2: Desarrollo																	
	Etapa 3: Puntos finales del proyecto																	
	Etapa 1: Investigación y conceptualización																	
	Etapa 2: Desarrollo																	
	Etapa 3: Puntos finales del proyecto																	
	Etapa 3: Lineamientos finales																	
Etapa 3: Síntesis del proceso																		

> PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

	Costo Q.
Módulo 1: Planeación Operativa y Primer Borrador de Marco Teórico	
Impresión de planeación operativa y borrador de marco teórico	25.00
Gasolina para transporte	300.00
Total	325.00
Módulo 2: Marco Teórico final, Definición Creativa, Nivel 1 de visualización y validación	
Impresión de Marco Teórico final, definición creativa y nivel 1 de visualización y validación	50.00
Gasolina para transporte	300.00
Papelería	70.00
Total	420.00
Módulo 3: Proceso de niveles 2 y 3 de visualización y validaciones. Elaboración de fundamentación y presupuesto	
Impresión de Proceso de niveles 2 y 3 de visualización, validaciones, fundamentación y presupuesto	50.00
Gasolina para transporte	300.00
Papelería	70.00
Total	420.00
Módulo 4: Puntos finales del proyecto	
Gasolina para transporte	100.00
Total	100.00
GRAN TOTAL	1,265.00

> CAPÍTULO 4

> Marco teórico

- > 4.1 Guatemala: País con amenazas múltiples
- > 4.2 El diseño publicitario aportando a la sociedad

> GUATEMALA: PAÍS CON AMENAZAS MÚLTIPLES

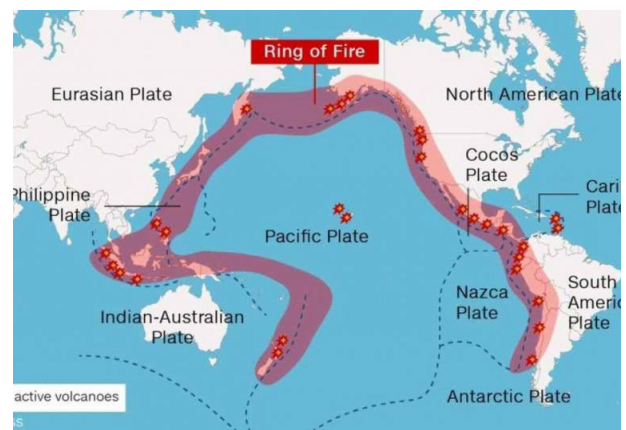
Guatemala está clasificada como uno de los países, a nivel mundial, con alto potencial de amenazas naturales y también de amenazas antropogénicas (provocados directamente por la acción del ser humano), juntamente con otros países de la región centroamericana, esto debido a su posición geográfica, geológica y tectónica. Guatemala se encuentra en una zona en donde convergen placas tectónicas que mantienen a la región en un alto nivel de actividad sísmica. El territorio de Guatemala está clasificado como uno de los países a nivel mundial con un alto potencial de amenazas naturales y también amenazas antropogénicas (provocados directamente por la acción del ser humano), juntamente con otros países de la región centroamericana. Esto es debido a su posición geográfica, geológica y tectónica en la que se encuentra. Guatemala se encuentra en una zona donde convergen placas tectónicas que mantienen a la región con un alto nivel de actividad sísmica.

El territorio nacional está repartido en tres placas tectónicas: Placa Norteamericana, Placa del Caribe y Placa de Cocos. Así mismo, el territorio nacional está repartido en las cuatro fallas importantes: Falla del Motagua, falla de Jalpatagua, falla de Chixoy-Polochic y falla de Jocotán-Chamelecón.

- **Placa Norteamericana:** Cubre América del Norte, los archipiélagos de Cuba y las Bahamas en el mar Caribe, la parte occidental del Océano Ártico, Océano Glacial Ártico y el territorio siberiano.
- **Placa del Caribe:** Es una placa con una superficie de 3.2 millones de kilómetros cuadrados que incluye una parte continental de Centroamérica, y constituye el fondo del mar Caribe al norte de la costa de América del Sur.
- **Placa de Cocos:** Se encuentra debajo del océano Pacífico de la costa occidental de América Central. En el noreste limita con la placa Norteamericana y con la placa del Caribe, la cual provoca el vulcanismo del Arco Volcánico Centroamericano y fuertes terremotos en la zona.



Placas del caribe



Cinturón de fuego

El movimiento entre las placas produce roces y deformaciones en los bordes o límites entre ellas, y es principalmente allí donde se localizan la mayoría de los terremotos, volcanes y cadenas montañosas (Sismología, Insivumeh, 2012). El «anillo de fuego del pacífico» o «cinturón de fuego del pacífico» también aporta a que la zona sea riesgosa. El Cinturón de Fuego es una larga zona que rodea el océano Pacífico y que registra una altísima actividad sísmica y volcánica. Sin embargo, visto sobre un mapa, el cinturón se presenta en forma de herradura y no de círculo. Se extiende a lo largo de más de 40,000 kilómetros desde Nueva Zelanda hasta la costa oeste de Sudamérica, a través de las costas del este de Asia y Alaska y las del noreste de Norteamérica y Centroamérica. En términos geológicos, marca los bordes de la placa del Pacífico y de otras pequeñas placas tectónicas que forman la corteza terrestre (GeoEnciclopedia, 2015). El cinturón de fuego se formó como consecuencia del movimiento de las placas tectónicas. La litósfera de la Tierra (que incluye la corteza) está dividida en placas tectónicas (grandes losas o secciones de unos 80 kilómetros de espesor). Las mismas encajan entre sí, pero no están completamente unidas, pues se mueven como resultado de procesos internos del planeta que suceden miles de kilómetros debajo de la superficie terrestre.

La actividad producida por el Cinturón de Fuego está relacionada directamente con la formación de volcanes, los cuales no están distribuidos uniformemente en el planeta, sino que se forman precisamente donde la actividad geológica es mayor. En adición, los terremotos, causados por la acumulación de energía entre las placas, son comunes en los países situados a lo largo de la zona. El Cinturón de Fuego concentra un 75% de los volcanes activos del mundo, y en él se produce hasta el 90% de los terremotos (GeoEnciclopedia, 2015). También se encuentran numerosas islas y archipiélagos en conjunto. Los archipiélagos son un conjunto de islas próximas entre sí, y generalmente con un origen geológico común y generalmente se sitúan en mar abierto (EcuRed, 2016). Igualmente, en el cinturón de fuego, son comunes los arcos volcánicos, que son cadenas de volcanes situados encima de placas de subducción.

Con base en estudios vulcanológicos fundamentales como los de Sapper (1925), Meyer-Abich (1956) Williams (1960) y Williams, McBirney y Dengo (1964), se efectuó un inventario de los focos eruptivos cuaternarios de la República de Guatemala. En este interesante estudio se utilizaron los modernos mapas topográficos a escala 1:50 000 y fotografías aéreas del Instituto Geográfico Nacional de Guatemala. Este estudio, que se considera preliminar, arroja el número de 324 focos eruptivos en Guatemala, la gran mayoría representados por pequeños conos cineríticos (acumulación de piroclastos expulsados del conducto del volcán alrededor del cráter) y de lava, en el suroriente del país.

En total, están 11 volcanes clasificados como «activos» en el Catálogo de los Volcanes Activos del Mundo (1958, Asociación Vulcanológica Internacional). Tres de estos están ubicados en Guatemala: Santiaguito, Fuego y Pacaya, y los mismos han registrado erupciones en los últimos diez años (Vulcanología, Insivumeh, 2012).

Los principales peligros producidos por la erupción de un volcán son: caída de piroclastos (ceniza, lapilli, escoria, bombas y bloques), flujos o ríos de lava, flujos piroclásticos o nubes ardientes, colapso total o parcial del edificio volcánico, lahares o correntadas de escombros, y gases (Vulcanología, Insivumeh, 2012). La mayoría solo afectan las zonas vecinas al volcán, en un radio de algunas decenas de kilómetros, pero otros en combinación con las condiciones meteorológicas, especialmente el viento y lluvia, pueden ser transportados a grandes distancias, como es el caso de la ceniza y las correntadas de lodo a través de los ríos, denominados «lahares». Estos últimos, incluso pueden ocurrir meses después de la erupción. Otro efecto secundario, son las lluvias ácidas producidas por la interacción de la lluvia y fuerte emanación de gases. Estos pueden llegar a afectar seriamente zonas aledañas a los volcanes u otras zonas más cercanas a los mismos.

Otra amenaza a la que se enfrenta el territorio de Guatemala es a los resultados del fuerte cambio climático, tales como inundaciones, sequías, deslizamientos, incendios forestales, etc., haciendo que la región centroamericana sea la segunda región más vulnerable del mundo en cuanto a riesgos climatológicos. Cabe mencionar el efecto de «El Niño» y de «La Niña», que forman parte de la Oscilación del Sur de «El Niño» (ENSO, siglas de *El*

Niño Southern Oscillation), un término científico usado para referirse al conjunto de cambios de los patrones de temperatura de viento y mar que propician temperaturas superficiales del océano anormalmente frías o cálidas durante períodos largos que abarcan desde unos pocos meses hasta poco más de un año. La superficie de los océanos se enfría y se calienta de acuerdo con la fuerza de los vientos alisios, que son aquellos vientos superficiales que soplan entre los trópicos, desde el noreste hacia el suroeste en el hemisferio norte, y desde el sureste hacia el noroeste en el hemisferio sur, permitiendo que el Pacífico central se mantenga relativamente fresco. Es la temperatura del océano la que establece el clima, los patrones de lluvia y los patrones de viento que afectan a la tierra. Mientras menos cantidad de agua se evapora, menos lluvia cae.

«El Niño» es resultado de vientos alisios que son más débiles de lo que suelen ser. Entonces, el agua cálida se acumula a lo largo de las zonas ecuatoriales y se mueve hacia el este, justo en la zona oriental del océano Pacífico. Como la superficie del agua es más caliente de lo normal, la atmósfera también se calienta, hecho que ocasiona que el aire húmedo se eleve, forme nubes y se produzcan tormentas. El efecto de «La Niña» es todo lo contrario. Dado que los vientos alisios se fortalecen, el agua fría se acumula en la región ecuatorial del Pacífico oriental. Los vientos alisios son vientos regulares y moderados que soplan sobre la mitad del globo a una velocidad media de unos 20 Km/h. Es uno de los vientos más importantes de nuestro planeta y debe su existencia al calor ecuatorial y el giro de la tierra. Son esenciales para la navegación de altura y permiten cruzar el Atlántico y el Pacífico a vela, soplando tanto en el mar como en la tierra (Fondear, 2011). En consecuencia, la atmósfera se enfría por el contacto con las frías aguas superficiales del océano, y a falta de calidez, el agua no se evapora y el aire no se eleva, así que el nivel de lluvias y tormentas disminuye de forma poco común. En resumen, las características del efecto de «El Niño» son la debilidad en los vientos alisios, elevación en la temperatura superficial del mar, mayor nubosidad y abundancia de precipitaciones.

En general, las condiciones climáticas del Pacífico se modifican. En costas sudamericanas disminuye el nivel de nutrientes pues es el agua fría más rica en estos, por lo que muchos peces pueden morir. En invierno, el noroeste del Pacífico, en Estados Unidos, recibe menos precipitaciones, mientras que el sur de California y la costa del Golfo del mismo país reciben más lluvias y tormentas. Australia, el sur de África y Brasil experimentan sequías; México y el sureste de Estados Unidos experimenta menos lluvias; en el océano Pacífico se elevan las probabilidades de tifones y en el océano Atlántico se forman menos huracanes. Las características del efecto de «La Niña» son que los vientos alisios se fortalecen, la temperatura del mar se

vuelve inusualmente fría, se percibe una escasez de precipitaciones y se produce con menos frecuencia que el efecto de «El Niño». En invierno, las temperaturas se vuelven más cálidas en el sureste y más frías en el noreste; Australia e Indonesia experimentan más humedad en el ambiente; el centro-este del Pacífico ecuatorial percibe períodos de temperaturas de la superficie del mar por debajo del promedio; entre diciembre y febrero, la zona norte de Brasil es más húmeda de lo normal y en el centro de los Andes aumentan las lluvias, lo que ocasiona fuertes inundaciones. De acuerdo con la Administración Nacional Oceánica y Atmosférica (NOAA, por sus siglas en inglés), los episodios del efecto de «El Niño» y «La Niña» ocurren cada 3-5 años, pero este período puede variar y no es raro que después de «El Niño» ocurra «La Niña».

A todo esto, se agrega el hecho de que Centroamérica es una región muy vulnerable a nivel social, económico y político.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) señaló que en Guatemala los programas sociales, específicamente las Transferencias Monetarias Condicionadas (TMC), no solo no han contrarrestado la pobreza y la extrema pobreza, sino al contrario han aumentado después de ocho años (2008-2016), esto en concordancia con los datos proporcionados por la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida del Instituto Nacional de Estadística. Guatemala registra 59.3% de habitantes en pobreza y pobreza extrema (10 millones de habitantes) la cual impacta mayoritariamente a la población indígena-rural, siendo los niños los principales afectados. Los departamentos que presentan los mayores índices de pobreza son Alta Verapaz y Sololá, con porcentajes superiores al 80% (Villacorta, Manuel. «El ABC de la pobreza en Guatemala». 2018. Prensa Libre). Prácticamente todos los departamentos de Guatemala tienen alto índice de pobreza.

Así mismo, la educación en Guatemala es un reflejo de lo que vive el país en todos los niveles políticos y sociales. El censo realizado por el Instituto Nacional de Estadística en 2011 indica que en el área rural de Guatemala un 71% se encuentra en pobreza y un 21% en pobreza extrema, lo que hace que las personas tengan menos oportunidades para acceder a educación pública (mucho menos a educación en instituciones privadas). En Guatemala, alrededor del 70% de la población es menor a los 30 años (Glenda Xulú, 2018), lo que indica que gran porcentaje de la población guatemalteca está conformada por jóvenes que se supone deberían estar en proceso de entrar a la universidad para iniciar sus estudios superiores. Sin embargo, las condiciones sociales y económicas hacen que cada vez menos jóvenes tomen la decisión de continuar sus estudios o ni siquiera puedan entrar a la universidad debido a la deficiencia en su calidad académica. Existen varios factores que provocan que una sociedad no desarrolle las competencias básicas y pensamiento crítico para que los jóvenes lleguen a ser personas que realicen cambios positivos. Entre ellos, está el deficiente sistema educativo, las motivaciones incorrectas, un gobierno que no tiene a la educación pública como prioridad, instalaciones antipedagógicas para recibir clases, falta de recursos e insumos (pupitres, libros de texto, etc.), por mencionar algunos.

Tampoco se puede obviar la inestable situación política que enfrenta el país. La coyuntura del año 2015 (por el caso «La Línea» protagonizada por el expresidente Otto Pérez Molina y la exvicepresidenta Roxana Baldetti), provocó un quiebre político y permitió exponer públicamente los elementos políticos y económicos críticos que imposibilitan la anhelada meta de tener un país libre de corrupción. A partir de ese

quiebre, la lucha contra la corrupción ha permitido confirmar la teoría de un Estado cooptado por redes político-económicas ilegales que son parte del crimen organizado que interactúa con el poder económico a partir de la integración de políticos corruptos con intereses egoístas, ambiciosos y malvados. La extendida corrupción en todos los organismos del Estado, la impunidad judicial, los índices de inseguridad y un sistema penitenciario con déficit acumulados en todos los órdenes (derechos, infraestructura, corrupción, pérdida de control, entre otros) son solo algunas variables que permiten señalar el retraso del régimen político respecto de los estándares de una democracia. El pobre desempeño en esas materias, sumado a la indiferencia e incapacidad de los gobiernos para tomar decisiones que mejoren los indicadores sociales, constituye una explicación parcial de la persistencia de fuerzas estructurales impulsoras de las continuas crisis de gobernabilidad. (Dirección de incidencia pública, 2018).

En Centroamérica se han vivido una serie de eventos que en los últimos años han mantenido a la región inmersa en distintas crisis, algunas de las cuales se han convertido en foco de atención internacional (lastimosamente). Panamá es un país estable económicamente en cuyo entorno político se han desatado casos de investigación contra exfuncionarios (similar al caso de Guatemala), y que ha tenido conmociones por el flujo de refugiados venezolanos y el rechazo de parte de su sociedad a ello. En Costa Rica el clima post electoral la enfrenta a serios ajustes presupuestarios, desacuerdos de orden fiscal y crisis humanitaria de nicaragüenses que huyen de la crisis de su país.

Todos estos factores evidencian el alto nivel de vulnerabilidad al que Centroamérica, y en especial Guatemala, se enfrenta. La falta de inversión económica en el sistema de salud, infraestructura, desarrollo urbano e ignorancia al no considerar el alto riesgo de desastre que se enfrenta hacen crecer la vulnerabilidad en el país y en la región. De acuerdo al *Informe regional del estado de la vulnerabilidad y riesgos de desastres en Centroamérica*, los desastres han aumentado más de cuatro veces en los últimos 50 años (con respecto a la década de 1970), (UNISDR-CEPREDENAC, 2014). Al vivir en una región tan peligrosa y vulnerable, es más que esencial el que los guatemaltecos obtengan una cultura de prevención y resiliencia para la reducción de riesgo de desastre. No obstante, no se puede alcanzar el desarrollo sostenible si no se reduce el riesgo de desastres. Entre los primeros 10 países a nivel global, 3 países de la región de Centroamérica con nivel de ingresos medios bajos figuran en términos de pérdidas absolutas (en miles de millones de dólares estadounidenses): Honduras 7.0%; El Salvador 4.2% y Nicaragua 3.6%, según el informe de la UNISDR (Oficina de las Naciones Unidas para la Reducción de Riesgo de Desastres, período 1998-2017).

Las pérdidas económicas por desastres sólo pueden reducirse mediante alianzas entre los diferentes sectores del desarrollo. Involucrar al sector privado puede contribuir entre un 70 y 85% de todas las inversiones de la economía global. Según el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) 2010, por cada dólar invertido en prevención de desastres, los países ahorran la cantidad de 7 dólares en la recuperación. La vinculación del sector privado surge como una necesidad, en virtud de su capacidad para gestionar iniciativas, canalizar recursos técnicos y financieros, así como para aportar a la gestión pública en la tarea de reducción de riesgo de desastre en sus áreas de incidencia.

Es pertinente abordar de manera conjunta, sistémica y multisectorial la reducción del riesgo de desastres y las acciones de mitigación y adaptación al cambio climático, desde una perspectiva nacional, regional e internacional para alcanzar mejores resultados frente a ese inmenso desafío: Los desastres naturales y antropogénicos.

La prevención y reducción del riesgo de desastres son factores esenciales para aumentar la resiliencia de los países de la región Centroamericana en los niveles económico, social, sanitario y cultural. Invertir en la gestión del riesgo de desastres reduce los costos al momento de atender emergencias, es fundamental para salvar la mayor cantidad de vidas posibles y reducir daños y pérdidas para mejorar las condiciones en la reconstrucción y recuperación.

> EL DISEÑO PUBLICITARIO APORTANDO A LA SOCIEDAD

Desde sus inicios en los años 50, la publicidad en Guatemala ha sido creativa, sorprendente y emocionante. Sin embargo, en los últimos años se ha enfrentado a la llegada del internet y todos los retos que conlleva. En palabras de Jorge Carro (Director de la Red de Bibliotecas Landivarianas) en su exposición publicada en el diario La Hora: «Internet ha asentado el modelo de la publicidad intrusiva, del anuncio que estamos hartos de ver y de la publicidad que aburre y satura». Quizás el problema se deba a que la propia industria de la publicidad digital ha devaluado la creatividad. «Ahora, para muchos (...), la única forma de rentabilizar su labor es utilizar la publicidad de forma masiva, intrusiva o molesta» y hasta repetitiva».

Toda esta publicidad e información en Guatemala se difunde a través de medios tradicionales y digitales. Entre los medios tradicionales más conocidos del país se encuentran las radios: Alfa 97.3, Emisoras Unidas, Radio Punto, Ponte EXA fm., Fabuestereo, entre otros. En medios de prensa, Prensa Libre, Publinews, Nuestro Diario; en televisión, Guate Visión, Televisiete, Canal 3, Canal Antigua y Azteca. Actualmente, con el auge de internet, entre los medios digitales más reconocidos figuran: Soy 502, República.GT, Relato y elPeriódico.com .

Los medios en Guatemala no se encargan únicamente de difundir la publicidad e información, sino que apoyan causas benéficas y sociales a través de las campañas de concientización y sensibilización. Las campañas sociales tienen el objetivo de sensibilizar y concientizar sobre alguna problemática social.

Con ellas se pretende modificar alguna conducta o llamar a la acción

para darle solución a un problema en específico. Normalmente abarcan temas de salud (prevención de enfermedades, vacunación, nutrición, prevención de vicios), temas de medio ambiente (reciclaje, malgasto de agua, consumo de energía), derechos humanos (igualdad de género, racismo, protección a la niñez, trato a los migrantes) y cualquier otra área que se considere como problema social. Las campañas sociales tienen la responsabilidad de promover valores y actitudes que contribuyan al bienestar de la sociedad. Se emplean técnicas similares a las del lenguaje publicitario; sin embargo debe evitarse la promoción de productos o servicios particulares que beneficien a empresas con fines de lucro. Estas campañas son impulsadas por ONG's, gobierno, incluso por empresas privadas que cuentan con departamentos de responsabilidad social empresarial.

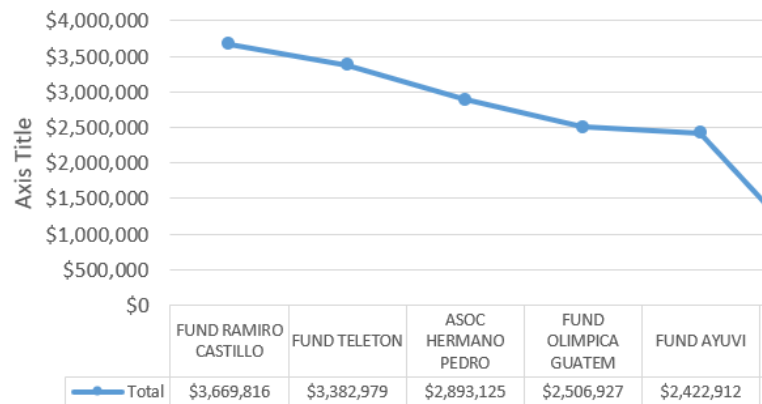
Un caso de éxito notable en Guatemala

es Teletón, proyecto comprometido con la rehabilitación e inclusión de las personas con discapacidad en la sociedad guatemalteca. Es casi imposible que la Teletón pase desapercibida entre los guatemaltecos, pues es un evento de unidad nacional que permite construir una sociedad más incluyente, respetuosa, solidaria y participativa alrededor de las personas portadoras de una discapacidad física. Logran sensibilizar a los guatemaltecos y animarlos a realizar una donación económica a la Fundación Pro-Bienestar del Minusválido Fundabiem (Centro de Rehabilitación Integral) y contribuir a pagar los servicios de habilitación y rehabilitación integral a personas con alguna discapacidad física, con el fin de lograr inclusión social, igualdad de derechos, oportunidades y obligaciones.

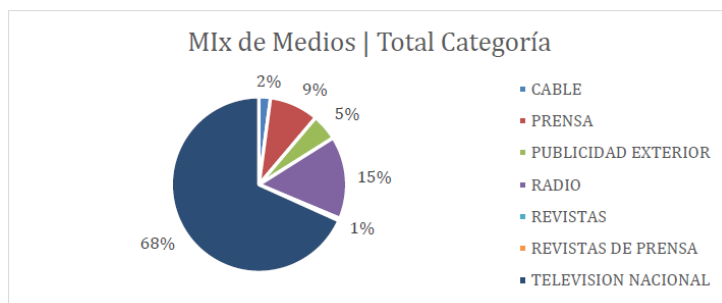
El evento se promociona con algunos meses de antelación por todos los medios de comunicación (carteles en centros comerciales, televisión, mensajes en cajeros automáticos, etc) y se hace la invitación a artistas nacionales e internacionales para participar en el espectáculo, quienes también apoyan promocionando el evento en sus redes sociales. Todos deben enterarse, porque todos pueden ayudar.

Existen otras entidades con enfoque social que realizan una fuerte inversión para medios. Entre los primeros cinco se encuentran: Fundación Ramiro Castillo, Teletón, Obras Sociales del Santo Hermano Pedro, Fundación Olímpica Guatemala y Fundación AYUVI, todos con una inversión mayor a los \$2,000,000. Los medios con la mayor pauta son cable (\$447,819), prensa (1,918,171), publicidad exterior (\$1,027,860), radio (\$3,224,799), revistas (\$87,013), revistas de prensa (\$4,165), televisión nacional (\$14, 431,003).

Suma de Total_InversionUS



Mix de medios en fundaciones año 2018 y 2019. Fuente: Rodrigo Vargas De León.



Mix de medios en fundaciones año 2018 y 2019. Fuente: Rodrigo Vargas De León.

Un buen inicio puede marcar un buen camino por recorrer. Para iniciar una campaña social no basta únicamente con realizar una inversión económica. Es necesario lograr conectar de manera efectiva con el grupo objetivo a través de encontrar una verdad que cale en la mente y haga sentido. A esto se le llama *insight*, el cual es una verdad o experiencia reveladora del grupo objetivo basada en motivaciones profundas que permitirán conectar con ellos. Provocan una reacción de cotidianidad y familiaridad; así aumenta la posibilidad de que el mensaje quede en la mente del grupo objetivo, conecte y modifique alguna conducta. Al encontrar esta motivación personal en el grupo objetivo, se procede al proceso de conceptualización, el cual consiste en formular un concepto creativo como paso inicial. Este concepto creativo guiará en la decisión de premisas de diseño para crear las piezas gráficas de campaña (color, tipografía, forma, etc).

En este proceso de conceptualización, es vital realizar un proceso de investigación para conocer las diferentes formas y tendencias que están utilizando los otros emisores para comunicar de manera más efectiva el mensaje. Hay diferentes maneras e instrumentos dispuestos a utilizarse para identificar estas tendencias y futuras tendencias. Una de las herramientas que utilizan los investigadores de mercado para recopilar datos son los grupos focales. Los grupos focales tienden a llevarse a cabo con una muestra mucho más pequeña en un ambiente de grupo, todo es más interactivo. Los grupos focales son muy

útiles para compartir ideas, expresar opiniones y actitudes que al final producen datos cualitativos que deberán ser interpretados. Entre los factores que deben considerarse está el hecho que, debido a su tamaño, los grupos focales no son útiles para obtener conclusiones definitivas. Son positivos para fomentar discusiones abiertas y destacar situaciones que no se han tomado en cuenta.

Otra herramienta útil utilizada por los investigadores de mercado es el *Coolhunting*, el cual es un término en el mundo del marketing y la publicidad, que se puede traducir como «caza de tendencias». Consiste en hacer predicciones sobre cambios o surgimientos referentes a la cultura del consumismo y la moda. Un *Coolhunter* o cazador de tendencias es, ante todo, un investigador social, con gran capacidad de analizar y cuestionar constantemente su entorno, todo para estar un paso más adelante del presente (Javier Donis, 2019).

La identificación de macro-tendencias (demanda) aporta para contextualizar un *insight*, pues muestra un escenario con temas que son populares en un grupo específico. Un evento o tema se vuelve tendencia si este sigue en auge y como tema de conversación después de 3 años. Por ejemplo, el cambio climático y los desastres naturales han sido temas de relevancia a nivel mundial desde hace muchos años. Los mismos han tomado más relevancia cuando se han presentado desastres naturales (Huracán Mitch, Stan, tragedia del Volcán de Fuego, por mencionar algunos). También el tema del cambio climático al presentarse eventos como el derretimiento de los polos, el incendio en la Amazonia, la muerte de ballenas por causa de la cantidad excesiva de plástico en el mar, muerte de tortugas, etc.

Tras ocurrir este tipo de eventos, muchos personajes a nivel mundial han levantado su voz para realizar acciones de cambio y revertir el futuro negativo que se augura para el planeta. En los últimos años se han pronunciado personajes de todas las edades, clases sociales y diversas nacionalidades para expresar sus opiniones y propuestas de solución ante esta problemática mundial. Una de ellas es Greta Thunberg, una joven de 16 años originaria de Estocolmo, Suecia. Greta organizó junto a compañeros de escuela un movimiento de huelga climática escolar con el nombre *Fridays for Future*, que traducido es: «Viernes para el Futuro». Su discurso ha sido tan impresionante que, actualmente, se encuentra como candidata al premio Nobel de la Paz.

Junto a las macro tendencias, se encuentran las tendencias micro estéticas (que se pueden identificar como la oferta a la demanda de la macro tendencia). Son la manera en que los medios, marcas, etc. aprovechan una macro tendencia específica para comunicar mejor un determinado mensaje. Las tendencias micro estéticas permiten identificar códigos visuales y verbales que otros están utilizando para comunicar de manera efectiva, por ejemplo, tipo de colores, tipografía, manejo de la imagen, tono del mensaje, manejo de texturas, etc. En Diseño Gráfico, «Una tendencia es una serie de señales que se desprenden de ciertos acontecimientos y tienden a indicarnos hacia dónde se dirigirán las propuestas de diseño, todas ellas buscando satisfacer las diversas necesidades de las sociedades» (Moscoso Barcia, 2006). Algunas de las tendencias utilizadas en campañas son las siguientes: Diseño 3D+Tipografía, retículas asimétricas, evolución del uso de duotonos y gradientes, composiciones abiertas y el diseño isométrico (99designs, 2019).

En este sentido, plataformas en la categoría referente al cambio climático o el riesgo de desastre, como National Geographic en Español, WWF, Cruz Roja Guatemalteca, CONRED, entre otros, manejan los siguientes códigos visuales: texturas de desgaste, imágenes referentes al desastre (en su mayoría con tratamiento de fotocomposición), colores con connotación de alerta y prevención y tipografía san serif.



Candidatos Nobel Paz

Greta Thunberg candidata al Nobel de la Paz

ANTONIO CERRILLO

La joven impulsora del movimiento para la justicia climática inspira las movilizaciones estudiantiles para reclamar acciones urgentes contra el calentamiento y sus efectos

Foto de Greta Thunberg. Fuente: La Vanguardia

Junto a los códigos visuales, se utilizan códigos verbales. Se pueden identificar mensajes en tono imperativo y de urgencia, alertando que los desastres pueden ocurrir en cualquier momento y se debe estar preparado. Se hace un llamado a la concienciación y a la acción de prevención.

La identificación de macrotendencias sociales y tendencias micro estéticas permiten conocer aún más el contexto donde se desarrolla el grupo objetivo. En el diseño publicitario, encontrar una idea que sea relevante para el grupo objetivo da la oportunidad de tener un lugar en su mente y entonces encontrar la manera de incluir el mensaje que se quiere comunicar. Esto permite que el proceso de identificar un *insight* sea más sencillo. Conocer el contexto a profundidad permite descubrir maneras de conectar de manera efectiva con el grupo objetivo. Estableciendo una base apropiada, se obtendrán mejores criterios para conceptualizar elementos creativos que tracen el camino para intervenir eficientemente, mediante el diseño gráfico.

Actualmente, hay que pensar en conexiones para que el mensaje sea útil, atractivo y entretenido; que aporte algo intrínseco. Aún mejor si este es compartido, comentado, criticado... Cualquier cosa, menos ignorado.

> **CAPÍTULO 5**

> **Definición creativa**

- > **5.1** Elaboración de briefing de diseño
- > **5.2** Recopilación de referentes visuales
- > **5.3** Descripción de la estrategia de las piezas de diseño
- > **5.4** Definición del concepto creativo y premisas de diseño

> DEFINICIÓN CREATIVA

En la definición creativa del proyecto se precisan los pasos que se llevaron a cabo, para establecer los parámetros aproximados del tema de diseño. Lo anterior, ayudó a delimitar las ideas, mejorarlas y finalmente concretarlas. También se analizó la información que aportara al proceso creativo.

> Elaboración de briefing de diseño

1. ¿Existe algún obstáculo que se oculta detrás del problema? Detectado el problema, qué aspectos o situaciones pueden representar una dificultad para el desarrollo del proyecto. Podría suceder que el sector público no tenga preparado un plan de prevención y respuesta a eventos catastróficos, o bien, que desconozca el alto riesgo de desastres del territorio guatemalteco.

2. ¿Qué respuesta de solución se propone ante el problema? En qué área de diseño se enfoca el proyecto y por qué. Una campaña de concientización y llamado a la acción del grupo objetivo. El proyecto se enfoca en el área de diseño social, pues busca hacer conciencia del alto riesgo que hay en Guatemala y en la importancia de contar con planes de prevención.

3. ¿Qué se dirá y cómo?Cuál es el mensaje que se quiere transmitir o el contenido al que se quiere hacer énfasis el material y en qué tono se abordará. Se utilizará un tono y tratamiento amigable: tú y usted. Se tratará de tú al grupo objetivo para generar un ambiente de confianza, en donde su amigo, el CEPREDENAC, les aconsejará sobre la conveniencia de contar con planes de prevención.

• **Concientización:** Guatemala es una zona de riesgo (ubicada entre los primeros cinco lugares de riesgo a nivel mundial). En cualquier momento algo

puede pasar.

• **Llamado a la acción:** Debes tener una cultura de prevención y responsabilidad social empresarial. Proteja su inversión.

Pieza	Descripción
1 portada de Facebook	Portada con efecto parallax para Facebook
10 posts	Posts para redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn)
4 banners	Banners para slideshow de página web
3 piezas	Piezas para mail marketing
1 material impreso	Bifoliar
19 piezas en total	

4. ¿Cómo se transmitirán los mensajes? Qué pieza o piezas se trabajarán en el proyecto.

5. ¿Qué acción se quiere que la audiencia realice después de recibir los mensajes? Qué se espera que las personas hagan al tener contacto con el o los materiales. El grupo objetivo contactará al CEPREDENAC para que, a través de CONRED, se les asigne un asesor para realizar el plan de prevención y así crezca el número de empresas privadas con un plan de prevención y emergencia.

6. ¿Qué señales indicarán que se ha resuelto el problema del cliente? Cómo se va a evidenciar que el material responde a la necesidad detectada. Teniendo a un grupo objetivo consciente del alto riesgo que hay en Guatemala. Las empresas considerarán el prepararse con un plan de prevención y emergencia.

7. ¿Qué aspectos son requerimientos del proyecto? Qué debe colocarse dentro del proyecto que es exigido por la institución o el problema. Ejemplo: se deben usar los colores institucionales, etc. Se deben colocar los logos del CEPREDENAC y SICA.

> Recopilación de referentes visuales

- Poster que muestra cómo el correcto manejo del riesgo de desastre ayudará a poder sobreponerse a los desastres, tal como este empresario atraviesa el tsunami en su lancha sin ser afectado por el mismo. Managing Risk <https://www.behance.net/gallery/29346253/Johns-Hopkins-University-Managing-Risk>
- El siguiente arte comunica que el riesgo no se va de vacaciones de navidad o a la playa. El riesgo puede llegar en cualquier momento y por lo mismo se debe estar debidamente preparado. http://portal.gestiondelriesgo.gov.co/Paginas/Slide_home/El-riesgo-no-se-va-de-vacaciones-2017.aspx
- Campaña conmemorativa del Día Internacional para la Reducción de Riesgo de Desastres bajo el hashtag «Vivir para contarlo». El mismo hace un llamado a ser conscientes del riesgo de desastre, prepararse y poder sobrevivir al desastre. <https://paraguay.iom.int/?q=es/node/882>
- Poster con dos manos sosteniéndose comunicando un mensaje de llamado al apoyo colectivo para sobreponerse a los diferentes desastres que se pueden presentar (representados en los círculos). <http://www.msimages.org/natural-disaster-management-posters/>
- Poster que muestra que usar equipo de protección vale la pena, pues conversar la vida no tiene precio. <http://www.msimages.org/natural-disaster-management-posters/>



Imagen: Managing Risk.
Fuente: Behance



Imagen: El riesgo no se va de vacaciones
Fuente: Portal Gestión del Riesgo



Imagen: Managing Risk.
Fuente: Behance

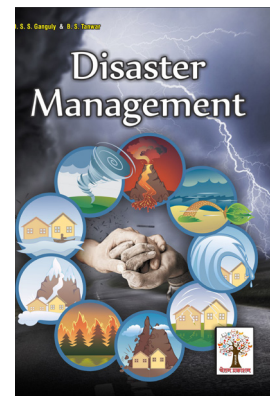


Imagen: El riesgo no se va de vacaciones
Fuente: Portal Gestión del Riesgo



Imagen: Porque la vida no tiene precio
Fuente: Behance

> Descripción de la estrategia de las piezas de diseño

Estrategia de aplicación de la pieza a diseñar:

1. ¿Qué?

Hacer conciencia que nos encontramos entre los primeros cinco países con más riesgo a nivel mundial.

Llamar a la acción para que tengan un plan de prevención de riesgo de desastres.

2. ¿Para qué?

Para que el sector privado sepa el alto riesgo que hay en Guatemala. Protejan su inversión y personal.

Tengan un plan de prevención de riesgo de desastres.

Conozcan sobre la importante labor que realiza CEPREDENAC a través de CONRED en Guatemala.

3. ¿Con qué?

Diferentes materiales publicitarios como parte de una campaña (posts para redes sociales, infografías, material impreso).

4. ¿Con quiénes?

Con los encargados de la seguridad industrial y/o responsabilidad social empresarial de empresas del sector privado en el área metropolitana de Guatemala.

5. ¿Cuándo?

Año 2020.

6. ¿Dónde?

Redes sociales, correo electrónico, página web y medios impresos.

Pieza	Ventaja	Desventaja
Posts para social media	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor difusión • Fácil de compartir • El grupo objetivo pasa bastante tiempo en redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • No se debe utilizar más de un 20% de texto • No se puede acceder sin conexión a internet
Piezas para mail marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Ideal para información extensa • Ideal para explicación de procesos • Atractivo al tener bastante manejo de imágenes 	<ul style="list-style-type: none"> • Sin una correcta diagramación puede verse saturado • Sin una correcta jerarquía se puede perder el recorrido visual
Banners para slideshow de página web	<ul style="list-style-type: none"> • Ideal para presentar la información de una manera dinámica • El grupo objetivo pasa la mayor parte del tiempo de trabajo frente a una computadora 	<ul style="list-style-type: none"> • Si la conexión a internet no es buena, puede demorar en cargar y no mostrarse todos los banners del slideshow
Material impreso	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor tiempo de exposición • Son tangibles y por lo mismo portables 	<ul style="list-style-type: none"> • Si no es de suficiente interés para el lector, es muy fácil que se deshaga de él • Se puede dañar si se moja

Cada pieza gráfica tiene sus ventajas y desventajas, pero es el reto al que el diseñador se enfrenta donde puede aprovecharse de las ventajas y sacarles el mayor provecho para que estas sean efectivas.

> Definición del concepto creativo y premisas de diseño

Se hizo uso de insight para el desarrollo del concepto creativo y así hacer una conexión con esa verdad personal encontrada en el grupo objetivo. Este insight se encontró a través de la herramienta de investigación de encuesta al grupo objetivo. Se reunió una base de datos con la ayuda de la Secretaría Ejecutiva de CONRED para difundir la encuesta (anexo no. 3).

-Insight: “Tenemos un plan de prevención porque la ley lo pide, no porque realmente sepa el alto riesgo que hay en Guatemala”.

La definición del concepto creativo es guía para representar de manera gráfica el mensaje que se quiere informar al grupo objetivo. Se utilizaron tres diferentes técnicas creativas para el desarrollo del concepto: Brainstorming, mapa mental y relaciones forzadas.

Se realizó la lluvia de ideas con el apoyo de 5 personas del grupo objetivo o con características bastante similares a las del mismo. Se contó con el apoyo de la Lcda. Carolina Ibarra, Lic. Pablo Pivaral, Lic. Edgar Orozco y Licda. Katy de Orozco (anexo no. 4.1). Seguidamente, se realizó un mapa mental que conectara las palabras e ideas similares (anexo no. 4.2) para posteriormente escoger la palabra reloj y tierra y hacer una relación forzada (anexo 4.3). Se llegó al concepto “La tierra no espera”, utilizando las ideas de alerta que debe haber al estar en una zona tan riesgosa. Por lo mismo, las empresas deben estar preparadas, porque la tierra (los desastres) llegan de manera inminente, sin esperar a nadie.

Concepto creativo: «La tierra no espera»

Premisas de diseño 1:

Color: Se utilizarán los colores en base a las capas externas de la tierra. En cuanto a color, se utilizarán las escalas tonales tomando un color base de las capas externas de la tierra.

-Geósfera: Rocas, minerales y arena
Escala de cafés



-Biósfera: Donde existe la vida.
Escala de verdes



-Hidrosfera: Cantidad de agua en la tierra
Escala de azules



-Atmósfera: Gases que rodean la tierra.
Escala de grises



-Magnetósfera: Campo magnético de la tierra
Escala de morados



Tipografía: Familia tipográfica san serif, palo seco, versátil, con una amplia familia tipográfica para manejar jerarquía. Correcta legibilidad para manejar cuerpos grandes de textos. Bordes rectos que denoten formalidad en lo que comunica.

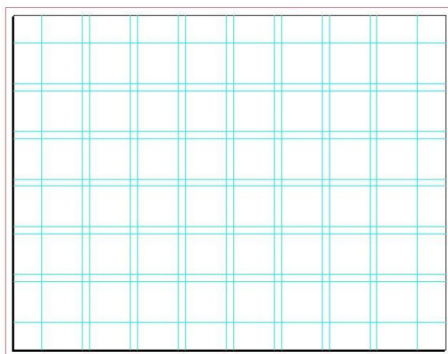
Neutra Text
Neutra Text
Neutra Text

Visuales:

Fotografía y fotomontaje: Utilización de fotografía para dar un mensaje aún más real. Utilización de figuras retóricas y la idea del tiempo.



Retícula: Retícula modular por motivo que hay muchos elementos independientes por diagramar.



Premisas de diseño 2:

Color: Se utilizarán los colores en base a las capas externas de la tierra. Para esta premisa de diseño en cuanto a color, se utilizará un color base de las capas externas de la tierra más sus colores complementarios.

-Geósfera: Rocas, minerales y arena
Escala de cafés



-Biósfera: Donde existe la vida.
Escala de verdes



-Hidrosfera: Cantidad de agua en la tierra
Escala de azules



-Atmósfera: Gases que rodean la tierra.
Escala de grises



-Magnetósfera: Campo magnético de la tierra
Escala de morados



Tipografía: Familia tipográfica san serif, palo seco. Debe ser versátil, con una amplia familia tipográfica para manejar jerarquía. Correcta legibilidad para manejar cuerpos grandes de textos. Bordes rectos que denoten formalidad.

Gotham
Gotham
Gotham

Visuales:

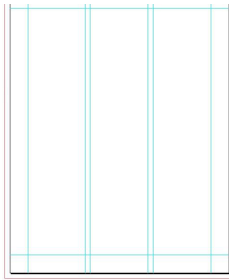
Representar al tiempo como secuencia de eventos (reloj análogo, reloj de arena, reloj digital).



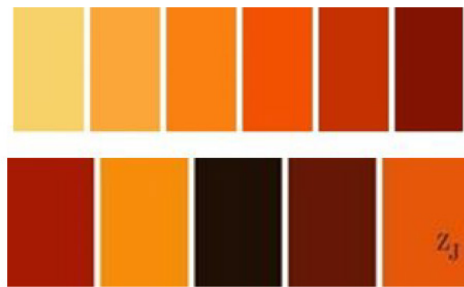
Tipografía: Familia tipográfica san serif, palo seco. Debe ser versátil, con una amplia familia tipográfica para manejar jerarquía. Correcta legibilidad para manejar cuerpos grandes de textos. Bordes rectos que denoten formalidad.

Neutra Text
Neutra Text
Neutra Text

Retícula: Retícula columnar



Color: Se utilizarán colores con connotación de alerta y prevención.

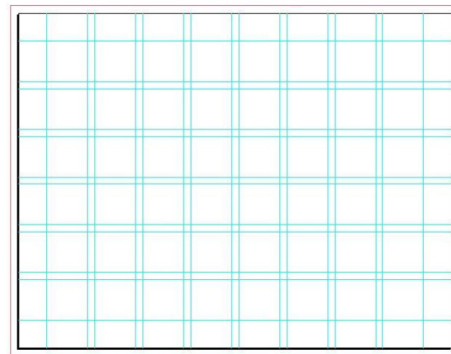


Premisas de diseño 3:

Después de una primera etapa de bocetaje, se llegó a la conclusión de la necesidad de replantear las premisas de diseño para poder realizar un bocetaje aún más efectivo.

Retícula: Retícula modular por motivo que hay muchos elementos independientes por diagramar.

Tratamiento de las imágenes: Fotocomposición y utilización de imágenes referentes al desastre.



Texturas: Texturas de desgaste y destrucción.

Utilización de la idea del tiempo: La acción es AHORA



> **CAPÍTULO 6**

> **Producción gráfica y validación de alternativas**

- > **6.1** Nivel 1 de visualización (bocetaje inicial y autoevaluación)
- > **6.2** Nivel 2 de visualización (bocetos más avanzados y validación con expertos)
- > **6.3** Nivel 3 de visualización (validación con grupo objetivo)
- > **6.4** Fundamentación de la propuesta final

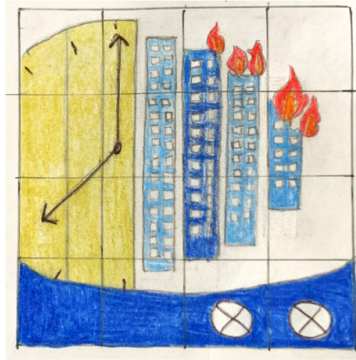
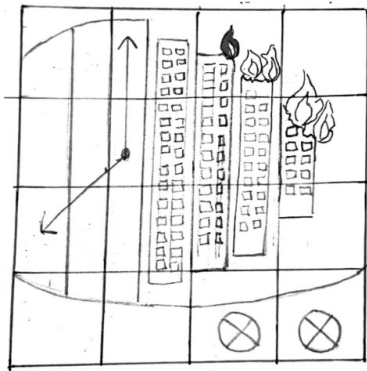
> NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN (BOCETAJE INICIAL Y AUTOEVALUACIÓN)

>1. Bocetaje inicial

Se realizaron los primeros bocetos en base a las premisas de diseño y se llegó a las siguientes propuestas:

Bocetos con premisa de diseño 1:

Se utilizó la idea del tiempo, de empresa y la escala de colores de azules (hidrósfera). El mensaje puede ser ambiguo pues se está comunicando que urge apagar el fuego, no que se pueda prevenir.



Idea de tiempo



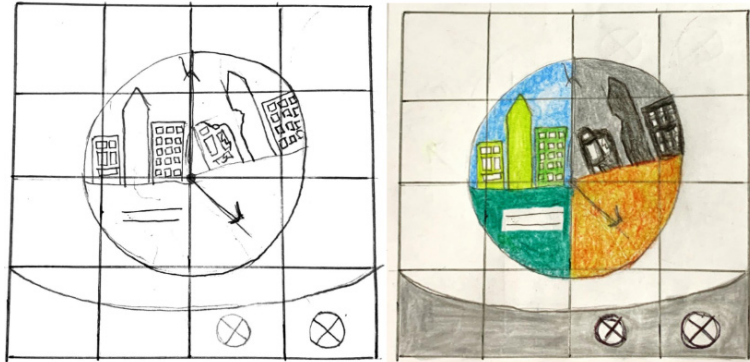
Idea de empresa



Escala de azules



Se utilizó la idea del tiempo, de empresa y la escala de colores de grises (atmósfera). El mensaje se enfoca en un tema de «cambio climático», que en cuanto más pase el tiempo, la tierra se desgasta más.



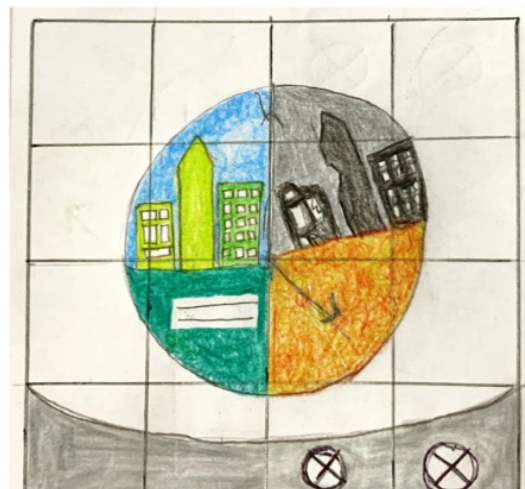
Idea de tiempo



Escala de grises y verdes

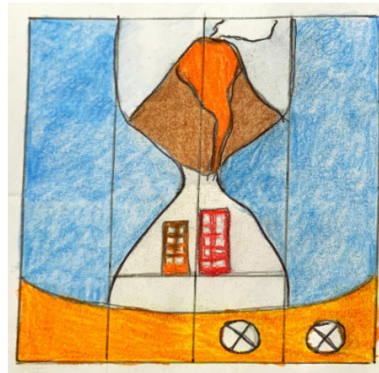
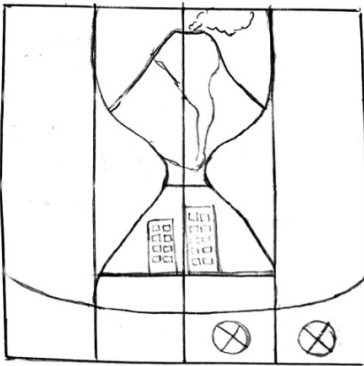


Idea de empresa



Bocetos con premisas de diseño 2:

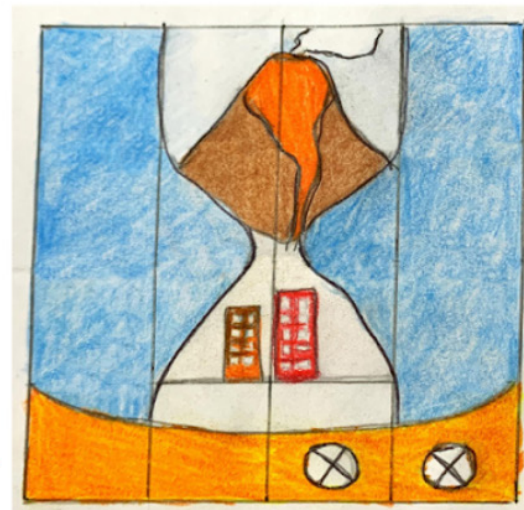
Se utilizó la idea del tiempo, de empresa y la escala de colores de cafés y naranjas y colores complementarios (geósfera). El mensaje del desastre inminente es claro, pero no hay algo que represente que se puede prevenir o lograr que no sea tan nefasto.



Idea de tiempo



Escala de cafés y naranjas



Idea de empresa



Segundos bocetos con premisa de diseño 1:

Se utilizó la idea del tiempo, de empresa y de la tierra. También se utilizó la idea que si la empresa del sector privado realiza una inversión previa en prevención de desastres, puede cambiar la cantidad de efectos negativos al enfrentarse a un desastre. Las manos refuerzan este mensaje, pues la misma mano del sector privado, después de un tiempo, es la misma que ayuda a la otra mano. Se aplicó la escala tonal de morados (magnetosfera).



Idea de tiempo



Idea de empresa

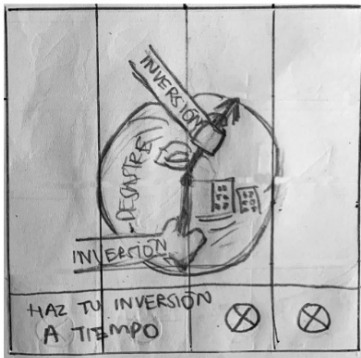


Escala de morados



Segundos bocetos con premisa de diseño 2:

Se utilizó la idea del tiempo, de empresa y de la tierra. La inversión del sector privado en prevención de desastres (representadas en las manos) detienen las manijas del reloj que le están dando paso al desastre, protegiendo a las empresas que se encuentran a punto de ser afectadas.



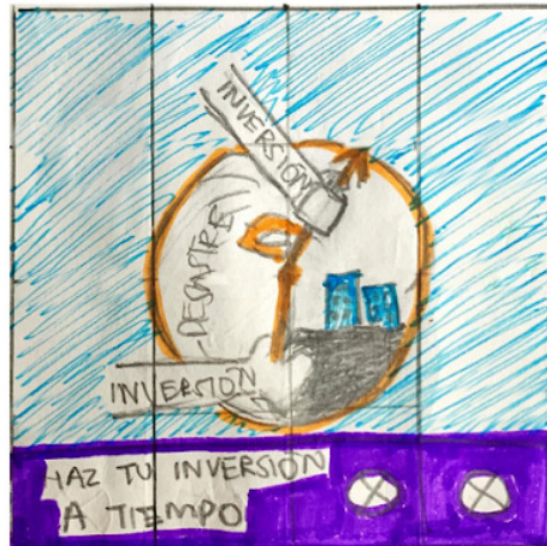
Idea de tiempo



Idea de inversión



Contraste de morado
con color contrastante



Idea de empresa



Bocetos con premisa de diseño 3:

Después de evaluar los anteriores bocetos, se vio la necesidad de replantear las premisas de diseño y realizar una propuesta con el grupo número 3 de premisas de diseño. El mensaje a comunicar es «No hay tiempo, el desastre puede ocurrir en cualquier momento», así que se procedió a utilizar la idea del tiempo como «La acción es AHORA» o «El tiempo es ahora». Se utilizó la tipografía de un reloj digital para hacer más énfasis a que «El tiempo es ahora».



Idea de tiempo

Llamado a la inversión



Representación de empresa

> 2. Autoevaluación



Autoevaluación		Pieza 1	Pieza 2	Pieza 3	Pieza 4
Aspecto a evaluar	Descripción				
Impacto visual	¿Cuán atractivo es?, ¿llama la atención?	5/5	5/5	5/5	5/5
Llamado a la acción	¿La invitación a tener un plan de prevención es claro?	2/5	3/5	3/5	5/5
Concientización	¿El mensaje hace reflexionar?	2/5	5/5	3/5	4/5
Comprensión	¿Los signos utilizados transmiten el mensaje que se quiere comunicar?	3/5	4/5	3/5	5/5
Congruencia con el concepto creativo	¿Cuánto se apega al concepto creativo?	2/5	5/5	5/5	5/5
Jerarquía	Recorrido visual que aporte al orden de los elementos	5/5	5/5	5/5	5/5
Identificación de emisor del mensaje	¿Se comprende que es principalmente CEPREDENAC el emisor del mensaje?	5/5	5/5	5/5	5/5
Total:		24/35	32/35	33/35	34/35

Se escogió la pieza número 4 con un puntaje de 34/35 sobre las demás piezas. Se escogió esta pieza por las siguientes razones:

1. Llama la atención fácilmente por el copy con tipografía de reloj digital.
2. La consecuencia de no atender el llamado a la acción es claro.
3. Hace reflexionar sobre que el tiempo es ahora, no después.
4. Los signos utilizados transmiten el mensaje que se quiere comunicar.
5. Es la propuesta que más se apega al concepto creativo.
6. El recorrido visual demuestra el orden de los elementos.
7. Se identifica fácilmente al CEPREDENAC como el emisor del mensaje.

> NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN (BOCETOS MÁS AVANZADOS Y VALIDACIÓN CON EXPERTOS)

Al iniciar el nivel 2 de visualización, se decidió dejar de trabajar con relojes análogos y de arena, pues se comunicaba el mensaje de «Aún hay tiempo». En la propuesta cuatro se trabajó el copy con tipografía de reloj digital para darle más fuerza al mensaje de «el tiempo es AHORA», no después. Por lo mismo, se siguió trabajando con dicha propuesta.



Propuesta 4

Se trabajó la palabra «AHORA» de manera que la letra «A» y la palabra «hora» quedaran separadas por los puntos del reloj digital. Esto con el propósito de connotar que la hora, el momento y la acción son AHORA. Después de elegida la propuesta, se procedió a someterla a asesoría. En dicha asesoría se discutió sobre aprovechar el tratamiento de la palabra «Ahora» para realizar más mensajes.



> Primer boceto digital

Para el primer boceto digital se utilizaron las premisas de diseño escogidas, donde se estipula el uso de imágenes referentes al desastre, textura de desgaste y destrucción, colores con connotación de alerta y prevención y la representación de la idea que el tiempo es «Ahora».

Pieza mostrando la retícula modular utilizada



Pieza sin mostrar la retícula modular utilizada



Desarrollo de bocetos digitales

Se procedió al desarrollo del resto de bocetos. En cada uno se incluyeron las premisas de diseño, únicamente cambiando el tipo de desastre (huracán, erupción volcánica, tormenta, etc) y el copy del arte. Los copios utilizados son:

- 1. «El tiempo es ahora»
- 2. «La acción es ahora»
- 3. «La decisión es ahora»
- 4. «La inversión es ahora»
- 5. «El momento es ahora»

Desarrollo de bocetos digitales

- Se desarrollaron dos bocetos por copy para hacer en total 10 piezas.





Modificaciones en bocetos digitales

Posteriormente, se procedió a cambiar los edificios utilizados (edificios recuperados de banco de imágenes en internet) por edificios de la ciudad de Guatemala. Se desarrollaron cuatro bocetos utilizando los siguientes edificios: Europlaza (zona 14), Centro Gerencial Margaritas (zona 10), Tikal Futura (zona 11) y Zona Pradera (zona 10). Las mismas piezas se sometieron a evaluación de cinco profesionales del Diseño y tres expertos en el tema de Reducción de Riesgo de Desastres.



Instrumento de Validación para el Nivel 2 de Visualización con Profesionales del Diseño

Se desarrolló el instrumento de validación para el nivel 2 de visualización de profesionales del diseño bajo asesoría (anexo 5).

Resultados de Validación para el Nivel 2 de Visualización con Profesionales del Diseño

Se llegó a las siguientes resoluciones:

1. Reforzar el mensaje de «ya no hay tiempo» para que no se interprete que el grupo objetivo puede tomarse su tiempo para decidir el tener un plan de prevención o no.
2. Reforzar el tratamiento sombrero en las imágenes para connotar una sensación de peligro.
3. Lograr que en todas las piezas se comprenda el peligro inminente.

Instrumento de Validación para el Nivel 2 de Visualización con expertos en el tema

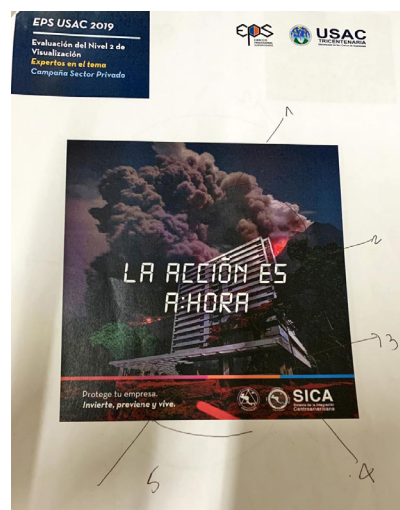
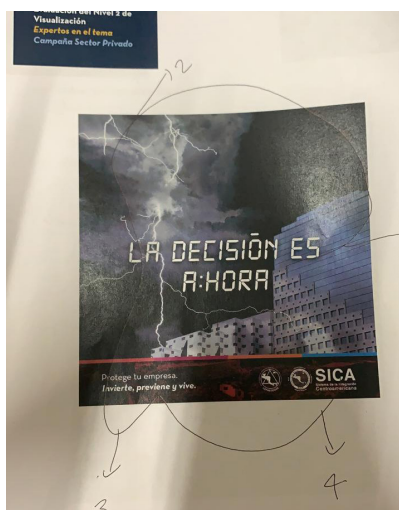
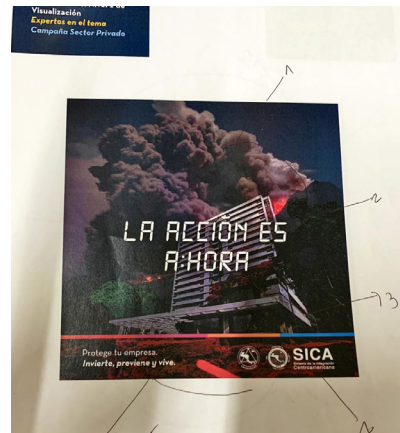
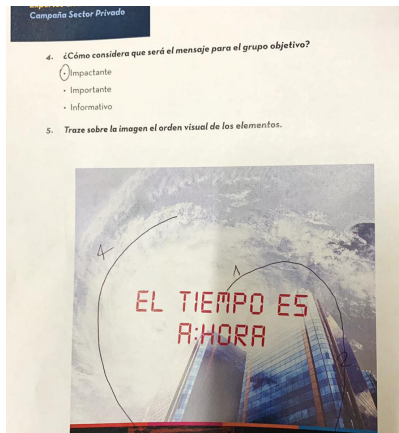
Se desarrolló el instrumento de evaluación para el nivel 2 de visualización de expertos en el tema bajo asesoría (anexo 6).

Validación del Nivel 2 de Visualización con expertos en el tema

Además de contestar las preguntas antes mencionadas, los expertos en el tema trazaron el orden visual que tienen los elementos de las piezas.

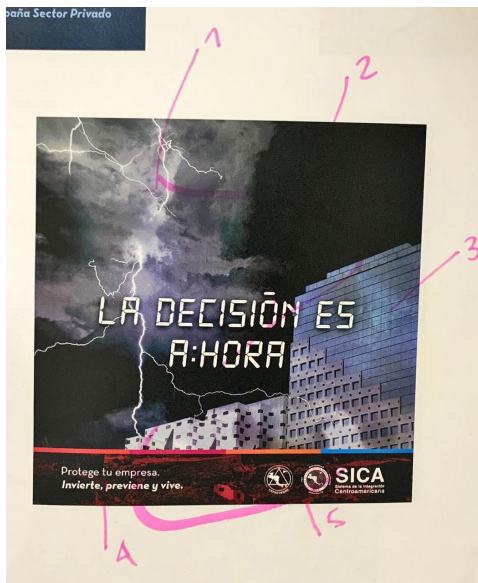


Lcda. Jessica Solano
Experta en temas de Reducción
de Riesgo de Desastres



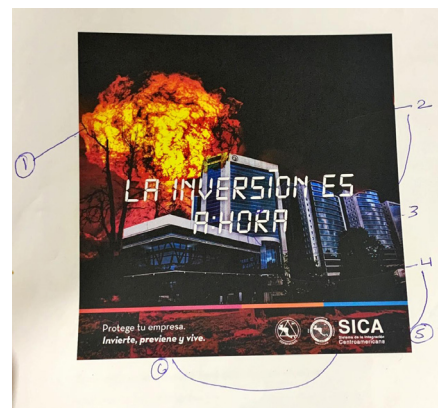
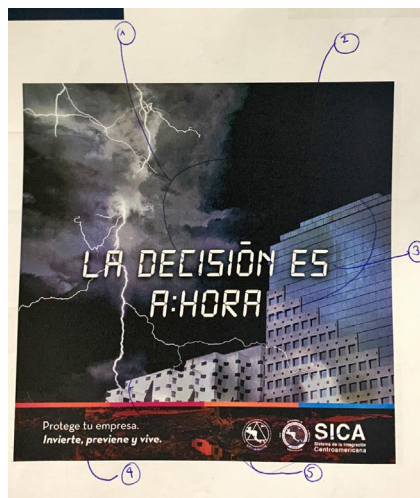
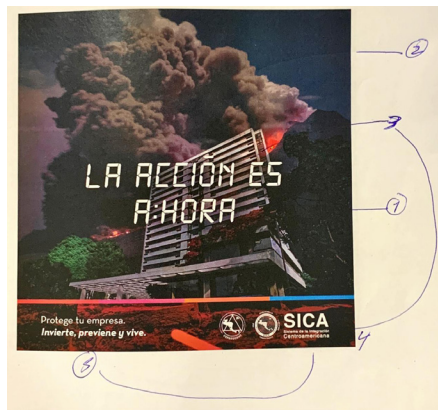


Lcda. Jennifer Vásquez
Experta en temas de Reducción
de Riesgo de Desastres





Lic. Juan Cerritos
Expertos en temas de Reducción
de Riesgo de Desastres y Alianzas Público-Privadas



Resultados de Validación para el Nivel 2 de Visualización, profesionales del Diseño

Se compartió el instrumento de validación a las tres personas expertas en el tema de Reducción de Riesgo de Desastres, siendo los resultados los siguientes:

1. La pieza es lo suficientemente llamativa para llamar la atención.
2. Debe de darse mayor énfasis al llamado de acción de proteger la empresa.
3. Las piezas logran crear impacto en las personas que las ven.
4. El recorrido visual es claro y ningún elemento compite con otro.

Después de este proceso, se realizaron las siguientes modificaciones respondiendo a los resultados de la Validación del Nivel 2 de Visualización:

1. Se colocaron todos los copios con tipografía de reloj digital en color blanco para tener mejor legibilidad y seguir el mismo tratamiento en la tipo grafía digital en todas las piezas.



2. Se tomaron fotografías de los siguientes edificios del sector privado para utilizar en las piezas: Cámara de la Industria, Unicentro, Guayacán, Dubai Center, Zona Pradera, Europlaza, Centro Gerencial Las Margaritas, Atlantis, Edificio El Triángulo y Topacio Azul. Todos estos ubicados en zona 10, 14, 9 y 4 de la Ciudad de Guatemala.



3. Se trabajó el tratamiento en las imágenes para connotar una sensación de peligro y alerta. Se aplicaron más texturas de desgaste y se oscureció el fondo.

4. Se trabajó en la integración gráfica del edificio y el desastre para lograr que en todas las piezas la sensación del peligro inminente.



Antes



Después



Antes



Después



5. Se agrandó 2 puntos la tipografía que contiene el mensaje de llamado a la acción «Protege tu empresa. Invierte, previene y vive», colocado en el cintillo rojo y así asegurar una mejor legibilidad.

Antes



Después



> NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN

Instrumento de Validación para el Nivel 3 de Visualización con el Grupo Objetivo

Al tener las 10 piezas anteriores, se procedió a construir la herramienta para la Validación del Nivel 3 de Visualización con 15 personas del grupo objetivo (anexo 7).

Resultados del Nivel 3 de Visualización

Se llegó a las siguientes resoluciones:

1. La pieza número 1 (con el Edificio de Europlaza) pareciera ser aislada de las demás piezas, pues es la única pieza en la que no se manejó un tratamiento de colores oscuros para el edificio y el desastre.
2. No en todas las piezas se ve real la composición (piezas 3, 4, 8 y 9).
3. Se considera utilizar más copies aparte de «Proteje tu empresa. Invierte, previene y vive» para reforzar aún más el llamado a la acción.
4. Identificar al emisor del mensaje fue sencillo.
5. La campaña sí causa un impacto en el grupo objetivo y deja un claro llamado a la acción.
6. Se logra comunicar de forma clara el mensaje «No hay tiempo, el desastre puede ocurrir en cualquier momento».
7. El grupo objetivo entiende el mensaje «No hay tiempo, el desastre puede ocurrir en cualquier momento» de mejor manera, por la tipografía de reloj digital.

Después de este proceso, se realizaron las siguientes modificaciones respondiendo a los resultados de la Validación del Nivel 3 de Visualización:

1. Se editó la pieza número 1 (con el Edificio de Europlaza) para que esta tuviera un tratamiento mucho más oscuro, connotando la sensación de peligro. En vez de colocar un huracán como desastre, se colocó una tormenta eléctrica de noche.



Pieza 1 Edificio Europlaza

2. Se trabajó en la integración del desastre con el edificio en las piezas número 2 (Edificio Margaritas), 5 (Dubai Center), 6 (Zona Pradera), 8 (Unicentro), 9 (Edificio Guayacán) y 10 (Edificio El Triángulo).

Antes



Después



Pieza 2 Centro Gerencial Las Margaritas

Antes



Después



Pieza 5 Dubai Center

Antes



Después



Pieza 6 Zona Pradera

Antes



Después



Pieza 8 Unicentro



Pieza 9 Edificio Guayacán



Pieza 10 Edificio El Triángulo

3. Se colocaron los siguientes cinco copias en las piezas:

- Protege tu empresa. Invierte, previene y vive.
- Capacita a tus brigadistas. Invierte, previene y vive.
- Prepara un plan de prevención. Invierte, previene y vive.
- Prepárate ante el desastre. Invierte, previene y vive.
- No te confíes. Invierte, previene y vive.



Al tener el diseño final de las piezas para redes sociales, se procedió a trabajar el resto de piezas de la campaña:

- 4 banners para slideshow de página web
- 3 piezas para mail marketing
- 1 portada para Facebook (animada con efecto parallax)
- 1 material impreso

Proceso de bocetaje de banners para slideshow de página web

- Se utilizó retícula modular para la diagramación de los elementos.
- Se colocó el montaje del edificio con el copy con tipografía de reloj digital y, bajo de este copy, se colocó el copy de llamado a la acción que invita a tener un plan de prevención. También se incluyó el cintillo de colores referente al Marco de Sendai.



Proceso de bocetaje de piezas para mail marketing

- Se utilizó retícula de 6 columnas con un medianil de 12 pixeles para la diagramación de los elementos.
- En la parte posterior de la pieza se colocó el montaje del edificio con el copy con tipografía de reloj digital para llamar la atención de la persona que verá la pieza en su correo electrónico. Abajo de este copy, se colocó el copy de llamado a la acción que invita a tener un plan de prevención. También se incluyó el cintillo de colores referente al Marco de Sendai.
- El texto de la pieza incluye los beneficios que tienen las empresas que promueven la Gestión Integral de Riesgos e instrucciones para que el CEPREDENAC atienda a las empresas que deseen implementar un plan de prevención.
- Al final de la pieza se incluyeron los datos de contacto del CEPREDENAC y los logos del mismo y del SICA.



Proceso de bocetaje de portada para Facebook (animada con efecto parallax)


- La animación tiene la duración de 20 segundos.
- En los primeros 10 segundos aparece el mensaje El tiempo es ahora, seguido del último mensaje Protege tu empresa.
- La animación consiste en un leve movimiento con sensación de tridimensionalidad.



Proceso de bocetaje de material impreso

- Se utilizó retícula de 3 columnas para la diagramación de la información.
- Se diagramó en dos tablas la información de la importancia de la PCGIR y áreas de interés y beneficios para las empresas que promueven la Gestión Integral de Riesgos para presentar esta información de manera ordenada y clara.
- Se colocaron los titulares en color blanco sobre un sólido con textura de desgaste.
- También se incluyó el cintillo de colores referente al Marco de Sendai.
- El tamaño del bifoliar es de 8 x 8 pulgadas. Se decidió realizarlo de este tamaño para tener espacio suficiente para diagramar la información de manera atractiva y ordenada.

¿Cuál es nuestro mandato?



La implementación de la Política Centroamericana de Gestión Integral de Riesgo de Desastres (PCGIR) como instrumento de política pública regional especializada en materia de Gestión de Riesgos de Desastres.

Como instrumento, la PCGIR contiene Principios, Objetivo y Ejes Articuladores, en los cuales se establecen medidas, compromisos y acciones generales que promueven las Alianzas Público-Privadas para la Reducción de Riesgo de Desastres:

Principios	<ul style="list-style-type: none"> e. Transparencia y participación. Se establecerán espacios de participación y consulta con el sector público y privado. c. Complementariedad. La PCGIR contribuye con el impulso de las sinergias y complementariedades con los actores del sector público y el sector privado. f. Atribución de competencia. Corresponde su ejecución a cada actor, público o privado, según el ámbito de sus competencias establecido en su marco jurídico.
Objetivo	<ul style="list-style-type: none"> Favorecer la inclusión de la gestión de Reducción de Riesgo de Desastres en la inversión pública y privada.
Ejes Articuladores	<ul style="list-style-type: none"> A. Reducción del Riesgo de Desastres en la inversión Pública y Privada para el Desarrollo Económico Sostenible. B. Desarrollo y compensación social para reducir la vulnerabilidad. C. Gestión del Riesgo de Desastres y su relación con el cambio climático. D. Gestión territorial, Gobernabilidad y Gobernanza. E. Gestión de los desastres y recuperación.

* En los procesos, instrumentos y mecanismos de implementación se establece la participación del Sector Privado, en conjunto con todos los Sectores.

Áreas de interés común y beneficios para las empresas que promueven la Gestión Integral de Riesgo de Desastres

Áreas de interés común	Beneficios económicos, sociales y productivos para tu empresa
Reducir considerablemente los daños y pérdidas causados por desastres y blindaje de la inversión pública y privada.	<ul style="list-style-type: none"> Mayor productividad-mayor inversión Acceso a mercados Cadena de valor sostenible Seguridad en la infraestructura y servicios
Aumentar la gestión del conocimiento, la investigación y el intercambio de experiencias para una cultura de prevención y resiliencia.	<ul style="list-style-type: none"> Colaboradores capacitados Planes de continuidad de operaciones Protección de la inversión, reduciendo las pérdidas económicas Investigación aplicada Información para la toma de decisiones para mejorar inversiones Campañas de difusión para una cultura de prevención
Generar, actualizar y aplicar enfoques Eco-Sistémicos en los territorios para la Reducción de Riesgo de Desastres y adaptación a la variabilidad y cambio climático.	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechamiento de los recursos naturales Aseguramiento de producción y servicios Evaluación de pérdidas y daños Gestión del patrimonio de las empresas Conservación y restauración del patrimonio

CEPREDENAC
Contribuyendo con el desarrollo sostenible y seguro de Centroamérica y República Dominicana.

Somos parte de la transformación empresarial, hacia una cultura de Reducción de Riesgo de Desastres, identificando áreas de interés para las empresas.



LA INVERSIÓN ES AHORA

Protege tu empresa

www.cepredenac.org 2390-0200

info@cepredenac.org Av. Hincapie 21-72 zona 13

ALIANZAS PÚBLICO - PRIVADAS

Para la Reducción de Riesgo de Desastres en Centroamérica y República Dominicana

> FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

Con el objetivo de contribuir a la labor que realiza el CEPREDENAC a que la población del sector privado de Guatemala esté mejor informada, con cultura de prevención ante el Riesgo de Desastre e implementen un plan de prevención en sus empresas, se desarrolló una campaña social cuyo contenido tiene énfasis conceptual para llamar la atención y connotar un mensaje final de concienciación y llamado a la acción.

Se realizó una campaña social digital pues el CEPREDENAC llega a este grupo objetivo a través de los medios digitales, especialmente a través de sus redes sociales, página web y correo electrónico.

Para el diseño de toda la campaña, se utilizaron fotografías de edificios con los cuales el grupo objetivo está fuertemente relacionado (edificios ubicados en zona 10, zona 9, zona 14 y zona 13). El tratamiento aplicado se trabajó de manera que la pieza representara que cualquiera de estos edificios es vulnerable ante el desastre por el alto riesgo que existe en Guatemala. Se desarrolló un fotomontaje que consistía en colocar el edificio en una condición de desastre (incendio, tormenta, etc). El copy principal se desarrolló bajo el concepto «La tierra no espera», con tipografía de reloj digital y color rojo para connotar alerta y un llamado de atención para actuar AHORA, pues el desastre es inminente. También se colocó un copy final donde se hace un final llamado a la acción, invitando al grupo objetivo a proteger su empresa con un plan de prevención. El mensaje general de la campaña es concientizar a estar preparados con un plan de prevención antes que suceda el desastre, proteger la inversión y proteger el recurso humano de las empresas.

La campaña consta de 19 piezas en total, las cuales son:

- 10 posts para redes sociales
- 4 banners para slideshow de página web
- 3 piezas para mail marketing
- 1 portada para Facebook (animada con efecto parallax)
- 1 material impreso

Lineamientos para puesta en práctica

Piezas digitales

Se implementará las piezas digitales en redes sociales, página web y a través de mailchimp (mail marketing).

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
Campaña social digital																													
Correo electrónico																													
Pieza 1																													
Pieza 2																													
Pieza 3																													
Redes sociales																													
Post 1																													
Post 2																													
Post 3																													
Post 4																													
Post 5																													
Post 6																													
Post 7																													
Post 8																													
Post 9																													
Post 10																													
Página web																													
4 banners para slideshow																													
Portada de Facebook																													
Portada con efecto parallax																													

Se ha realizado la siguiente calendarización de publicaciones contemplada para un mes (28 días, aproximadamente):

Se debe realizar el cambio de banners en el slideshow de la página web del CEPREDENAC y cambiar la portada de Facebook para posteriormente empezar la publicación de los 10 posts. Tanto banners en página web, como portada de Facebook, permanecerán durante todo el mes.

Las 3 piezas para mail marketing se difundirán específicamente a la base de datos con la que ya cuenta el CEPREDENAC de personas encargadas de comités de Reducción de Riesgo de Desastres.

Material impreso

Impresión en couché calibre 80 g.

Especificaciones:

- Cantidad cotizada: 1,000 impresiones
- Tamaño: 8x16 pulgadas
- Material: Couché 80 g
- Impresión: Tiro y retiro full color
- Doblado: En dos, tipo bifoliar

Cotizaciones para material impreso (cotizaciones formales en anexo no. 7):

- Punto Creativo Litografía Q2,124.00
- Visión Digital Q4,000.00

10 posts para redes sociales











Vista preliminar de posts en Facebook

 **CEPREDENAC**
Sponsored Like Page

#AlianzasPúblico-Privadas Las empresas que promueven la Gestión Integral de Riesgos tienen mayor productividad e inversión, cadenas de valor sostenible, acceso a mercados, seguridad en la infraestructura y servicios. **#GIRD #EmpresasResilientes**

LA DECISIÓN ES AHORA

Capacita a tus brigadistas.
Invierte, previene y vive.

  **SICA**
Sistema de la Integración Centroamericana

  20 562 Comments 311 Shares

 Like  Comment  Share

4 banners para slideshow de página web



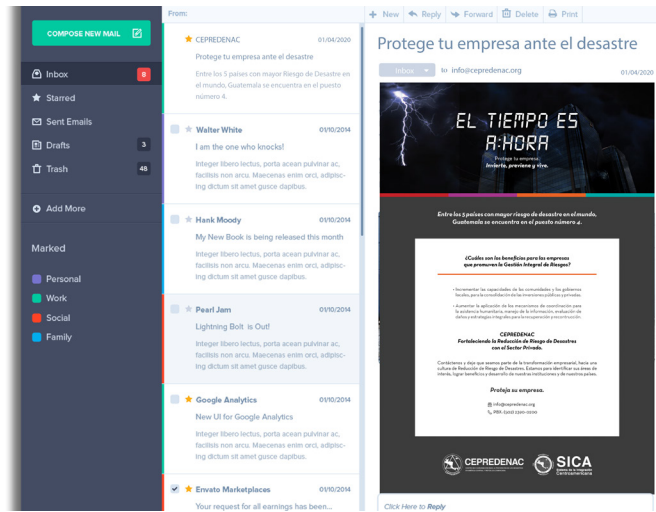
Vista preliminar de slideshow en página web



3 piezas para mail marketing



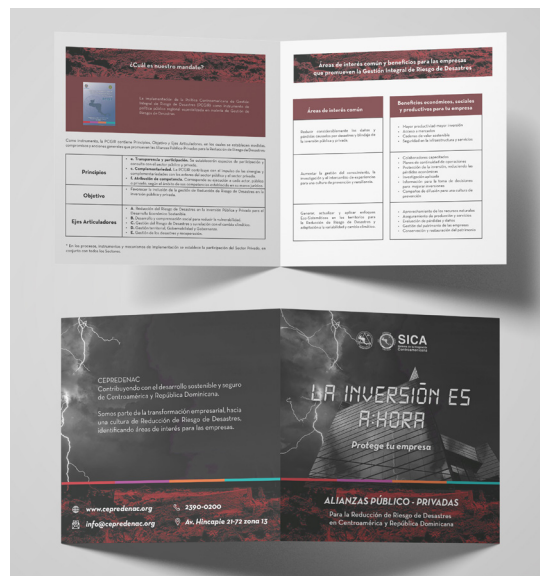
Vista preliminar de piezas para mail marketing



1 portada para Facebook (animada)



1 material impreso



Presupuesto

Presupuesto
EPS CEPREDENAC
 Mildred Pivaral 201501166



USAC
 TRICENTENARIA
 Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
 ARQUITECTURA



Período: Agosto a Noviembre 2019

	Horas	Costo Q.
Proyecto A		
Campaña Social		
Desarrollo de 19 piezas gráficas: 10 posts para redes sociales, 4 banners para slideshow en página web, 3 artes para mail marketing, 1 portada para Facebook y 1 material impreso.	300	Q 18,750.00
Gastos Directos		
Gasolina del vehículo		Q 225.00
Depreciación del vehículo		Q 800.00
Matenimiento del vehículo		Q 300.00
Depreciación de equipo (computadora y cámara)		Q 420.00
Suministros de oficina		Q 100.00
Gastos Indirectos		
Impresión de insumos varios		Q 60.00
Impresión de piezas de proyecto A		Q 200.00
Total Proyecto A	300	Q 18,750.00
Gastos Directos e Indirectos		Q 2,105.00
Total Proyecto	300	Q 20,855.00
Impuestos		Q 25,026.00
Gran Total		Q 25,026.00

> CAPÍTULO 7

- > **Síntesis del proceso**
 - > 7.1 Lecciones aprendidas
 - > 7.2 Conclusiones
 - > 7.3 Recomendaciones

> LECCIONES APRENDIDAS

- Contemplar la carga externa laboral para que no interrumpa el proceso del Proyecto de Graduación.
- Tener amplio conocimiento de cómo utilizar diferentes técnicas creativas para que, al elegir una, el proceso de conceptualización sea efectivo.
- El proceso de bocetaje a mano debe realizarse lo más exacto posible a la idea que se pretende ejecutar. De esta manera, será más fácil trabajar otras versiones de los bocetos y digitalizarlos.
- Hay muchas herramientas de investigación (en el desarrollo del proyecto) que pueden ser de gran utilidad. No limitarse únicamente en lo que ya se conoce o se ha utilizado anteriormente.
- La buena planificación es vital. Entre más exacto sea el cronograma y flujograma, más eficiente. Así se podrán tomar decisiones en el momento oportuno y controlar mejor los tiempos.
- En ocasiones las fases no se desarrollarán como lo planeado, mas esto no debe impedir el correcto desarrollo del proyecto.

> CONCLUSIONES

- Se hizo conciencia en el grupo objetivo a través de la campaña, acudiendo al sentido de alerta al utilizar la palabra A:HORA con tipografía de reloj digital y así hacer reflexionar sobre la incertidumbre que el desastre puede suceder en cualquier momento y el aumento de los efectos negativos que pueden ocurrir por no tener un plan de prevención en la empresa.
- Se realizó una campaña digital de concientización sobre el alto Riesgo de Desastre que hay en Guatemala para que las empresas del sector privado tomen la acción de tener un plan de prevención. La campaña fue hecha utilizando fotomontaje de edificios siendo afectados por un desastre para hacerle conciencia al grupo objetivo que esto realmente puede pasar en cualquier momento.
- Para el desarrollo de la campaña social se detectó un insight en el grupo objetivo para conectar de mejor manera con ellos. También se utilizaron códigos visuales y verbales basados en tendencias a los cuales el grupo objetivo está expuesto. Estas tendencias se encuentran, en su mayoría, en material publicitario que el grupo objetivo consume. Esto aportó a que el mensaje haya sido claro en comunicar.

> RECOMENDACIONES

A la Escuela de Diseño Gráfico

- Incorporar al curso Proyecto de Graduación 1, contenido sobre la investigación del marco teórico. Lo anterior, en vista de que esta información enriquece el desarrollo del proyecto de grado, y de no realizarse con la debida propiedad, no se obtienen los fundamentos teóricos, conceptuales y contextuales que se requieren para su eficiente desarrollo.
- Procurar que los epesistas establezcan previamente, una relación directa y de confianza con la institución en donde se realizará el proyecto de graduación, para evitar problemas de comunicación.

Al estudiante

- Incorporar al informe final del proyecto grado, los cambios que correspondan, paralelamente a su desarrollo, en cada una de las secciones del mismo, permitirá que los tiempos del cronograma se cumplan puntualmente.
- Diagnosticar el problema de comunicación y propuestas de solución lo antes posible para evitar el atraso.
- Investigar las tendencias a las que el grupo objetivo está expuesto; conocer los medios idóneos para difundir una campaña; contextualizar insights e identificar tendencias, facilitará la codificación del concepto creativo.

A CEPREDENAC

- Desarrollar material gráfico utilizando como base la conceptualización expuesta en el presente proyecto de grado, ayudará a informar y concientizar de mejor manera al grupo objetivo.
- Replicar el contenido diseñado en el presente proyecto, en cuanto a las imágenes de los edificios en otras situaciones de desastre (terremotos, actividad volcánica y otros) para futuros proyectos.
- Utilizar las publicaciones diseñadas para la campaña social, no solamente en Facebook; sino también en otras redes sociales, tales como: Instagram, LinkedIn y Twitter.

> CAPÍTULO 8

> Referencias

> REFERENCIAS

- 99designs. «Top 10 graphic design trends for 2019». Video en YouTube. 2019. Acceso 18 de agosto de 2019. https://www.youtube.com/watch?time_continue=122&v=KdKc6X2mWfY
- Calderón, Alex. «Niveles socioeconómicos en Guatemala». ALKS consultorías. 2018. Acceso 20 de marzo 2019. <https://www.alksconsultores.com/single-post/2018/03/07/NIVELES-SOCIOECONOMICOS-EN-GUATEMALA>
- _____ .Mk Estratégico: 02 Niveles socioeconómicos en Guatemala». 2018. Video en YouTube. Acceso 15 de marzo 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=bxBfmhmbU>
- Carro, Jorge. La publicidad en Guatemala. En: Diario La Hora. 28 de diciembre 2018. Acceso 22 de agosto de 2019. <https://lahora.gt/la-publicidad-en-guatemala/>
- Comunidad de Empresas de Comunicación de Guatemala. «Medios de Guatemala». 2014. Acceso 20 de agosto de 2019. <https://comunidadguatemala.com/medios-de-guatemala/>
- Eckstein, David. Hutfils, Marie-Lena. Wings, Maik. «Índice de Riesgo Climático Global». 2018. Acceso el 20 de agosto de 2019. <http://www.cac.int/node/903>
- Ecured. «Archipiélago». 2016. Acceso 21 de octubre de 2019. <https://www.ecured.cu/Archipi%C3%A9lago>
- Fondear, S.L. «Los Alisios». 2011. Acceso 21 de octubre de 2019. <http://www.fondear.org/infonautic/Mar/Meteo/Alisios/Alisios.htm>
- GeoEnciclopedia. «Cinturón de Fuego del Pacífico». 2015. Acceso 21 de octubre de 2019. <https://www.geoenciclopedia.com/cinturon-de-fuego-del-pacifico/>
- Germanwatch. «Índice de Riesgo Climático Global 2019». Acceso el 25 de marzo 2019. https://www.germanwatch.org/sites/germanwatch.org/files/Indice%20de%20Riesgo%20Climatico%20Global%202019%20-%20Resumen_O.pdf
- Group/Coolhunting del curso Ejercicio Profesional Supervisado impartida por el docente Javier Donis, USAC, 21 de octubre de 2019 en la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Images All Disaster Msimages.Org. Natural Disaster Management Posters. 20 de septiembre del 2018. Acceso 18 de septiembre de 2019, <http://www.msimages.org/natural-disaster-management-posters/>
- INE. «Estadísticas de Educación». 2017. Acceso el 20 de octubre de 2019. https://www.ine.gob.gt/estadisticasine/index.php/usuario/educacion_menu
- INSIVUMEH. «Estructura interna de la tierra». 2012. Acceso 20 de agosto de 2019. <http://www.insivumeh.gob.gt/geofisica/indice%20sismo.html>
- _____ . «Información de Volcanes». 2012. Acceso 20 de agosto de 2019. <http://www.insivumeh.gob.gt/volcanes-de-guatemala/>

- _____ . «El estudio de los volcanes y su vigilancia». 2012. Acceso 20 de agosto de 2019. [http:// www.insivumeh.gob.gt/vulcanologia-general/](http://www.insivumeh.gob.gt/vulcanologia-general/)
- La Vanguardia. «Greta Thunberg, candidata a Premio Nobel de la Paz». 2019. Acceso el 16 de septiembre de 2019. <https://www.lavanguardia.com/natural/cambio-climatico>
- Ministerio de Economía. «Sistema Nacional de Información Mipyme Guatemala». 2015. Acceso 20 de marzo 2019. http://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Comunicacion%20Social/sistema_nacional_de_informacion_mipyme_guatemala_ano_base_2015.pdf
- Mix de medios en fundaciones año 2018 y 2019. Fuente: Rodrigo Vargas De León.
- Moscoso Barcia, Yanina M. Tendencia en diseño. Publicado en Actas de Diseño N°1, agosto 2006, págs.236-237. Universidad de Palermo. Facultad de Diseño y Comunicación. Acceso 22 de agosto de 2019, https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=13&id_articulo=5411
- PCGIR-CEPREDENAC. «Política Centroamericana de Gestión Integral de Riesgo de Desastres». CEPREDENAC. 2017. (PCGIR-MSRRD 2015-2030/CEPREDENAC/SICA-001-2017.)
- PlazaPública, Dirección de incidencia pública «La crisis política y el retroceso democrático». 2018. Acceso el 15 de septiembre de 2019. <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-crisis-politica-y-el-retroceso-democratico>
- Secretaría de Emergencia Nacional, Paraguay. Conmemoración del 13 de octubre Día Internacional para la Reducción de Desastres. Campaña de sensibilización, #VivirParaContarlo. En: OIM. Acceso 25 de agosto de 2019, <https://paraguay.iom.int/?q=es/node/882>
- Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres. Gestión del Riesgo avisa: El riesgo no se va de vacaciones. En: Diario del Huila. Colombia, 18 de diciembre del 2018. Acceso 20 de agosto de 2019, <https://www.diariodelhuila.com/gestion-del-riesgo-avisa-el-riesgo-no-se-va-de-vacaciones->
- UNISDR-CEPREDENAC. «Informe Regional del Estado de la Vulnerabilidad y Riesgos de Desastres en Centroamérica». CEPREDENAC. 2014.
- UNU-EHS. «Lista de países por riesgo de desastres naturales». Informe Mundial de Riesgo 2016 (WRR 2016) publicado por las obras de urbanización Alliance / Bündnis Entwicklung Hilft (BEH). En: Wikipedia, la enciclopedia libre. Acceso el 21 de agosto de 2019. https://es.qwe.wiki/wiki/List_of_countries_by_natural_disaster_risk
- Villacorta, Manuel. «El ABC de la pobreza en Guatemala». 2018. PRENSA LIBRE. Acceso 18 de agosto de 2019. <https://www.prensalibre.com/opinion/el-abc-de-la-pobreza-en-guatemala/>
- Xulú, Glenda Marisol. «¿Educación de calidad en Guatemala?». Entre Mundos. 2018. Acceso el 15 de octubre de 2019. <http://www.entremundos.org/revista/juventud/educacion-calidad-guatemala/>

> ANEXOS

> Anexo 1 Tamaño de la Muestra

Población

4,793 empresas (Esta cifra corresponde a el número de empresas medianas y grandes registradas y activas en el área metropolitana de Guatemala, sin contar a las personas individuales que prestan servicios profesionales y empresas que reportan cero ventas). Se desconoce el dato de las empresas grandes en el área metropolitana, sin embargo, según el Programa Nacional de Competitividad (PRONACOM), en el año 2011, existían 237 empresas grandes a nivel nacional.

El Ministerio de Economía clasifica como «empresas medianas» a aquellas que cuenten con un número de 81 a 200 empleados y ventas anuales en salarios mínimos mensuales de actividades no agrícolas en el rango de Q3,701 y Q15,420.

- **Nivel de confianza:** 80%
- **Margen de error:** 20%
- **Muestra:** 11 personas encargadas de comités, comisiones o equipos encargados de la prevención de riesgo de desastre en instituciones privadas grandes en el área metropolitana de Guatemala.

TABLA 2: DEFINICIÓN MYPIME

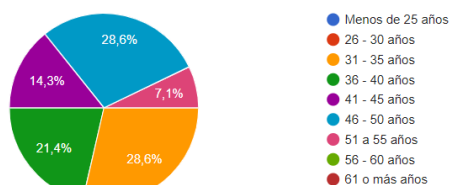
TAMAÑO DE LA EMPRESA	NÚMERO DE EMPLEADOS	VENTAS ANUALES EN SALARIOS MÍNIMOS MENSUALES DE ACTIVIDADES NO AGRÍCOLAS
MICRO	1 - 10	1 - 190
PEQUEÑA	11 - 80	191 - 3,700
MEDIANA	81 - 200	3,701 - 15,420

Fuente: Elaboración propia, con información del Acuerdo Gubernativo 211-2015

Anexo 1.1 Gráficas de Características Sociodemográficas

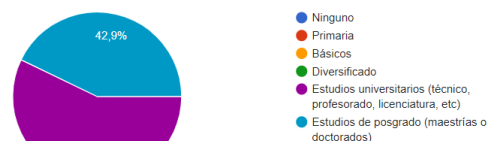
4. Marque el rango de su edad

14 respuestas



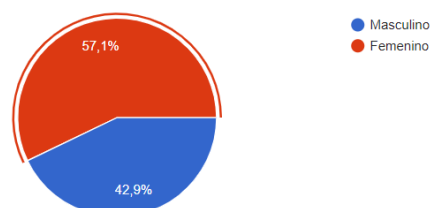
6. Estudios

14 respuestas



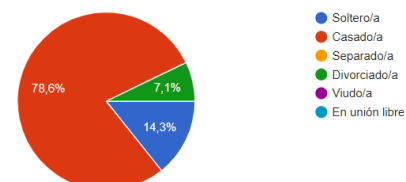
5. Género

14 respuestas



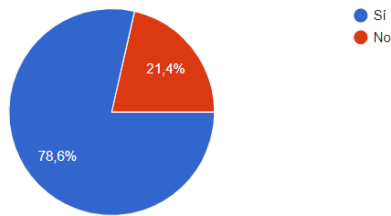
7. Estado civil

14 respuestas



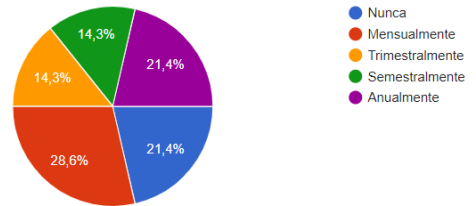
8. ¿Su familia depende económicamente de usted?

14 respuestas



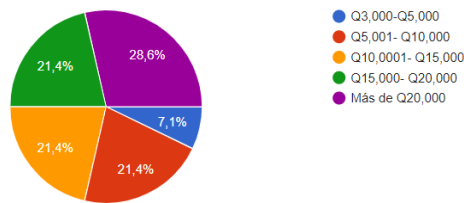
13. ¿Con qué frecuencia lo utiliza?

14 respuestas



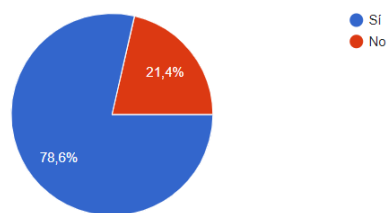
9. ¿Cuál es el rango de su ingreso mensual?

14 respuestas



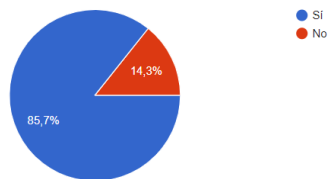
14. ¿Cuentan con algún entrenamiento de primeros auxilios?

14 respuestas



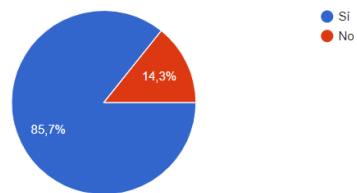
10. ¿Ha comprado equipamiento para la institución para responder a un desastre (extinguidores, palas, mascarillas)?

14 respuestas



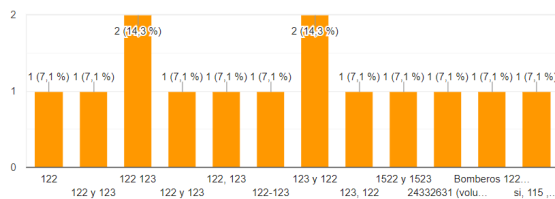
15. ¿Cuentan en su institución con algún plan de emergencia ante desastres (sismos, huracán, inundación)?

14 respuestas



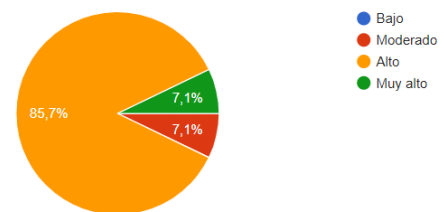
11. ¿Conoce el número de emergencia de los bomberos municipales y voluntarios?, ¿Cuáles son los números?

14 respuestas



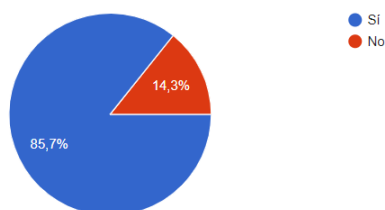
16. ¿Cómo considera que es el riesgo de desastre en Guatemala?

14 respuestas



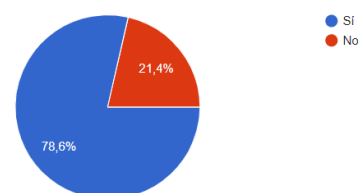
12. ¿Utilizan algún servicio de mantenimiento de este equipo (mantenimiento a extinguidores, rociadores, etc)?

14 respuestas



17. ¿Considera que usted y su institución corren el riesgo de ser afectados por un terremoto, huracán, tsunami o erupción volcánica?

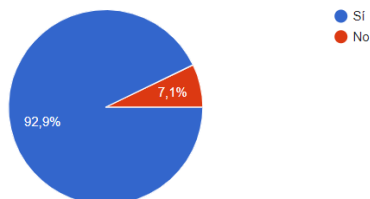
14 respuestas



Anexo 1.2 Gráficas de Características Sociodemográficas

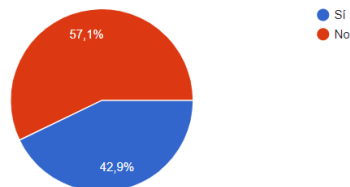
21. ¿Conoce qué es la CONRED (Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres)?

14 respuestas



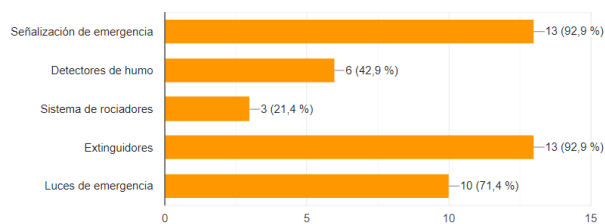
26. ¿Posee cada empleado un equipo mínimo para responder a una emergencia (linternas, máscaras, cascos, gafas de seguridad)?

14 respuestas



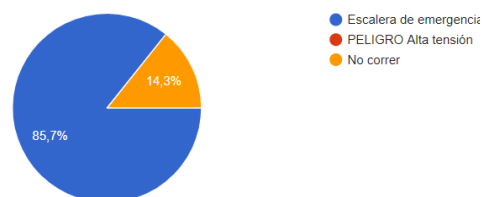
22. ¿Con cuál de estos implementos cuenta en su institución?

14 respuestas



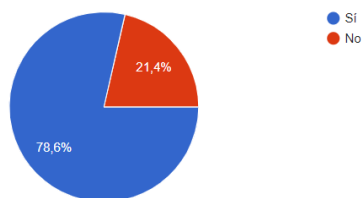
27. Marque el significado correcto la imagen 1

4 respuestas



23. ¿Consideraría obtener el equipo necesario para atender estas emergencias en su institución?

14 respuestas



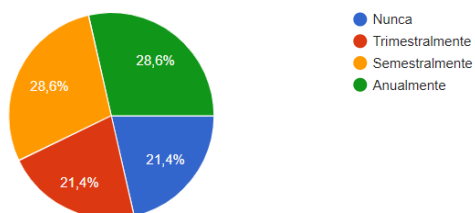
28. Marque el significado correcto la imagen 2

14 respuestas



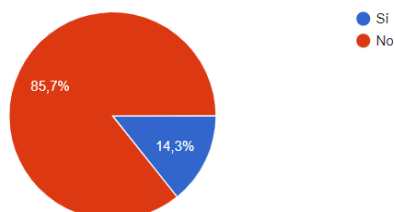
24. ¿Qué tan frecuentemente reciben capacitación en temas de prevención de desastres o de equipos de primera respuesta?

14 respuestas



25. ¿Es permitido fumar en sus instalaciones?

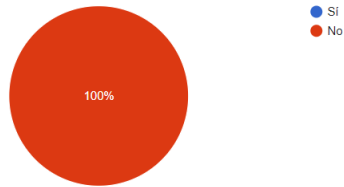
14 respuestas



Anexo 1.3 Gráficas de relación entre el Grupo Objetivo y la Institución

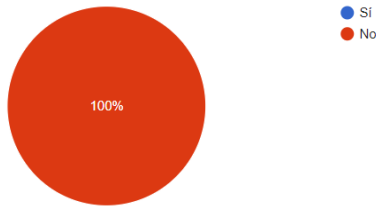
19. ¿Conoce qué es el CEPREDENAC (Centro de Coordinación para la Prevención de los Desastres en América Central y República Dominicana)?

14 respuestas



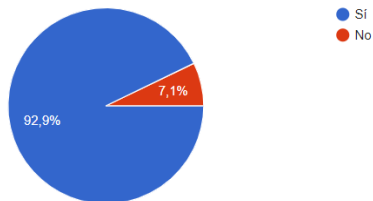
20. ¿Sabe qué función tiene el CEPREDENAC en nuestro país?

14 respuestas

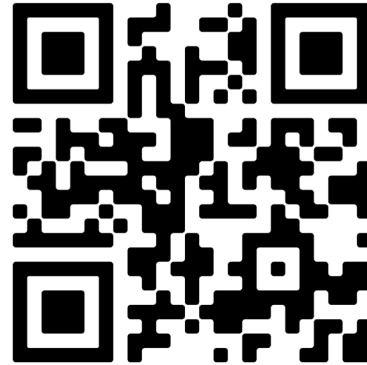


21. ¿Conoce qué es la CONRED (Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres)?

14 respuestas

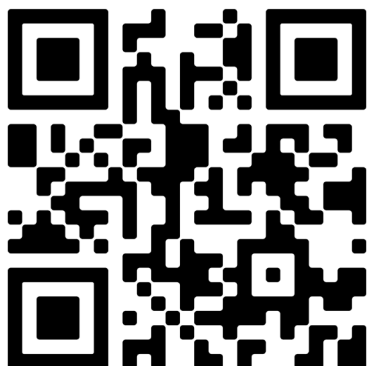


>Anexo 3 Utilización de herramienta de investigación para encontrar insight



>Anexo 2 Instrumentos (SIN RESPUESTAS)

Encuesta realizada a personas encargadas de comités, comisiones o equipos encargados de la prevención de riesgo de desastre en instituciones privadas grandes en el área metropolitana de Guatemala.



>Anexo 4.1 Brainstorming con personas del grupo objetivo

Conciencia / conciencia
 sensibilizar
 informar
 educar
 concienciar
 importancia
 enseñanza
 experiencia
 consecuencias
 prevenir más que lamentar

Reloj reloj
 tiempo
 tiempo
 tiempo
 tiempo
 urgencia
 Explotar
 alarma
 inicio
 finalización
 punto de referencia
 atención
 importancia
 prioridad
 prioridad
 meta

« No hay ni tiempo ni hora... pero voy a trabajar en el tiempo »

Prevenición / PREVENCIÓN
 - Políticas
 - Planes
 - Simulacros
 - Entrenamiento
 - Instrucción
 - Información
 - Gráficos
 - Equipos
 - Preparados

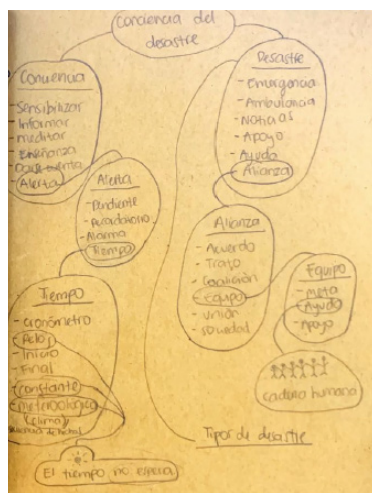
desastre / DESASTRE
 - Calma
 - Accionar
 - Actuar
 - Calmar
 - Orar
 - atención a instrucciones
 - NOTICIAS
 - AYUDA
 - llamadas
 - comunicación
 - apoyo
 - cohesión humana

1. Acordar Hab. Equipo Luz ^{PREVENCIÓN}
 Plan Conting. Pregrabado
 Rojo Estufa Animal

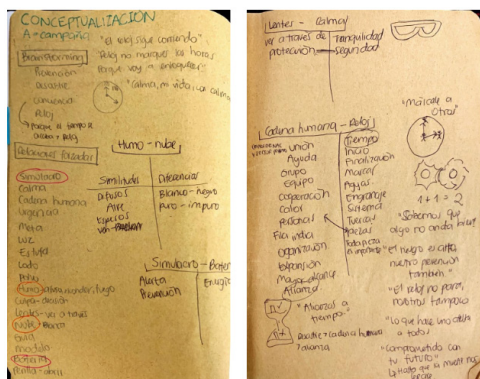
DESASTRE
 2. Emociones, Llam, Miedo
 Herida, Ambulancia, Palla, Uder
 Terrestre, Perdida, Evacuación
 Muerte, Enfermedad, Tierra
 Lodo, Carrerón, Roca, Caca
 Cama, Bombo, equipo
 Luz, Empaca, Polvo, Prods
 Lluvia, Humo.

3. Conciencia
 Culpa, Penarista, Peltrula,
 Miedo, Azul, Mica, Medico,
 Imagen, Lector, Verdad,
 Pensar, Nube, Responder, E.S.

>Anexo 4.2 Técnica creativa: Mapa mental



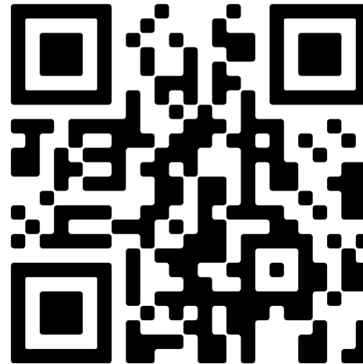
>Anexo 4.3 Técnica creativa: Relaciones forzadas



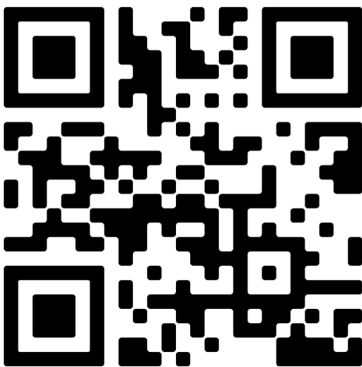
>Anexo 5 Instrumento y resultados de validación con profesionales del diseño



>Anexo 7 Instrumento y resultados de validación con grupo objetivo



>Anexo 6 Instrumento y resultados de validación con expertos en el tema



>8. Cotizaciones para material impreso

8.1 Litografía Punto Creativo



COTIZACIÓN

15 de noviembre 2019

Atención: Milly Pivaral

Es un gusto presentarle la cotización por lo siguiente:

Trabajo: **Bifoliar**

Tamaño: 21 x 41 cms

Material: Couche 80g

Impresión: Full color *Frente y dorso

Doblado: en 2 (tipo bifoliar)

Cliente provee: diseño final

P/U

500 Bif. *Precio: Q1,874.00	Q3.748
1,000 Bif. *Precio: Q2,124.00	Q2.124

Observaciones

- Incluye entrega a domicilio dentro de la ciudad capital
- Forma de pago 60% anticipo y 40% contra entrega
- Tiempo de entrega 8 días hábiles después de tener el diseño debidamente autorizado
- Incluye timbre de prensa
- Precio aplica para un solo diseño



Silvia Pérez
Asesor de Ventas

☎ 2433 1105 • 2433 4589
 📞 4281 4348
 📘 pcreativogt
 🌐 www.puntocreativo.com.gt

8.2 Visión Digital



Cotización No. 00023
Guatemala, 16 de noviembre del 2019
Asesor: Jorge Cruz
4293-5844

Atención a: Milly Pivaral
Empresa:
E-mail: millypivaral@gmail.com

DESCRIPCIÓN	QTY	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL C/IVA
Bifoliales Impresos a full color, tiro y retiro, papel couche calibre 100, tamaño 8*16 pulgadas abierto, doblados y cortados a media 8*8 pulgadas	500 1000	Q 6.00 Q 4.00	Q 3,000.00 Q 4,000.00
TOTAL			Q -----

COMPROMISO DE ENTREGA
4 días hábiles a partir de la aprobación de la sherpa

OBSERVACIONES: El cliente deberá enviar el arte para poder imprimir los adhesivos, también deberá traer el material donde serán pegados los. [Estos precios tienen validez de 15 días.](#)

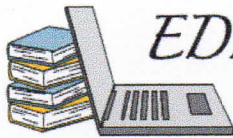
Firma de Aprobación

 /VisionDigitalgt  VisionDigital

TIENDA VISTA HERMOSA
CC. Pacific Vista Hermosa
2a calle 17-88 z. 15 VHII
visiondigital11@gmail.com

TIENDA CAYALÁ
Boulevard Rafael Landívar,
10-05 local A1. zona 16
visiondigitalcayala@gmail.com





EDICIONES TM

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 22970

Guatemala, 25 de marzo 2021

MSc. Arquitecto
Edgar Armando López Pazos
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que llevé a cabo la revisión de estilo y lingüística del proyecto de graduación de la estudiante: **Mildred Sofía Pivaral Ibarra**, carné **201501166** de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Diseño de campaña social de CEPREDENAC
para comités de Reducción de Riesgo de Desastres
del sector privado en el área metropolitana de Guatemala.*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Luego de las adecuaciones y correcciones pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente.

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras

nortolmo2@gmail.com

WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada 22970



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño de campaña social de CEPREDENAC para comités de Reducción de Riesgo de Desastres del sector privado en el área metropolitana de Guatemala
Proyecto de Graduación desarrollado por:

Mildred Sofía Fivaral Ibarra

Asesorado por:

Licda. Erika Grajeda Godínez

Lic. ~~Francisco Javier Bonis Guerrero~~



Mgtr. Julie Grajeda Grajeda-Bradna

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS" ARQUITECTURA - USAC.
FACULTAD DE ARQUITECTURA - USAC.
MSc. Arg. Edgar Armando López
Decano



«Que toda la gloria sea para Él, quien es el único Dios, nuestro Salvador por medio de Jesucristo nuestro Señor. ¡Toda la gloria, la majestad, el poder y la autoridad le pertenecen a Él desde antes de todos los tiempos, en el presente y por toda la eternidad! Amén».

Judas verso 25, NTV.