



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

CREACIÓN Y REDISEÑO DE  
**IDENTIDAD VISUAL**  
DE LA ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL  
**LA ANTIGUA ONG**  
Guatemala

César Mauricio López Bolaños



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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



CREACIÓN Y REDISEÑO DE  
**IDENTIDAD VISUAL**  
DE LA ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO INTEGRAL  
**LA ANTIGUA ONG**  
Guatemala

Proyecto de Graduación Presentado por  
**César Mauricio López Bolaños**

Para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico  
Guatemala, octubre 2020

El autor es el único responsable de las doctrinas sustentadas, contenido y originalidad del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



# Nómina de Autoridades

## JUNTA DIRECTIVA FACULTAD DE ARQUITECTURA

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca  
Secretario Académico

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
Vocal I

Lcda. Ilma Judith Prado Duque  
Vocal II

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García  
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco  
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo  
Vocal V

## TRIBUNAL EXAMINADOR

Lcda. Caludia Anabella Leal Rivera  
Asesora Metodológica

Lcda. Glenda Betzaida González  
Molina de Paguaga  
Asesora Gráfica

Lic. Luis Alberto Lima Oliva  
Tercer Asesor

Msc. Arq. Byron Alfredo Rabé  
Rendón

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez  
Lobos

# Dedicatoria

## DIOS

Por ser mi ayuda en cada momento y darme las fuerzas para seguir adelante. Por mostrarme que la vida sigue y siempre existe un mejor mañana, Gracias a ti mi Dios por ser la bendición más grande de mi vida.

## Mi Esposa

Por demostrarme que la fortaleza real es desear tener una vida llena de experiencias inolvidables. Enseñándome con cada día vida que puedo lograr más.

## Mi Familia

Ellos forma parte esencial del por qué culmino esta etapa en mi vida y agradezco a Dios por qué no me dejaron desmayar y tener mis objetivos claros en cada momento no importando que tan difícil se tornen las situaciones.

## Esc. Diseño Gráfico

Por ser mi tutora intelectual a través de todos esto años dejando en mi grandes enseñanzas y experiencias que en mi carrera profesional serán muy provechosas y exhortar a que otras personas quieran formar parte de este glorioso centro de estudios.

# ÍNDICE

## **CAPÍTULO I** Introducción

---

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Problema
- 1.3 Justificación
- 1.4 Objetivos del proyecto

## **CAPÍTULO II** Perfil del Cliente

---

- 2.1 Perfil de la institución
- 2.2 Grupo Objetivo

## **CAPÍTULO III** Definición Creativa

---

- 3.1 Descripción estratégica
- 3.2 Concepto creativo
- 3.3 Propuesta de códigos visuales

## **CAPÍTULO IV** Planeación Operativa

---

- 4.1 Flujograma del proceso
- 4.2 Cronograma de trabajo



# CAPÍTULO V

---

## Marco Teórico

- 5.1 Relevancia social del contenido
- 5.2 Funcionalidad
- 5.3 Ventajas y desventajas de piezas a diseñar
- 5.4 Incidencia del diseño gráfico en el contexto del proyecto

# CAPÍTULO VI

---

## Producción Gráfica

- 6.1 Nivel 1 de visualización
- 6.2 Nivel 2 de visualización
- 6.3 Nivel 3 de visualización
- 6.4 Fundamentación de propuesta gráfica

# CAPÍTULO VII

---

## Etapa síntesis

- 7.1 Lecciones aprendidas
- 7.2 Conclusiones
- 7.3 Recomendaciones
- 7.4 Fuentes consultadas
- 7.5 Glosario
- Anexos

# CAPÍTULO VIII

---

## Referencias

# CAPÍTULO IX

---

## Anexos





# Presentación

La Asociación para el Desarrollo Integral La Antigua ONG, en adelante, La Antigua ONG, es una entidad privada, que tiene como función principal elevar los niveles de vida de la comunidad guatemalteca, a través del desarrollo social, económico, cultural, deportivo y educativo, contribuyendo así a la promoción educativa, capacitación integral, diseñando y desarrollando programas de ayuda técnica-humanitaria en el área social, educativa, cultural, turística y deportiva.

Por medio de la identidad visual desarrollada en este proyecto, se da a conocer el proceso que tendrá la marca para penetrar el mercado de su grupo objetivo. También se muestra cómo se desarrollaron diferentes piezas gráficas para apoyar a la entidad a permanecer en el *top of mind* de éste. Además, para quién deba administrar el manejo de la marca, se entregó un

Manual de Normas Gráficas y nueva metodología de trabajo de cada pieza gráfica.

Se ha previsto que el presente proyecto tenga tres años de vigencia. Además, fue diseñado para propiciar el pleno reconocimiento institucional de la marca, a nivel nacional.

Es importante resaltar que, en el futuro próximo, la actividad que realiza la entidad, será más allá de una opción de estudio, un *modus vivendi* para la población entera.

---

**CAPÍTULO I**  
**Introducción**



# 1.1 Antecedentes

La Asociación para el Desarrollo Integral La Antigua, Organización no Gubernamental, ONG, es una organización que se encuentra al servicio de la población sirviendo diplomados en línea, mediante la participación virtual, tanto de docentes, como de estudiantes. Proporciona facilidades de aprendizaje, apoyando la accesibilidad educativa para muchas personas, en distintos lugares de Guatemala. Constituye una alternativa de desarrollo profesional, utilizando métodos más sencillos y dinámicos, con herramientas nuevas y versátiles.

Los diplomados se enfocan en brindar conocimiento y aprendizaje en diferentes áreas del saber humano: administración, salud, economía, sociología y política. Dicha plataforma educativa incluye: carreras técnicas, licenciaturas, maestrías, estudios de postgrado y doctorados; logrando de esta manera contribuir al fortalecimiento y desarrollo del país, conjuntamente con las universidades públicas y privadas de Guatemala.

Actualmente, la ONG Antigua estableció un Convenio de Descentralización Educativa con la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala, USAC. Como antecedente de dicho Convenio, se firmó un Convenio similar entre la Asociación y la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la USAC. Ambos convenios se enmarcan en un contexto de cooperación académica.

La ONG Antigua coopera y dona a la Universidad San Carlos de Guatemala. Colabora en el descongestionamiento de la universidad. Por su parte, la USAC delega en un ente autónomo (ONG). Además, La universidad certifica delegando en la ONG.

La Antigua ONG, contribuye con el desarrollo integral de los ciudadanos guatemalteco, impartiendo sus diplomados desde una sala virtual que se encuentra alojada en el campus virtual de la Universidad de San Carlos de Guatemala, lo que

le permite generar ingresos para la creación de parques biosaludables en diferentes lugares del país. Por lo tanto, todo informe, documento o publicación generada, con el fin de informar al grupo objetivo, es vital, porque se transforma en un referente de las acciones realizadas, en función de un beneficio nacional, como lo es la educación.

Actualmente, La Antigua ONG no cuenta con un departamento de comunicación, lo que dificulta establecer parámetros de apoyo, o ayuda al usuario, para acercarse o informarse de los diplomados, de forma dinámica y sencilla.

En materia normativa de comunicación visual, la organización únicamente cuenta con un logotipo de identidad respaldado por la institución. Esto provoca que cada integrante de la asociación utilice el logo de manera diferente.

Mediante el desarrollo de la identidad visual de la Asociación, se estima que aproximadamente cuarenta mil personas, lograrán enterarse acerca de esta alternativa educativa, ofreciéndoles la oportunidad de optar por un diplomando en línea, obteniendo nuevos conocimientos, en sus propios horarios y herramientas diferentes y novedosas.

**María Isabel Castañeda en su tesis, *Diseño de la identidad Gráfica de la Escuela de Nutrición de la USAC, indica lo siguiente:*** “Que se aplica la estrategia de desarrollo de identidad corporativa, el cual ayude a que cada estudiante que se identifique con la Escuela para satisfacer las demandas de la sociedad y se vinculen igualmente con el desarrollo social, cultural y regional”.

## 1.2 Problema

Contribuir con la Asociación La Antigua ONG, a través de la definición de su identidad visual, para que sea reconocida como una institución que contribuye al desarrollo integral del país, por medio de innovaciones en el campo educativo, utilizando herramientas pedagógicas útiles, versátiles y beneficiosas para su grupo objetivo, constituido específicamente, por los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

# 1.3 Justificación

## Trascendencia del proyecto de comunicación visual

La importancia del fortalecimiento de la identidad corporativa de la Asociación La Antigua ONG, que se llevó a cabo mediante el desarrollo del presente proyecto, radica en que permitió resolver los requerimientos de visibilidad de la asociación, en vista de su importancia para la sociedad guatemalteca. Lo anterior, en vista de que la Asociación aporta nuevos métodos educativos, incrementando los niveles de aprendizaje; y, ofreciendo a su grupo objetivo diversos diplomados que contribuyen a mejorar la formación académica de la juventud guatemalteca.

## Vulnerabilidad del proyecto de comunicación visual

Cabe aclarar que la institución ha procurado ser reconocida, pero debido a una imagen poco acorde a su metodología de trabajo y muy cargada, ha resultado difícil crear un vínculo efectivo con su grupo objetivo. La investigación previa llevada a cabo en el presente estudio, permitió comprobar que la institución no manejaba una identidad visual, y que ante esta carencia, los colaboradores debían trabajar sin lineamientos de imagen corporativa, aplicando cada quien su mejor criterio. Obviamente, lo anterior, paulatinamente, incrementó aún más, el problema de comunicación visual de la organización. En función de lo anterior, uno de los objetivos primordiales del presente proyecto de grado fue solventar la dificultad antes indicada, utilizando un lenguaje en función del grupo objetivo, con el apoyo de imágenes estandarizadas y acordes a las áreas de formación que brinda la organización.

La identidad visual permanecerá a la vista, tanto en medios digitales, como impresos, con el fin de lograr que el grupo objetivo identifique eficientemente a la Asociación La Antigua ONG.

**McAnally y Organista (2007), explican lo siguiente sobre la educación en línea:** “La educación en línea es un concepto complejo que en su realidad escapa a definiciones simples y que por lo tanto, no existe por sí misma, es un concepto que debe ser consensuado y construido entre los actores educativos e involucrados.



## Factibilidad del proyecto de comunicación visual

La antigua ONG contará con medios de comunicación tanto impresos como digitales para lograr que este proyecto se desarrolle, de esta manera lograremos el reconocimiento de la institución como ente educador en línea, ya que de esta manera es que La Antigua ONG brindará información a las personas, por medio de un diseño atractivo, estable y proporcionado, presentando un material objetivo dentro de los planes de trabajo.

Por su parte, la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC, cuenta con profesionales y docentes selectos, con experiencia en diversos temas, entre ellos, el desarrollo de imágenes institucionales y de marca, quienes asesoran a los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado, EPS, de Diseño Gráfico, aportando adecuada orientación, para llevar a cabo cada una de etapas que implica la realización de un proyecto de esa dimensión. Por su parte, a los estudiantes, durante el transcurso de la carrera, para formarse como profesionales de diseño gráfico, se les desarrolla el criterio de análisis y síntesis gráfica, para crear propuestas que logren responder a las expectativas y objetivos de las instituciones.

# 1.4 Objetivos

## General

Contribuir, a través del diseño gráfico, a mejorar el posicionamiento y reconocimiento de La Antigua ONG como ente educador alternativo ante su grupo objetivo.

## Específico de comunicación

Informar a los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala sobre los diplomados de La Antigua ONG, los cuales se darán a conocer en cada una de las sedes de la USAC y en general dentro del territorio guatemalteco, como una institución de educación a distancia.

## Específico de diseño

Rediseñar la identidad visual institucional de La Antigua ONG para darla a conocer entre los estudiantes de las sedes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y en el territorio guatemalteco, como una institución que promueve la educación a distancia, por medio de diplomados virtuales.

---

**CAPÍTULO II**  
**Perfiles**



## 2.1 Perfil de la institución

### Asociación para el desarrollo integral La Antigua Guatemala

La Antigua ONG es una institución no gubernamental, que tiene como eje principal elevar los niveles de vida de la comunidad guatemalteca, a través del desarrollo social, económico, cultural, deportivo y educativo, contribuyendo a promover la educación y capacitación integral, así mismo *diseñar e implementar programas de ayuda técnica-humanitaria en las áreas social, educativa, cultural, turística, deportiva y de infraestructura social.*

#### — Misión

La Antigua ONG, es una institución no gubernamental cuyos objetivos son elevar los niveles de vida de la sociedad guatemalteca, contribuir y promover el desarrollo social, económico, cultural, deportivo, educativo y turístico de Guatemala, coadyuvando al mejoramiento de los servicios esenciales de toda la sociedad a través de la creación de proyectos con distintas entidades gubernamentales y privadas dando una asesoría para los distintos campos de acción en que se desarrolla.

#### — Visión

Establecer un impacto auto sostenible a largo plazo en los distintos campos de acción y a su vez contribuir a la inclusión de todos los sectores de la sociedad guatemalteca.

#### — Valores

Justicia, espíritu de servicio, respeto, integridad, responsabilidad, disciplina, honestidad.

#### — Funciones

Contribuir y promover la educación y capacitación integral, así mismo diseñar y desarrollar programas de ayuda humanitaria y técnica en área social, educativa, cultural, turística, deportiva y de infraestructura social.

#### — Área de cobertura y población meta

La Institución trabaja apoyando a todas las personas con deseo de superarse alrededor de Guatemala.



## — Identidad visual

La Antigua ONG contaba únicamente con un logotipo identificado para uso exclusivo de EL COMENDADOR DE ANTIGUA GUATEMALA, perteneciente a el MSc. Eduardo Prado, lo que permite tener una mejor referencia de su origen y fundamento de cada uno de los símbolos ubicados En este y basada en la trayectoria de este indiscutible personaje. Debido a la abundante cantidad de elementos que lo integran este escudo, es muy difícil reconocer a la institución, siendo más sencillo ubicarla como parte de una municipalidad, por ejemplo. P. Eduardo (asesoría, octubre 20, 2016). Hace la referencia del significado *heráldico*<sup>1</sup> de este escudo, en un círculo se encuentran dos caballos en posición de combate, resguardando una corona que significa la nobleza de Don Eduardo Prado, un escudo, la defensa de un trono y en el centro una espada que significa lealtad, los colores utilizados son: negro y dorado reforzando la grandeza del título representado y el color rojo simboliza la pasión y entrega otorgada a la ciudad de Antigua Guatemala.

*1. Heráldica: Es también un campo de expresión artística, un elemento del derecho medieval y de las dinastías reales hasta nuestros días. Más recientemente, ha sido admitida dentro de las ciencias anexas de la historia junto con la diplomática, la falerística, la sigilografía y la vexilología.*



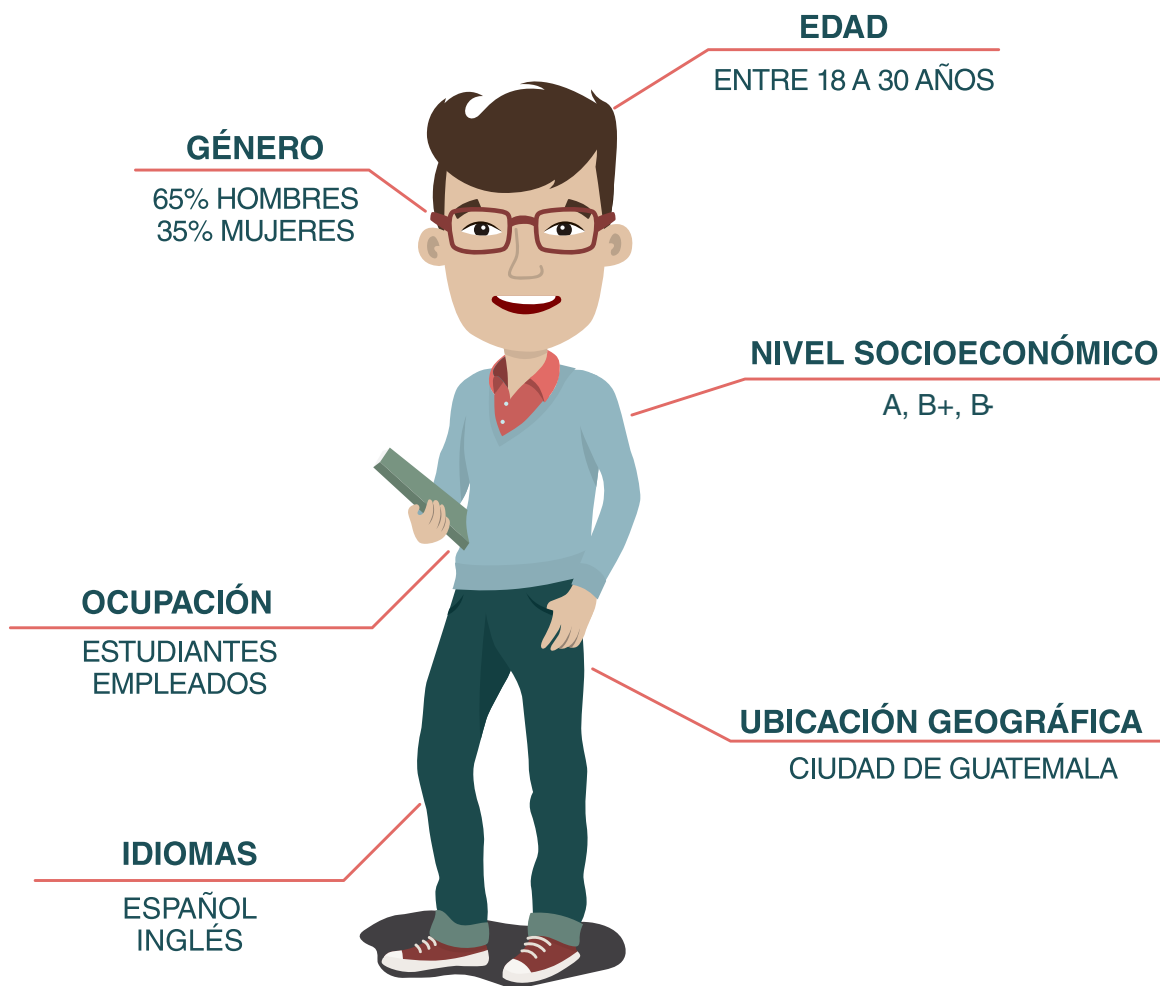


## — Cultura visual

La institución, con excepción de su logotipo, no contaba con ningún otro elemento que la identificara ante la sociedad. Además, dicho logo no fue lo suficientemente conocido. L. Luis (entrevistado el 15 de agosto del 2016), comentó: “... la institución no tiene unidad visual que detalle exacto el trabajo, más que lo que resulta común en el caso de la educación en línea.”

La información evidenciaba falta de criterio visual, no seguía ningún parámetro establecido, y el grupo objetivo no se sentía persuadido. Lo anterior, especialmente producto de que sus publicaciones eran esporádicas. La información era actualizada solamente cuando contaban con tiempo disponible, lo que provocó que muy pocos interesados se acercarán a la asociación, pues solamente se contaba con un vídeo, el cual brevemente mostraba datos de cómo funciona el sistema.

## 2.2 Grupo objetivo



Todas las personas que deseen formar parte de este método de enseñanza deben tener:

- Entrega
- Dedicación
- Compromiso
- Confianza

- Excelencia
- Honestidad
- Ética
- Libertad
- Obligación
- Amor por sí mismo

## Motivos

- Desarrollo personal
- Autoestima alta
- Independencia
- Realización

## Estilo de vida

Interesados por el aprendizaje, aprovechan las oportunidades para su superación, en su mayoría trabajan aproximadamente 10 horas diarias, buscan mantenerse bien físicamente. Disfrutan el tiempo en familia, frecuentan centros comerciales y realizan actividades de ocio, tratan de mantener una vida social activa.



## Personalidad

Eficaces, con deseos de superación, perceptivos, comprometidos con las metas que se proponen, son seguros de sí mismos. Algunos de sus intereses son la música, la tecnología y los libros.



## Comunicación

Ellos se encuentran altamente comprometidos con la tecnología y buscan acortar distancias bajo toda circunstancia, lo primordial para ellos son:

- Redes sociales
- Internet
- Celular
- Red WIFI



## Relación entre grupo objetivo e institución

Son personas comprometidas con sus labores cotidianas y cuentan con muy poco tiempo para desarrollar otras, debido a las distancias largas y el poco tiempo, poseen entendimiento sobre qué será de su futuro y no quieren estar aferrados bajo el mismo concepto y cultura de su sociedad, siendo su mayor énfasis el desarrollo personal trazándose metas y alcanzando objetivos, buscarán métodos alternos como la educación en línea, obteniendo un beneficio extra para su sociedad.

---

**CAPÍTULO III**  
**Definición**  
**Creativa**

## 3.1 Descripción estratégica

### Análisis y selección de piezas gráficas

#### — Estrategia de Comunicación

Dentro de la selección de las piezas gráficas de La Antigua ONG surge la necesidad de establecer una línea gráfica, la cual pueda dirigir al creativo en la aplicación de diferentes piezas como papelería y aplicaciones, para esto se dió la opción de desarrollar un manual de normas gráficas el cual supliera todas estas necesidades.

Con el fin de definir una efectiva estrategia de comunicación, en el presente proyecto de grado se llevó a cabo el correspondiente estudio detallado y diagnóstico institucional que describió cómo se divulgaba, anteriormente, la información de la asociación. Posteriormente y para rediseñar la nueva imagen institucional se realizaron las investigaciones respectivas, se validaron las propuestas con diversos grupos, incluyendo expertos en diseño gráfico. Asimismo, la conceptualización de la intervención se fundamentó por medio de la investigación del marco teórico, con el fin de obtener el concepto gráfico idóneo para solventar el problema de comunicación visual de la institución.

Cabe indicar que las propuestas conceptuales que surgieron como producto de la investigación de conexiones lógicas, llevaron a plantear un cambio radical de estrategia comunicacional, enfocada, tanto en el grupo objetivo, como en la institución. Dicha estrategia se fundamentó en el insight: “Soy el futuro, el cambio, soy punto y aparte,” con el cual se externaron las necesidades de educación del grupo objetivo, y además, permitió establecer nuevos parámetros sociales derivados de compromiso que cada estudiante asumirá con el país, luego de alcanzar un nuevo nivel educativo.



## Medios e instrumentos

Como parte de la estrategia de comunicación, se propuso la creación y utilización de elementos diseñados, especialmente para la institución, con el fin de lograr de manera efectiva, el acercamiento con el grupo objetivo de la asociación.

De acuerdo a lo indicado anteriormente, la renovación del imago tipo de La Antigua ONG, se realizó con el fin de que el grupo objetivo logre identificar a la asociación como ente educador, diferenciándolo de otros centros educativos similares, y propiciar mediante la nueva imagen, un recuerdo subconsciente de lo que representa la institución.

Por otra parte, la creación del Manual de Normas Gráficas y sus aplicaciones fortalecerá la comunicación visual de la asociación, lo que le permitirá contar con una imagen profe-

sional, tanto en lo que respecta al conocimiento de la misma, como en el desarrollo de las piezas gráficas de información sobre acontecimientos y noticias de La Antigua ONG, que puedan ser de beneficio e interés para el grupo objetivo.

Los materiales creados podrán ser vistos mediante diferentes formas, puesto que estarán disponibles por medio del portal *web*, redes sociales, videos, impresos, presentaciones digitales, *banners* y otros.

## Ejemplo aplicación de técnica



Educación  
Credibilidad  
Enseñanza  
Responsable  
Estudiantes  
Compromiso  
Cultura

Crecimiento  
Apoyo  
Institución  
Pedagogía  
Estudio  
Desarrollo  
Habilidades

Prosperidad  
Tiempo  
Libertad  
Destrezas  
Entrega  
Viabilidad  
Nuevo

- **Soy dueño de mi futuro**

### Lluvia de ideas

La búsqueda de insights mediante esta técnica, consiste en generar ideas durante un determinado tiempo, para lograr un panorama distinto al que se tiene.

*(Ver tablas de potencialidad anexo 2).*

De acuerdo al sitio Aiteco Consultores S.L. , : "... es una técnica de pensamiento creativo utilizada para estimular la producción de un elevado número de ideas, por parte de un grupo, acerca de un problema y de sus soluciones o, en general, sobre un tema que requiere de ideas originales."

## Ejemplo aplicación de técnica:

01

### Aprendizaje en línea

Servicio	Apoyo
Tiempo	Facilidad
Entrega	Dedicación

02

### Aprendizaje

Enseñanza  
Lectura  
Dedicación  
Estudio  
Decisión

## Cómo lograrlo

03

### Parques

Salud  
Ejercicio  
Bienestar  
Familia  
Tiempo  
Libertad

- **Mi espacio mi futuro.**
- **Lo que me hacía falta.**
- **El estudio me cambia todo.**

## Mapa Mental

Su fin es generar una línea de pensamientos, y de éstos buscar nuevos, lo cual llevará a encontrar un esquema más amplio del que se tiene.

*(Ver tablas de potencialidad anexo 2).*

**Carmen González**, en su artículo: "Técnicas de desarrollo de la Creatividad: Mapas Mentales, indica lo siguiente: Este método permite que las ideas generen otras ideas y podamos ver cómo se conectan, se relacionan y se expanden libres de cualquier tipo de organización lineal.

# Ejemplo aplicación de técnica



- **No soy parte del pasado.**
- **Marco la diferencia.**
- **Dejo el yeso atrás.**
- **Soy futuro, el cambio, soy punto y aparte.**

## Relaciones Forzadas

Consiste en crear nuevos segmentos creativos, los cuales ayudan a obtener un panorama diferente de lo que regular y tradicionalmente se encontraría con una idea.

*(Ver tablas de potencialidad anexo 2).*

**Jennifer Delgado** en su artículo, La técnica de las Relaciones Forzadas para potenciar la creatividad, (octubre 2011), indica lo siguiente: " Su utilidad nace de un principio muy sencillo: cuando se combina lo conocido con lo desconocido se crea una nueva situación.

## 3.3 Concepto creativo

Los conceptos creativos nacen del análisis y selección de varios insights, los cuales han permitido el acercamiento y encuentro con novedosas propuestas y pensamientos. Los tres conceptos creativos derivados de la aplicación de las respectivas técnicas son los siguientes:

### 180°

Descubrir una perspectiva nueva de vida: “Ver hacia un nuevo lugar de llenos oportunidades y desarrollo personal.” dejando atrás las excusas. La Antigua ONG le mostrará que puede y tiene la posibilidad, la oportunidad que espera, para ser un mejor profesional en el área que desee.

### Haz algo nuevo

En muchos casos, para los seres humanos, marcar la diferencia lo es todo. Sobresalir y ser cada vez mejor es lo que cada uno espera de sí mismo. Pero de igual manera, en muchas ocasiones los sueños de superación de las personas se ven truncados debido a infinidad de razones, por ejemplo: que el tiempo apremia, o bien, en la mayor parte de los empleos no existe la posibilidad de superarse, por cuestión de horario u otras razones. De allí la importancia de la labor desarrollada por la asociación La Antigua, ONG, que brinda al grupo objetivo la oportunidad de una nueva modalidad educativa, pudiendo optar por algo diferente que beneficiará, tanto al usuario, como a los suyos.

### Cultura ortodoxa

Cada quien es dueño de su futuro, pero realmente, ¿Cómo aprovecha el tiempo cada cual?; ¿será que cada uno aporta a su vida cosas valiosas, como lo es la educación para lograr una mejor calidad de vida, abriendo nuevas puertas al desarrollo?; ¿será que contamos con el tiempo suficiente para disfrutar de lo que nos gusta?, o mejor dicho, ¿realmente tenemos la salud necesaria para afrontar las diversas situaciones que

nos presenta la vida? Muchas veces nos ocupamos de situaciones que día a día la vida nos depara; pero debido a la presión de muchas otras, dejamos lo que es realmente importante de lado. Para afrontar estos cuestionamientos y fomentar una mentalidad distinta, centrada en lo esencial, se desarrolló el concepto que se presentó al grupo objetivo de La Antigua ONG, para concientizarlo, en cuanto a lo que es conveniente para optar a un mejor futuro. Cada quien es dueño de su futuro, pero realmente, ¿Cómo aprovecha el tiempo cada quien?; ¿será que cada cual aporta a su vida cosas valiosas, como lo es la educación para lograr una mejor calidad de vida, abriendo nuevas puertas al desarrollo?; ¿será que contamos con el tiempo suficiente para disfrutar de lo que nos gusta?, o mejor dicho, ¿realmente tenemos la salud necesaria para afrontar las diversas situaciones que nos presenta la vida? Muchas veces nos ocupamos de situaciones que día a día la vida nos depara; pero debido a la presión de muchas otras, dejamos lo que es realmente importante, por un lado. Para afrontar estos cuestionamientos y fomentar una mentalidad distinta, centrada en lo esencial, se desarrolló el concepto que se presentó al grupo objetivo de La Antigua ONG, para concientizarlo, en cuanto a lo que es conveniente optar para lograr un mejor futuro.

## Concepto elegido

### 180°

Un cambio de 180° significa que la institución creará en cada persona una perspectiva nueva que le permitirá alcanzar metas y trazar objetivos, dejando atrás las excusas, desarrollando en su comunidad un cambio rotundo. La Antigua ONG le mostrará que puede y tiene la posibilidad de desarrollar esa oportunidad que esperaba y ser mejor profesional en el área que desee.

## Insight

El propósito de desarrollar insights es conocer: gustos, necesidad, logros, destrezas, etc., del grupo objetivo a quien se dirige la propuesta creativa, y no solamente percatarse de los gustos o requerimientos del cliente, quien busca ofrecer un producto o servicio.

Es necesario enfatizar que cada grupo objetivo es diferente, presenta sus propias prioridades, pues cada persona busca diversos segmentos de desarrollo, cada quien decide que obtener o que rechazar.

Es por esta razón que el insight: “Soy el futuro, el cambio, soy punto y aparte.”, es una realidad que cada miembro

del grupo objetivo necesita percibir, para sentirse parte de un cambio necesario en el país. Pero solamente se concretará, cuando cada integrante del grupo decida, conscientemente, ser punto y aparte; o dicho en otras palabras: actúe de manera diferente al como actúa la mayor parte de las personas que integran la sociedad en general.

De acuerdo con Tristán Elósegui: en su artículo ¿Qué es un insight?, Los insights son los aspectos ocultos de la forma de pensar, sentir o actuar de los consumidores que generan oportunidades de nuevos productos, estrategias y comunicación accionable para las empresas.

## Técnicas creativas

La aplicación de métodos creativos requiere el cumplimiento de diferentes técnicas que implican acciones imaginativas importantes para definir lo que se necesita dar a conocer al grupo objetivo, específicamente y en el presente caso, para dar a conocer a cada integrante del grupo, un mensaje adecuado sobre la razón de ser de La Antigua ONG.

## 3.3 Códigos visuales

### Previsualización de premisas

Los códigos visuales son utilizados para tener un idea de la, o las propuestas, que se pueden desarrollar para mejorar la identidad visual de una institución.

#### Establecidas por el Cliente

El presidente de La Antigua ONG, luego de aceptar el proceso de renovación de la identidad visual de la asociación estableció que ciertos elementos permanecieran, por considerar que éstos, mantienen un nexo de identidad con su persona. Dichos elementos son:

- **Corona**
- **Espada**
- **Escudo**
- **Caballo**

#### Lingüística

Se utilizó lenguaje coloquial, el cual se consideró adecuado por ser de interpretación general por parte de los miembros del grupo objetivo. Además, se consideró como elemento de apoyo para alcanzar a la mayor cantidad posible de integrantes del grupo objetivo.

#### Tipográfica

Se utilizará una tipografía Serif y Sans serif utilizando una combinación entre mayúsculas y minúsculas, se utilizarán dos variantes de bold y regular para resaltar lo más importante.

#### Cromática

Se utilizó una combinación de colores fríos para que el grupo objetivo perciba estabilidad. Al mismo tiempo, se usaron tonos con los que el grupo se sienta motivado a seguir su sueño y cambiar todo lo que las demás personas consideran normal.

#### Formato

Especialmente diseñados para medios impresos, desde tarjetas de presentación hasta *banners*, y medios digitales, como página *web* y *fanpage*.

#### Icónica

Debido a que el cliente estableció estas como premisas de diseño, se busca englobar todo en una sola imagen que comunique el mensaje adecuado.



---

**CAPÍTULO IV**  
**Planeación**  
**Operativa**

# 4.1 Flujoograma

Este mecanismo es el encargado de mostrar paso a paso y gráficamente la programación de un proceso a desarrollar en un tiempo determinado, los flujogramas utilizan una variedad de símbolos definidos donde cada uno representa una parte del proceso a realizar.

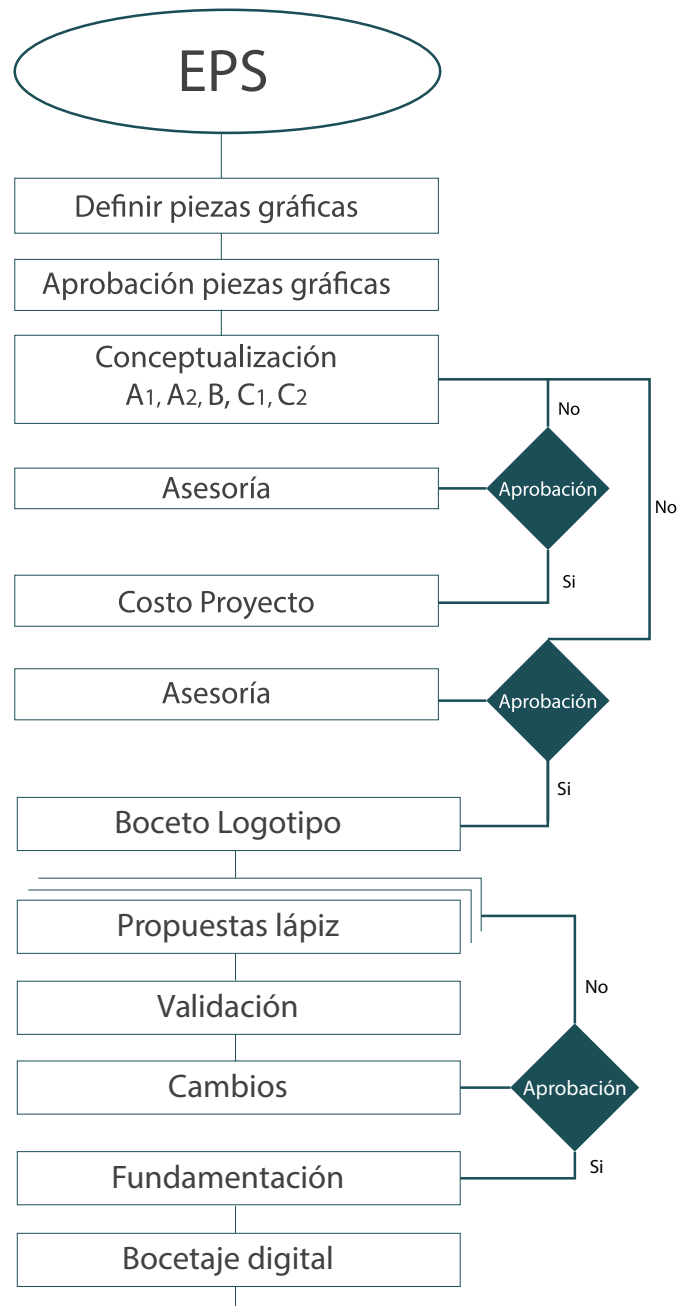
## Desarrollo de la propuesta gráfica

Es la primera etapa del proceso, la cual abarcó aproximadamente doce días, plateando un *Brief Creativo* y reuniones con la asociación, para concretar piezas gráficas desarrolladas con base en el concepto creativo.

La conceptualización creativa del proyecto permitió desarrollar el primer nivel de visualización.

## Bocetaje

Se elaboró aproximadamente en catorce días, en los cuales se desarrolló la definición creativa y propuestas que lograron desarrollarse para mostrar posibles soluciones a la institución.

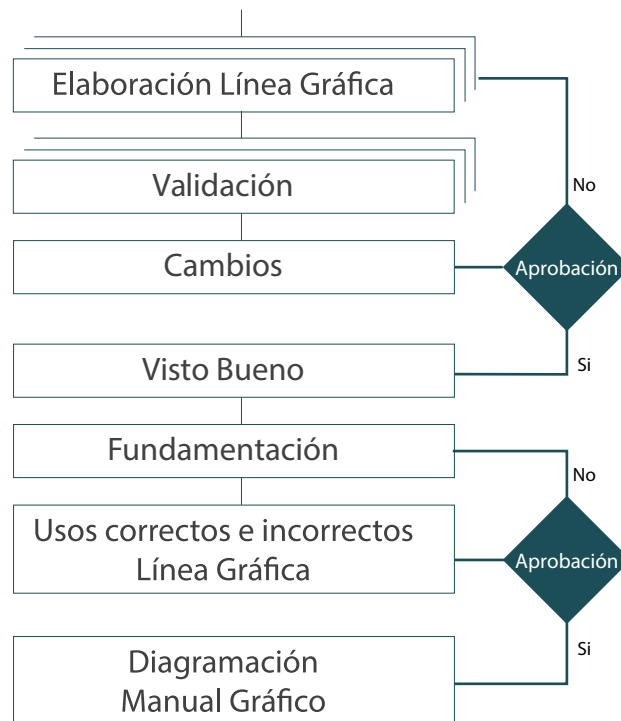


## Propuesta de color

Elaborada aproximadamente en diez días, se encontraron los colores utilizados para la propuesta gráfica. Se realizaron las pruebas correspondientes con imagotipo, luego se llevó a cabo la fundamentación para el visto bueno de asesores.

## Elaboración de línea gráfica

Elaborada en aproximadamente diez días. El trabajo en esta fase consistió en lograr que cada espacio sea aprovechado al máximo dentro de cada pieza gráfica, utilizando correctamente las tintas sobre cada superficie a reproducir, entregando fundamentos previamente comprobados.

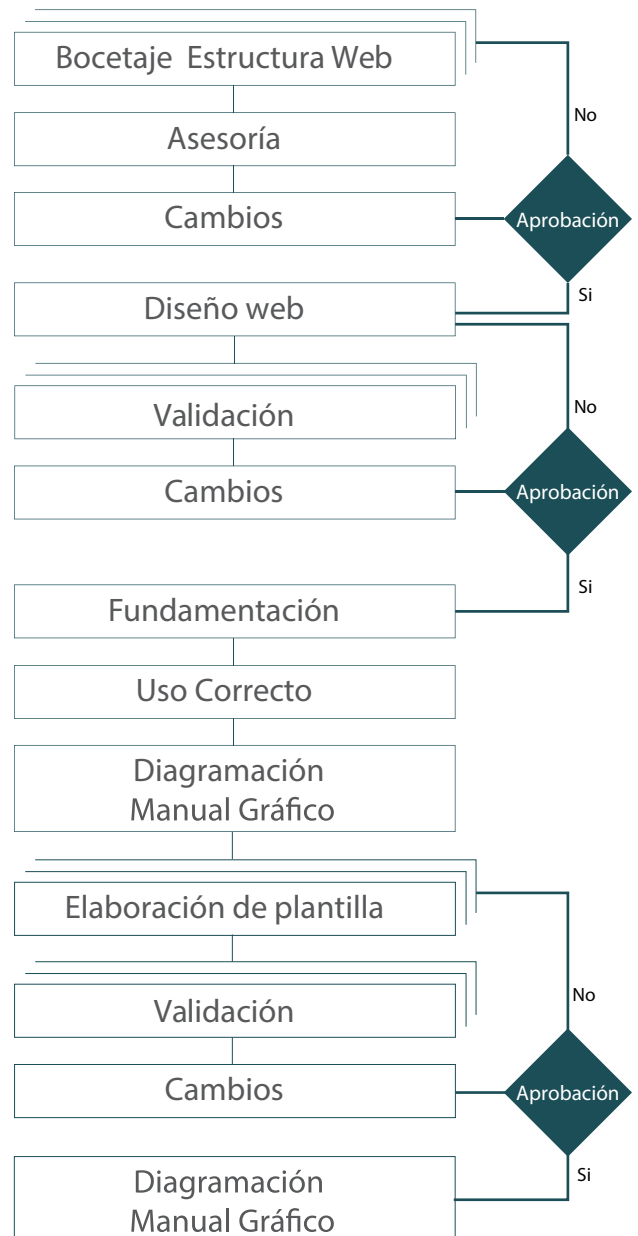


## Diseño web

Aproximadamente en trece días, se desarrolló el esquema de trabajo para solucionar la necesidad de diseño de un sitio de información actualizado y de apoyo al grupo objetivo.

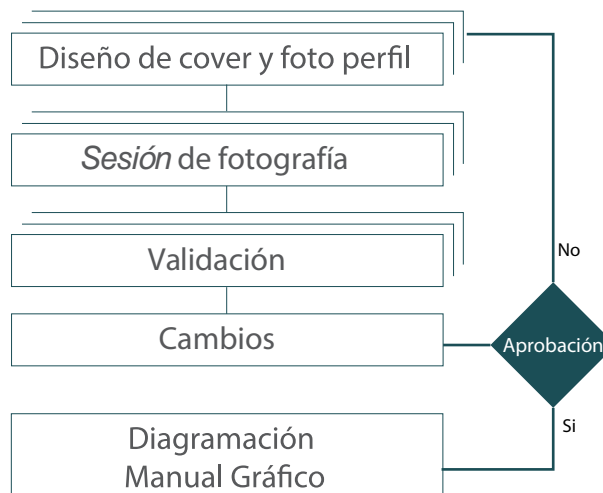
## Presentación corporativa

Aproximadamente en 8 días, Con el fin de poder comunicar un solo mensaje, se realiza esta pieza gráfica para que la institución pueda presentarse de mejor manera ante la sociedad.



## Diseño de fan page

Esta etapa se elaboró aproximadamente en 8 días, formando parte de un plan de mercadeo digital, la institución se ve en la necesidad de mejorar su *fan page* para esto se llevaron a cabo los pasos indicados en la imagen.



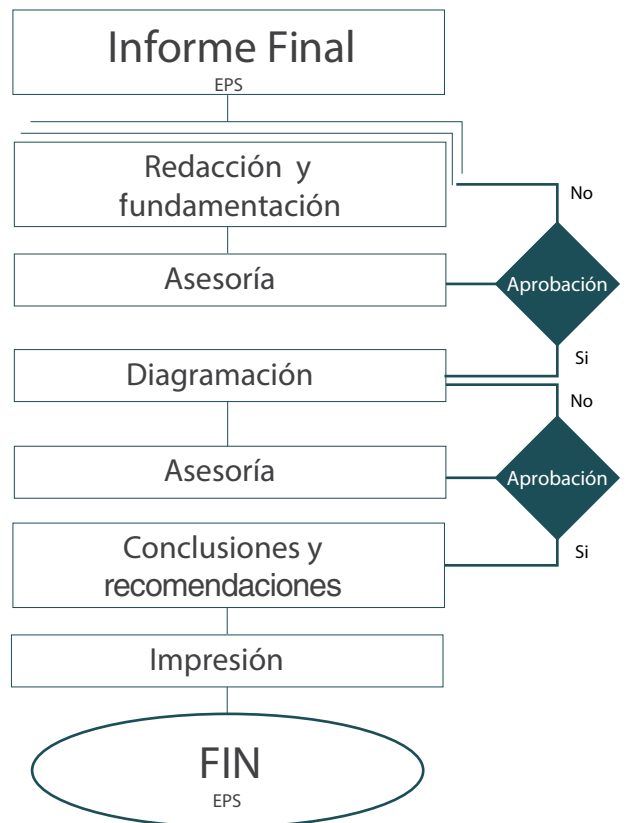
## Promocionales

Aproximadamente en ocho días, se logró agrandar al grupo objetivo, creado promocionales de marca que aportaron plus a la institución, al ser entregados a los estudiantes de los diplomados.



## Informe final

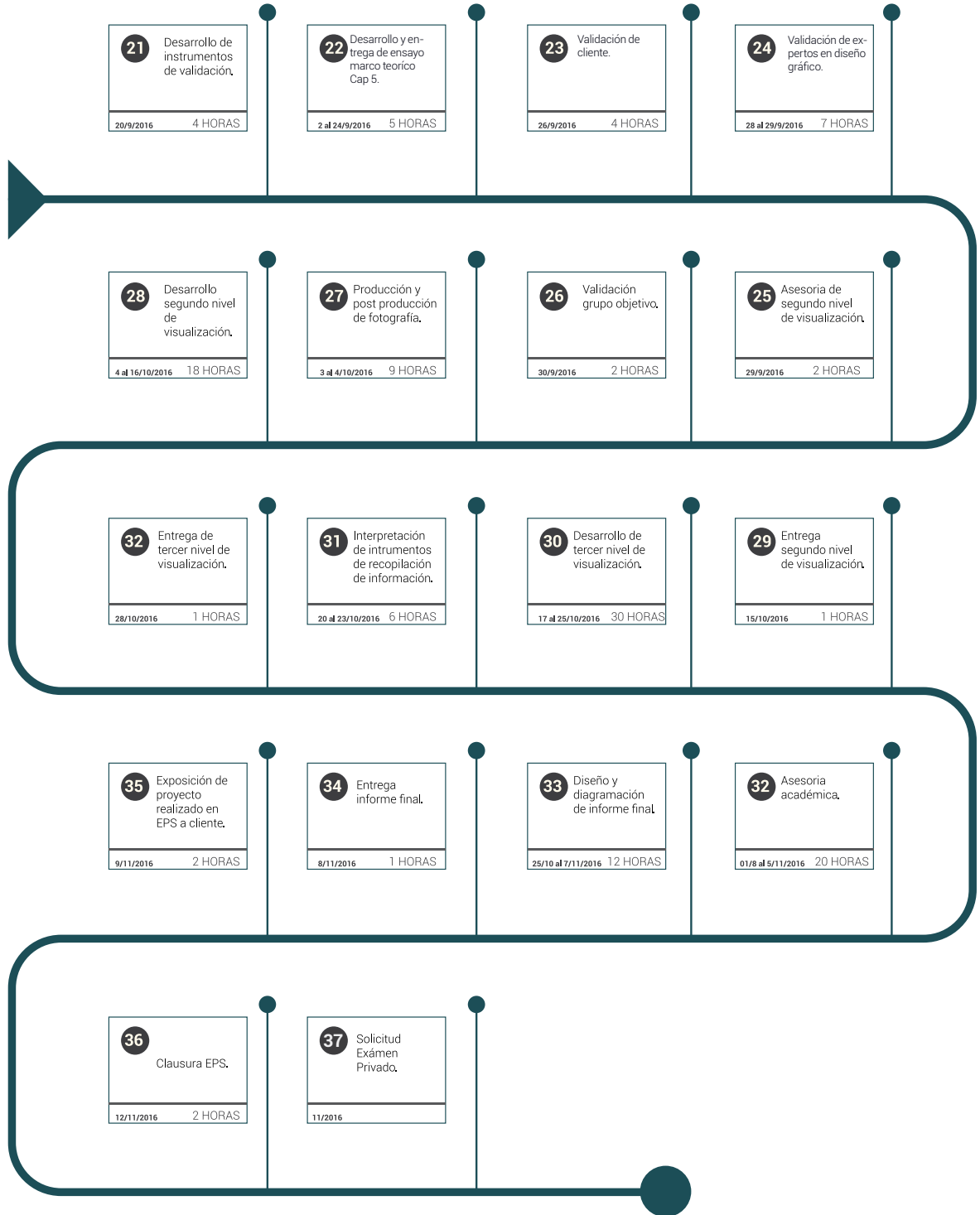
Elaborado aproximadamente en quince días, con el fin de dejar constancia de las actividades realizadas y de la fundamentación de solventar dudas y correcciones que se debieron realizarse. Además,



# 4.2 Cronograma







---

**CAPÍTULO V**  
**Marco Teórico**

# 5.1 Contexto del proyecto

## Bases del desarrollo

El proceso educativo, a lo largo de la historia ha permitido que los seres humanos, de diversas maneras, amplíen su horizonte intelectual. Analizado desde otro ángulo, puede afirmarse que el proceso educativo mejora las condiciones socioculturales de los integrantes de una comunidad, convirtiendo a quien ha sido educando, en educador de los aprendizajes obtenidos. Lo anterior implica satisfacer necesidades, no solo de aprender y aplicar, sino también de perfeccionar las técnicas y los métodos educativos, desarrollando nuevos requerimientos educativos exigidos por la sociedad.

Lo anterior produjo nuevas metodologías educativas, entre ellas, la educación a distancia, siendo una rama de éstas, la educación en línea. A este respecto, Francisco Jardines, (2009) en su texto, Desarrollo histórico de la educación a distancia señala que: “Se plantea que la educación en línea es un concepto complejo que en su realidad escapa a definiciones simples, y que por lo tanto, no existe por sí misma, es un concepto que debe ser consensuado y construido entre los actores educativos involucrados”

Por otra parte, la educación en línea presenta un característica peculiar, y es que el estudiante, no solo aprende con lo que contienen los documentos entregados dentro del curso, sino que también debe investigar por sí mismo, para encontrar soluciones factibles y consistentes. Además, nadie le exigirá nada, este aspecto se constituye, para algunos; una especie de bloqueo; y para otros, resulta ser beneficioso para

el proceso educativo, debido a factores tales como: disponibilidad de tiempo, eliminación de distancias y gusto por el curso a emprender.

La Antigua ONG durante muchos años ha buscado fomentar en los usuarios, que no es necesario encerrarse en cuatro paredes para aprender, con la esperanza de que el pensamiento de muchos guatemaltecos evolucione hacia la visión de educarse y prosperar, para que, de esta manera, dispongan de más tiempo para dedicarse a lo que le gusta.

Los expertos han realizados estudios en los cuales se demuestra que la educación en línea ha facilitado el desarrollo a las sociedades. García Peñalvo, en su artículo, Estado actual de los sistemas e-learning (2005) comenta como, “Los sistemas de e-learning tienen una dualidad pedagógica y tecnológica. Pedagógica en cuanto a que estos sistemas no deben ser meros contenedores de información digital, sino que ésta debe ser trans-

mitida de acuerdo con unos modelos y patrones pedagógicamente definidos para afrontar los retos de estos nuevos contextos”

Dentro de La antigua ONG se cuenta con un sistema de aprendizaje electrónico, en el que paulatinamente, el estudiante encuentra madurez y formación educativa, sabiendo que está decidiendo mejorar por voluntad propia y motivaciones personales.

El nivel de comprensión del estudiante depende en gran parte de conceptos y acciones orientadas a resolver dudas en momentos de discusión. “Está relacionado íntimamente con sistemas

culturales de significado relacionados con los procesos de socialización y aculturación. Depende fuertemente del lenguaje, y por lo tanto construidos socialmente y abiertos a negociación” (Jardines, 2005, p25). Este es un conocimiento táctico en el que se involucran varios factores como lo son las experiencias personales, creencias, valores expresados en el lenguaje educativo formal, uniéndolos hacia un mensaje fácil de dominar para el estudiante. Se mezcla con el conocimiento explícito creando más habilidades y adquiriendo las experiencias complementarias de otros.

La educación a distancia ha evolucionado en los últimos años debido a que existen varias formas de aprovecharla. “Por sus características intrínsecas de versatilidad, flexibilidad y neutralidad epistemológica, frecuentemente genera puntos de vista encontrados de aceptación-rechazo, optimismo-pesimismo, confianza-recelo, entusiasmo-miedo.” (Jardines, 2005). La Antigua ONG no cuenta con una plataforma propia en la cual





los estudiantes accedan a los cursos, actualmente, deben formar parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala y optar a los diplomados que imparte la universidad.

Elección y no obligación, una elección plena de oportunidades y destrezas que se desarrollan conforme la práctica. El grupo objetivo de La Antigua ONG, va de la mano con la tecnología. Es sencillo para ellos identificarse con el tema “en línea” puesto que su acceso es rápido y práctico. Trabajar con teléfonos inteligentes ha fomentado en ellos asimilar distintas plataformas virtuales y trabajar en ellas. Actualmente, el acceso a internet se obtiene de formas sencillas, por ejemplo, por medio de: módems portátiles, estáticos dirigidos a una computadora, donde reciben los materiales, envían sus asignaciones y tareas. La comunicación e interactividad entre educador-educando, se realiza por medio de correo electrónico, foros de discusión, permitiendo accesibilidad a la educación desde cualquier lugar.

Con este tipo de educación la gran ventaja es mejorar la situación económica, aprendiendo nuevas maneras de trabajar, sin necesidad de estar físicamente en un lugar determinado, a una hora específica, sin atrasos, pudiendo armonizar el aprendizaje con el empleo; enfocándose en sus propias necesidades; sobre todo, eliminando distancias, siendo este último factor, el más común, por el que las personas deciden abandonar sus estudios. Por supuesto, todas estas ventajas deben sopesarse ante la obligatoriedad de asumir el compromiso de aprender, querer hacer y lograr la superación por cuenta propia.





# Incidencia del diseño gráfico en la educación en línea

La identidad visual es la construcción de elementos gráficos y visuales que permiten a una institución identificarse ante la sociedad. Refleja el conjunto de ideas, valores, expectativas e historia de una entidad sintetizadas en una imagen, haciendo que ésta sea recordada por su grupo objetivo. La identidad visual no solamente forma parte de la institución que identifica abarca mucho más. A este respecto, Daniela Milier, (2014) en su artículo: Identidad visual: importancia y beneficios, expresa que: “La identidad visual de una empresa se diseña en base a componentes gráficos explícitos que influirán en el estilo visual como el color, tipografía o tipos

de fuente, formas y símbolos entre otros, y que servirán, para representar tu marca.”

Desde el inicio de su funcionamiento, la Asociación La Antigua ONG nunca implementó cambios de imagen que le permitieran solventar el problema de ser poco reconocida. Lo anterior, derivado del uso de piezas gráficas que no cumplieron con sus objetivos, situación que se fundamentó anteriormente. Como se explicó, una de las piezas primordiales de la imagen institucional es el logotipo, y derivado de su importancia, debió ser reinventado íntegramente, al igual que todo el conjunto de identidad visual de la institución. Mediante su rediseño se logró, además, integrar a los colaboradores, haciéndolos sentir parte de la asociación; de igual manera al grupo objetivo identificó y se sintió comprometido con su futuro y su educación. Todo lo anterior, dio como resultado una expansión de la experiencia visual del público,





reforzó la relación simbólica entre forma y contenido; intensificó la experiencia visual del observador y el acto visual en términos de jerarquías y secuencias. Además, se confirió valor estético al objeto y para generar placer.

La identidad visual es una guía de referencia que contiene normas básicas e indispensables, debiendo ser clara y directa con el fin de no confundir a su grupo objetivo ni a sus colaboradores. "El manual de identidad corporativa garantiza la cohesión en la comunicación visual de una entidad, tanto en el ámbito online como en soportes impresos y por igual en espacios

públicos o en comunicaciones internas." (UZKIAGA (2012). Debe comunicar exactamente lo que pide el cliente y mezclar la esencia de la institución por medio de una investigación profunda tomando de ella premisas valiosas que logren solventar problemas de comunicación visual de la institución.

Una identidad visual conlleva un proceso de investigación y análisis, en el cual se logra determinar una propuesta que tenga valor real de coincidencia ante su grupo objetivo, como lo comenta Yunior Castillo, (2015), "PRECISIÓN: cuál es el problema, cuáles serán los objetivos, cuáles serán los resultados diseño, estrategia metodológica, planteamiento del modelo o principios teóricos, definición de los conceptos, especificación de las hipótesis, selección de técnicas de recolección y procedimientos de análisis"







## Comunicación visual de la educación en línea

La comunicación visual durante mucho tiempo ha sido pionera puesto que la imagen y el significado otorgado a diferentes marcas ha definido la diferencia en su simbolización y percepción debiendo poseer un significado fácil de comprender y recordar siendo directa y penetrable ante un grupo objetivo determinado, como lo describe Luna María Moreno, (2013) “¿Sabías que el 80% de la información que percibimos a diario entra al cerebro humano a través de los ojos? Por tanto, a la hora de comunicar, las imágenes, formas, colores y diseños son tan importantes o más que las letras”. Una identidad visual conlleva un proceso de investigación y análisis, en el cual se logra determinar una propuesta que tenga valor real de coincidencia ante su grupo objetivo, como lo comenta Yunió Castillo, (2015), “PRECISIÓN: cuál es el problema, cuáles serán los objetivos, cuáles serán los resultados diseño, estrategia metodológica, planteamiento del modelo o principios teóricos, definición de los conceptos, especi-

cación de las hipótesis, selección de técnicas de recolección y procedimientos de análisis”.

Para una institución como La Antigua ONG, se requiere este tipo de comunicación fática debido que su objetivo es llamar la atención entre otras, utilizando contrastes, tamaños y formas que optimicen al grupo objetivo y su acercamiento al desarrollo de una nueva forma de aprender.

La comunicación visual es un componente esencial debido que el ser humano es persuadido por lo que ve, la carga semántica que introduce el discurso visual hace de este un arma poderosa en cualquier esquema de comunicación. Dentro de sus funciones se encuentra la simetría ya que por naturaleza el ojo humano siempre busca el equilibrio para encontrar seguridad como lo describe el Puente Cromático “La técnica se basa en lograr el equilibrio de las partes o módulos usados en la composición. Básicamente hay que medir y ajustar los tamaños de los elementos de forma proporcional, donde también influye el uso del color que juega un papel importante en la simetría”.

Para fundamentar las razones que originen la renovación de una identidad visual, es esencial reunirse con el cliente, para compartir con él, y de esta manera, conocer información valiosa e importante sobre las motivaciones de uso de la imagen institucional en años anteriores, y como ha sido trabajada, esto con el fin de realizar un análisis profundo de cada pieza.





Como lo indica Javier Losada (2013): “En principio, todo eran palabras, que por supuesto hay que plasmar en un concepto. Para ayudarme a crear ese concepto he necesitado conocimientos, ideas, bocetos, para concluir con lo que se conoce como idea feliz”

En el caso de La Antigua ONG, se trabajaron varias piezas gráficas, como parte esencial su logotipo, que se veía complejo y fuera de contexto, puesto que realza como un emblema militarizado y no institucional. En atención a los requerimientos institucionales, se acordó que, como parte fundamental del rediseño, deben permanecer en el nuevo logotipo, elementos tales como: la corona, el caballo y el escudo, los cuales se constituyeron en premisas de la nueva propuesta de logo.

Como parte de la creación de la identidad visual de La Antigua ONG se rediseñó su logotipo, considerando que su imagen institucional era poco conocida y que la identidad visual que

utilizaba no reflejaba la idea principal de la misma, por estas razones surgió la necesidad de crear una línea visual. Dentro del conjunto de las piezas gráficas de la asociación se utiliza papelería corporativa. El sitio web e02 diseño comenta que: “La Identidad Corporativa se podría definir de una forma simple como el conjunto de valores, objetivos, filosofía de vida. Con los que se identifica una organización y con los que quiere ser identificada desde el exterior.”

Cabe mencionar que los sitios web tienen como finalidad brindar información importante y de interés a los usuarios. Debido a esto, muchos sitios buscan acercamiento con los usuarios y crean formularios en donde expresen sus dudas, blogs en los cuales puedan leer opiniones y documentos que sirvan de apoyo a sus dudas. Otros han creado portales que solucionen dudas, y más allá de esto, encuentren métodos de aprendizaje alternos. El sitio Educación 3.0 (2016) explica que: “Las plataformas de formación online (o virtuales) permiten que los usuarios realicen el/los cursos sobre una variada gama de temas: Física, Economía, Historia, Derecho, Matemáticas, Fotografía, TICs... En esta recopilación que estamos haciendo encontraréis opciones para el profesorado, para el alumnado y para todo aquel que quiera ampliar sus conocimientos”

Taringa (2012) "Muchas veces, cuando vemos un logotipo, o un isotipo, nos olvidamos de todo el trabajo que tiene detrás. Hay muchos detalles importantes que hacen a una buena identidad visual, desde la correcta elección del color hasta la construcción geométrica de los elementos, en la que todos los ajustes deben ser realizados con precisión y las proporciones deben estar bien definidas".

En algunas ocasiones los diseños son pobres en cuanto a construcción gráfica, debido a que son creados al gusto del cliente, sin existir investigación que los fundamente. Es importante indicar que uno de los elementos esenciales para crear un logotipo es la construcción geométrica, en vista de que esta es precisa y en ella se utilizan elementos matemáticos. Como ejemplo genial de construcción geométrica, puede mencionarse la zona aurea o la multiplicación exacta realizada por Marissa Mayer, al renovar la imagen del sitio web Yahoo.com.

"Para tener un impacto, la identidad visual debe reunir un cierto número de cualidades. Se podría resumirlos en tres puntos."

"Sencillez y claridad: la identidad visual debe ser identificable (y memorable) en un segundo."

"Representatividad: se remite de manera explícita a su sector de actividad."

"Coherencia: la identidad visual será la misma sobre todos los medios de difusión utilizados."

"Diferencia: es única y debe permitir distinguir su empresa de otros competidores del mercado."

---

**CAPITULO VI**  
**Producción**  
**Gráfica**

# 6.1 Nivel de visualización

## Logo tradicional

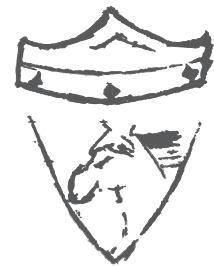
El logotipo utilizado era propio del Comendador de Antigua Guatemala y a solicitud institucional, debieron mantener algunos de sus elementos.

Debido a que carecía de cierto grado de estilización de imagen y facilidad de recordación ante el grupo objetivo. Además, por la gran cantidad de detalles y colorimetría utilizada era difícil establecer una perfecta adecuación a distintas piezas gráficas, así como también, se dificultaba lograr aceptación visual.



## Bocetos tipo roof

Luego de establecer las premisas de diseño y analizar qué tipo de imagen ayudaría a crear la imagen visual de la Asociación La Antigua ONG, se realizaron varios bocetos los cuales marcaron la ruta para la creación del logotipo. A continuación, se ilustran dos tipos de bocetos que ayudaron a encontrar la visualización correcta del mismo.



1

## Evolución de la propuesta

Se bosquejaron varias propuestas, en su mayoría con trazos rectos. Se consideró organizar todo los elementos en una misma imagen, en vista de que se acordó con la institución que el rediseño del logotipo continuara incluyendo: la corona, espada, escudo, caballo. Se realizó un proceso de abstracción, sin embargo, continuaba estudiándose la incorporación de todos los elementos en una sola imagen.



2



3

## Digitalización de la propuesta

Después de realizados los bocetos, se eligió el tercero. En este boceto se mejoraron las formas, se estilizaron de mejor manera y se buscó implementar la daga. Se trabajó todo con base en círculos, para lograr una mejor definición de los detalles principales.



Se definió que el logotipo podría tener dos posibles variantes las cuales podrían funcionar. La del lado derecho, se consideró más agresiva, puesto que las puntas de la corona y el escudo quedaba al descubierto. De esta manera se lograría infundir al grupo objetivo una sensación de seguridad en su accionar. En la propuesta del lado derecho se buscó ser más amigable con el grupo objetivo y no provocar fuerte impresión, afirmando que asumen un proceso que vale la pena realizar.



# Aplicación tipográfica

A continuación, se observan las dos versiones de las propuestas de logotipo analizadas, que se consideró, podrían ser funcionales, de acuerdo a las tipografías elegidas, en versiones horizontal y vertical, para ser presentadas a la evaluación de los asesores y validación por parte del grupo objetivo.



## Evaluación

Con base en las propuestas seleccionadas, se llevó a cabo la evaluación por medio de una tabla de requerimientos especiales, con el fin de lograr una propuesta que cumpliera con los objetivos trazados y elementos necesarios para desarrollar la imagen de comunicación visual de la asociación, con fundamentos sólidos y eficaces.

(Ver tabla 3 Anexos)

## Propuesta ganadora

### Fundamentación

El logotipo mejor evaluado está formado, específicamente, por formas geométricas que enfatizan la perfección creativa y educativa. Se consideró, que con esta imagen, se cuenta con una propuesta visual agresiva, y a la vez confiable, que logra persuadir y fidelizar al grupo objetivo.



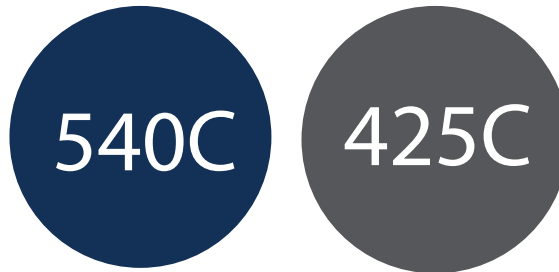
La Antigua  
ONG



## 6.2 Nivel de visualización

### Propuesta de color

Los colores utilizados en la propuesta constituyeron puntos clave, puesto que son los elementos que dieron vida y personalidad al diseño, siendo identificados por tonos y codificaciones. El color propuesto logró aportar una combinación perfecta, estabilidad, seriedad y sobre todo compromiso. Debido a estas características, es importante respetar su correcta aplicación.



### Uso tipográfico

En cuanto a las propuestas de tipografía, se requirió la utilización de dos tipos diferentes, pero antes de decidir cuáles serían las apropiadas, se evaluó cuáles tendrían mejor legibilidad, de acuerdo a la validación del grupo objetivo.

TIPOGRAFÍA: THIS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890

TIPOGRAFÍA: Medhurst

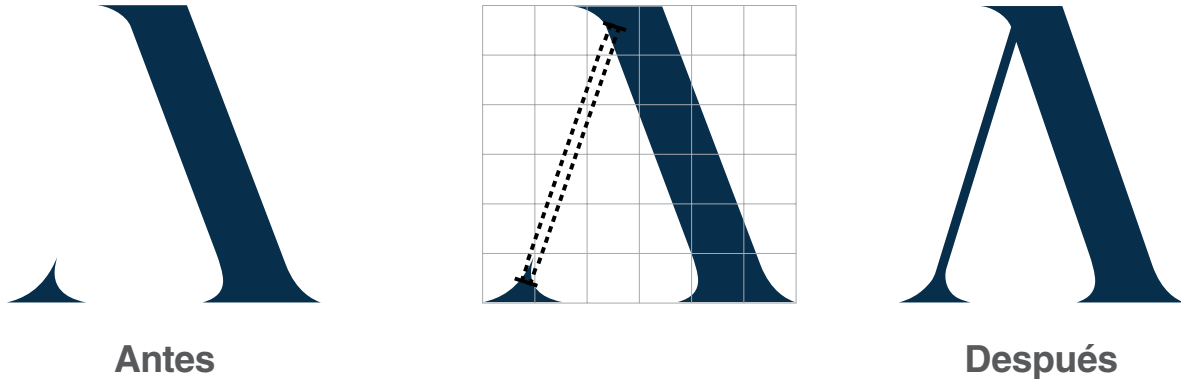
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
12345678

TIPOGRAFÍA: Source Sans Pro

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
12345678

# Modificación tipográfica

Con fines de legibilidad para el grupo objetivo, se decidió realizar ciertos cambios a la tipografía "THIS".



# Línea gráfica

Se estableció dentro de las piezas gráficas una línea de identificación visual con la cual el grupo objetivo y cada colaborador de la institución se pueda identificar.

La Antigua ONG requiere colaboradores que apoyen el desarrollo social, cultural, familiar, etc. de la población de Guatemala, obteniendo así recursos económicos que son utilizados en un bien social. Tomando en cuenta este eje central de la institución se decide hacer la línea gráfica de la manera que se ilustra a continuación.



Propuesta 1



Propuesta 2

## Validaciones

En esta etapa se realizó una serie de preguntas a dos grupos selectos y primordiales quienes brindaron sus puntos de vista y sugerencias. Se evaluaron los comentarios y aplicando criterios profesionales se trabajó en presentar una propuesta gráfica final coherente y estética.

## Expertos en el Tema

Al evaluar la propuesta final con los directivos de la asociación, cuestionaron cierta similitud con el logotipo de Ferrari y de Lamberti, puesto que el manejo de la imagen se da dentro de un escudo. Se les explicó que, por su carácter emblemático siempre existirá cierto grado de similitud; sin embargo, el tratamiento de forma, síntesis, manejo de tipografía y diseño son completamente. Además, el contenido y el color utilizado difieren, presentado el logo de La Antigua ONG una colorimetría única.

*(Ver anexo 3)*

Los evaluadores por parte de La Antigua ONG:

- **Lic. Luis Lima**
- **Phd. Eduardo Prado**

## Expertos en Diseño Gráfico

Al evaluar la propuesta gráfica con este grupo, expusieron que, a su criterio, el caballo necesitaba ser estilizado para adecuarse a los rasgos del isotipo. Además, sugirieron que se eliminara el ojo de la imagen del caballo, para lograr reducir el isotipo mucho más. Establecieron evaluar la iconografía de acuerdo a las normas de heráldica, puesto que las premisas de diseño fueron tomadas del escudo del Comendador de Antigua Guatemala. (Ver anexo 3)

Los evaluadores fueron:

- **María Gutierrez**
- **Andy García**
- **Anabella Yaeggy**

# Resultados

En consideración de las sugerencias de los expertos en el tema, se llevó a cabo la investigación respectiva de los logotipos de Ferrari y Lamberti. Luego de los correspondientes análisis y comparaciones con el logo propuesto para la Antigua, ONG, se determinó que no aplicaban similitudes con la propuesta, puesto el tratamiento de la forma de las premisas de diseño, derivaba en la misma forma. Al contrario, se evidenciaron marcadas diferencias, puesto que el isotipo de Ferrari es utilizado en color blanco sobre fondo rojo, por definición cromática sería incompatible. Por su parte, el logo de Lamberti presenta en su forma interna la imagen de un león que se encuentra en dirección contraria, tiene un cintillo y su concepto de elegancia irrumpería por su utilización y trazos realizados.

En atención a la propuesta de los expertos en diseño gráfico, se trabajó en la estilización de la forma del caballo, comprobando que no se presentaban cambios significativos en el isotipo.

En cuanto al sistema de trabajo de la heráldica, no aplicó a la propuesta, debido a que se trabajó un rediseño de imagen, lo cual simplificó la identificación con un grupo objetivo específico, aportando modernidad y simplicidad de formas. Se realizaron las correspondientes consultas al cliente sobre el tema de la heráldica e indicaron que el estilo presentado responde a la imagen con la que son reconocidos como institución y lo consideran una imagen sobria.

Se incorporó otro cambio, el cual consistió en que el diseño de la línea gráfica no fuera uniforme, sino más bien degradada. Se aplicó en cada línea un degradé diferente desde el 5% al 75% llegando al centro y luego del 75% al 5% hacia la orilla, para denotar que el desarrollo es latente y creciente en la sociedad y dentro de la institución. Otro de los cambios consistió en que los puntos fueron removidos únicamente dentro del isotopo más no del logotipo.



## 6.3 Nivel de visualización

### Validación grupo objetivo

En este nivel fueron evaluados cada uno de los elementos gráficos diseñados para La Antigua ONG, por parte del grupo objetivo, quienes respondieron de la manera que se indica a continuación.

### Isotipo

El grupo objetivo considero que el isotipo era muy agresivo, aunque suscitaba confianza, tal como la educación, la cual debe persuadir e impactar. Con base en sus comentarios se trató la forma del caballo, por esto se decidió cambiar el tipo de ojo utilizado en la figura del mismo. Se le dio tratamiento a la forma, hasta obtener los resultados que se presentan a continuación.



Antes



Después

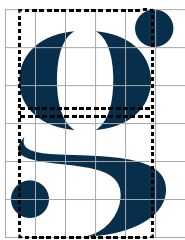
# Tipografía

Para el grupo objetivo no fue difícil descifrarla la tipografía, les agradó y la consideraron mesurada y agradable, con respecto a la combinación de sencillez plasmada en el isotipo. Por cuestiones de unión gráfica se tomó la decisión de cambiar otra letra: la letra “g” tornándose más larga en su rasgo descendente, de manera de adoptar el tamaño del elemento descriptor.

La Antigua La Antigua  
ONG ONG



Antes



Después

## 6.4 Fundamentación de Propuesta Gráfica

### Insight

— **“Soy el futuro, el cambio, soy punto y aparte.”**

Es un sentimiento de cada guatemalteco por realizar un cambio, o mejor dicho, ser el cambio que su población necesita, por esto mismo es que debe creer en sí mismo, rompiendo el paradigma que ha marcado su sociedad.

### Concepto creativo

— **180°**

Cada punto significa la visualización de todas aquellas personas que se acercan para recibir el apoyo educativo que brinda La Antigua ONG, y a su vez, son todas aquellas personas que aportan y apoyan sus talentos convertidos en salud y unión familiar.

# Códigos de diseño

## Código tipográfico

Debido a que sus trazos muestran cierta abstracción y a la elegancia con la que fueron diseñadas sus serifas y sus trazos ascendentes y descendentes, se decidió utilizar la tipografía "THIS". Además, en vista de que el isotipo en su manejo y tratamiento de la forma presenta el mismo concepto, se tomó la decisión de unificarlos, y tal como se logra visualizarlos en páginas anteriores del presente trabajo, se realizaron ciertas modificaciones para lograr mejorar la lectura y estilización de la misma.

Conforme al objeto descriptor se tomó la decisión de utilizar la tipografía "SOURCE SANS PRO REGULAR" debido a la calidad de legibilidad de su tipo y sus rasgos rectos resulta ser fácil al ojo humano distinguir su significado, de igual manera su reducción llegará a ser de hasta 6 puntos en la reducción mínima del imagotipo por lo tanto deberá ser legible aún que se encuentre rodeada de otros elementos más importantes que él.

### — This

ABCDEF GHIJKL MNÑOP QRSTUVWXYZ  
1234567890

### — Source Sans Pro

ABCDEF GHIJKL MNÑOP QRSTUVWXYZ  
1234567890

## Cromático

Se utilizaron dos colores fríos, lo cual implica que el grupo objetivo al acercarse o visualizar la identidad visual de la institución, evocará confianza, tranquilidad, seriedad y profesionalismo. De igual manera se argumenta que los colores fríos significan inmensidad, como el azul a mares y el gris a hielo.





## Código Icónico

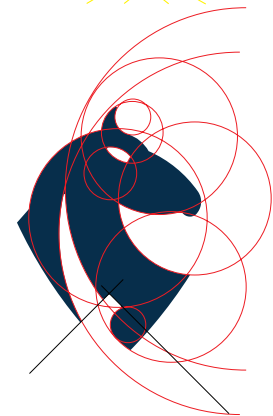
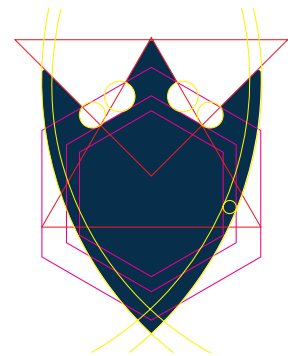
En lo que respecta al escudo oficial del Comendador de Antigua Guatemala, se decidió actualizar el mismo soslayando todo paradigma derivado de la colonia. Por lo tanto, se descartó la posibilidad de trabajar el significado heráldico, puesto que el cliente solicitó preservar las imágenes de: el escudo, el caballo, la espada y la corona. En vista de que estos elementos simbolizan elegancia y rango social, se elaboró una sola forma que integrara todos esos elementos.

### Escudo y Corona

Se utilizaron figuras geométricas para lograr la unión entre la corona y el escudo. Entre éstas se usaron circunferencias, que aportaron una forma más dinámica al tratamiento de la forma. Los triángulos a  $45^\circ$  y  $30^\circ$  que formaron las puntas de la corona, connotan fuerza y profesionalismo ético y responsable. Los hexágonos a  $60^\circ$  forman la distancia entre el escudo y el caballo alineado al centro del mismo.

### Caballo y Daga

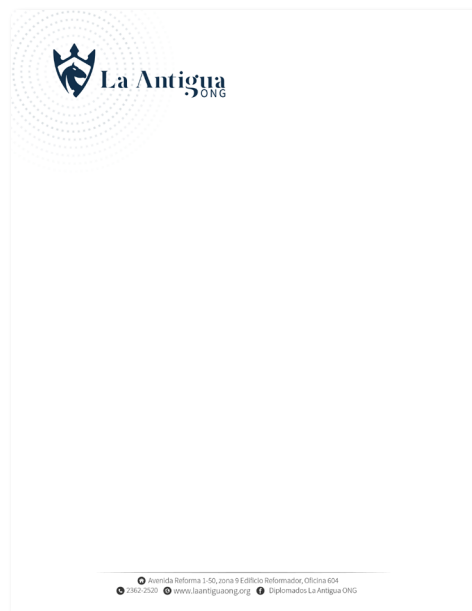
La imagen del caballo evoca una pieza de ajedrez, posee una posición erguida y se le dio tratamiento a la forma por medio de secciones de circunferencias que en conjunto incluyeron la daga que sale como división del pelaje, de peculiar belleza, que distingue al caballo. Para la daga, se utilizaron dos líneas a  $-45^\circ$  de acuerdo a la horizontal, para resaltar la forma final cortante de la daga.





# Imagen corporativa

Es la visualización que sobre la Asociación La Antigua ONG, perciben todas aquellas personas que se acercan para recibir apoyo en la formación educativa que la institución brinda, Y a su vez, son todas aquellas personas que aportan su colaboración convertida en salud y unión familiar.



## Hoja Membretada

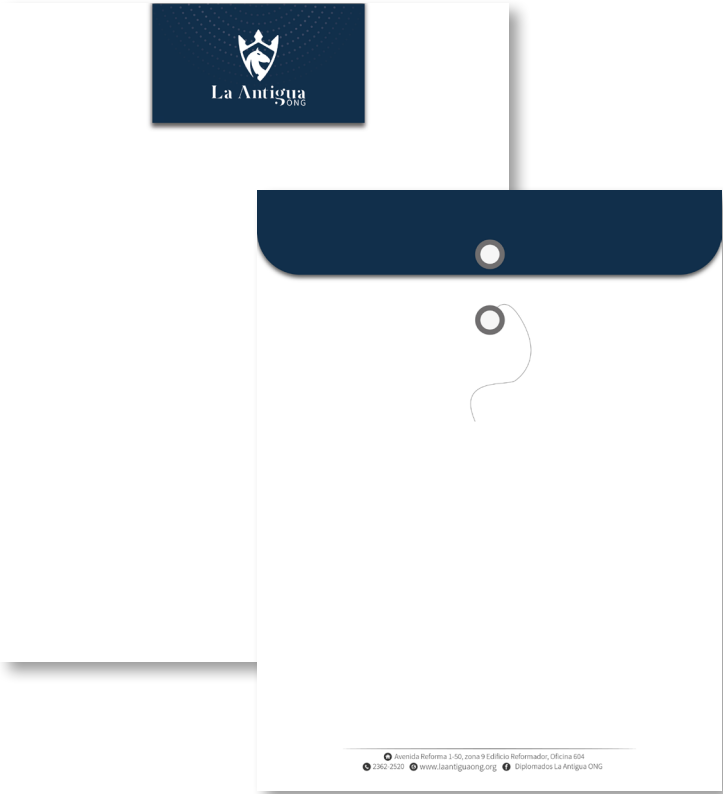
## Tarjeta de Presentación



## Folder Institucional



# Sobre Membretado



# Sello Institucional





# Banners Institucionales



# Trifoliar Institucional







## Presentación Institucional



## Diplomados en Línea



# Sitio web

Su finalidad es ofrecer información a todas aquellas personas que busquen datos sobre la asociación y su metodología de trabajo. En el sitio internet se describen los procedimientos a seguir para ser beneficiado con los distintos diplomado que se ofrecen, o bien, como apoyar la creación de parques biosaludables. Además, el sitio identifica a la organización como un ente benefactor para la sociedad desde diversas perspectivas.



## Nosotros

### Misión

LA ANTIGUA ONG, es una Institución no gubernamental cuyos objetivos son elevar los niveles de vida de la sociedad guatemalteca, contribuir y promover el desarrollo social, económico, cultural, deportivo, educativo y turístico de Guatemala, coadyuvando al mejoramiento de los servicios esenciales de toda la sociedad a través de la creación de proyectos con distintas entidades gubernamentales y privadas dando una asesoría para los distintos campos de acción en que se desarrolla.

### Visión

Establecer un impacto auto sostenible a largo plazo en los distintos campos de acción y a su vez contribuir a la inclusión de todos los sectores de la sociedad guatemalteca.

### Organigrama



## Biografía Comendador

### Don Eduardo Prado Comendador Antigua Guatemala

Soy Eduardo Leonel Prado Serrano, mi experiencia profesional es genérica y muy amplia. Se inicia formalmente en el año 1980 y desde entonces he programado con eficiencia y eficacia mi desarrollo integral por cuanto en mi hoja de vida pueden establecerse con mucho éxito diferentes facetas que he acoplado. Soy Doctor en Ciencias Humanas y Sociales, Hipnólogo Clínico, Médico Naturópata, especializado en Psicología social y comunicación política con Maestría en Medios y Comunicación; Analista político, editorialista y asesor en el mercado efectivo de imagen a consecuencia de la Licenciatura en Periodismo, Mercadeo y la gestión en el manejo de relaciones personales, empresariales e institucionales.

En ese sentido, baso el criterio de mi realización personal y profesional en el desarrollo continuo de las habilidades, siendo sistemático y constante por cuanto el resultado que aspiro siempre debe obedecer a la excelencia. Si bien, como criterio de vida soy partícipe de la actividad empresarial y la rentabilidad de los resultados, creo firmemente en acoplar el servicio social y humano a la tarea del desarrollo nacional y por consecuencia, la respuesta que siempre obtengo es leal, con visión humana, la misión nacionalista y la premisa se sustenta en objetivos económicamente rentables que coadyuven a

Embajador de los Pueblos Migrantes Centroamericanos entregado por el Alcalde la ciudad de Los Ángeles, California. Además, he sido Catedrático Universitario habiendo ofrecido conferencias internacionales en español e inglés, he sido consultor de Presidentes Constitucionales, Presidente del Congreso de la República, Congresistas, Instituciones oficiales, miembro de la Cámara de Industria, consultor externo de la OEA y Presidente de Instituciones no Gubernamentales (ONG) sin limitar mi trabajo como empresario y la visión social en mis actividades.

Me suscribo de ustedes con mis muestra alta consideración y deferencia,

**Dr. Eduardo Leonel Prado Serrano.**



## Servicios

Actualmente la ONG Antigua posee un convenio de Descentralización Educativa con la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos.

Se tiene como antecedente también la firma del Convenio entre la Escuela de Ciencias de la Comunicación y esta ONG.

Ambos convenios están enmarcados en el marco de cooperación académica.

Los Diplomados se enfocan en llevar conocimiento y aprendizaje en diferentes áreas administrativas, salud, económicas, sociales y políticas. Carreras técnicas, Licenciaturas, maestrías, estudios de postgrado y doctorados logrando de esta manera la contribución del fortalecimiento y desarrollo del país en conjunto con las Universidades públicas y privadas.

## Especificaciones

### Duración 3 meses

- Días: lunes, miércoles y viernes
- Carga académica en línea
- Diplomado de 3 meses = horas
- Carga académica Presencial
- 30 charlas virtuales (60 horas)
- 6 charlas magistrales (12 horas)
- 4 módulos por diplomado (dos módulos obligatorios otorgados por la USAC módulo de Cohesión Social y Modulo de Educación para el desarrollo)
- 4 a 5 sub temas.
- Cumplimiento de la asistencia a los módulos (cada uno con 80%)
- Complemento a las actividades asignadas en las clases virtuales

## Diplomado Desarrollo y Relación Humana

### Objetivo General

Introducir al alumno al conocimiento del los mecanismo legales de participación ciudadana así como a la importancia de la sociedad en el desarrollo de una democracia participativa.

### Objetivo Especifico

- Caracterizar la participación ciudadana en Guatemala.
- Caracterizar los tipos de participación ciudadana.
- Conocer e identificar las leyes que cada ciudadano necesita para ejercer el derecho de participación.
- Identificar las políticas públicas y los entes públicos/privados que respalden el acceso a procesos de participación ciudadana.
- Identificar los procesos de participación ciudadana desarrollados en el marco de políticas públicas.

### Contenido

#### MODULO 1: Introducción al derecho

- Origen y esencia del Derecho
- Teoría del Derecho: enfoques teóricos
- Ramas del Derecho
- Fuentes del Derecho
- Jerarquía y clasificación de las normas jurídicas
- Sistema Jurídico Guatemalteco: interpretación de la ley

#### MODULO 2: Participación Ciudadana

Caracterización de la participación ciudadana y de los tipos de participación Ciudadana



# Parques Biosaludables

## ¿Qué es un Parque Biosaludable?

Se define como parques biosaludables a los espacios verdes, al aire libre normalmente, conformado por distintos tipos de máquinas especializadas de ejercicio como las que se encuentran en un gimnasio, con las cuales se pueden realizar la mayoría pasos de una rutina de ejercicio, con máquinas que pueden trabajar diferentes músculos del cuerpo, con el propósito de que las personas practiquen ejercicios al aire libre, mejorando así su calidad de vida y disfrutando conjuntamente del ocio en un ambiente saludable.

### Clasificación de equipos

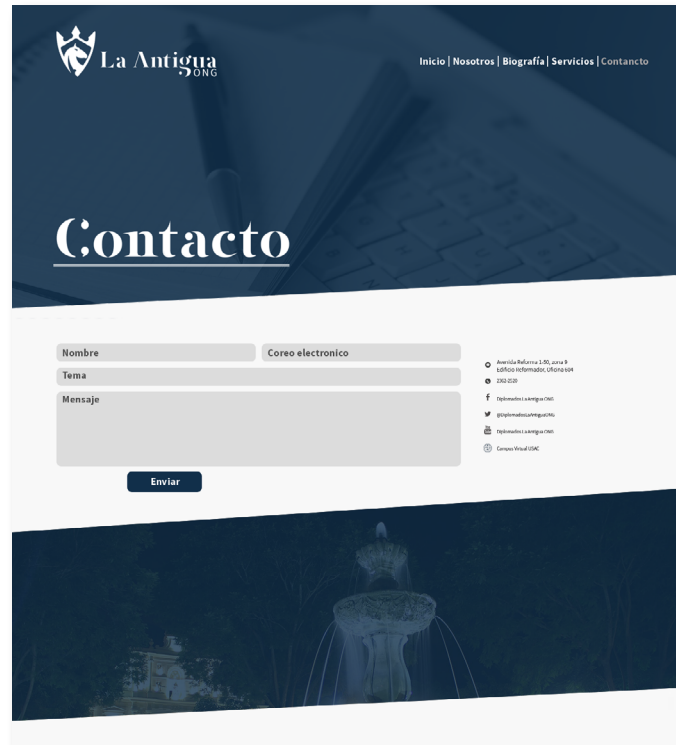
- Equipo Aeróbicos o de Resistencia.
- Equipo Anaeróbicos o de Fuerza.
- Equipo de Coordinación y Flexibilidad.
- Equipo Multifuncional.
- Equipo para personas con capacidades especiales.
- Equipo para Niños.

### Asesoría Multisectorial

#### Arquitectura

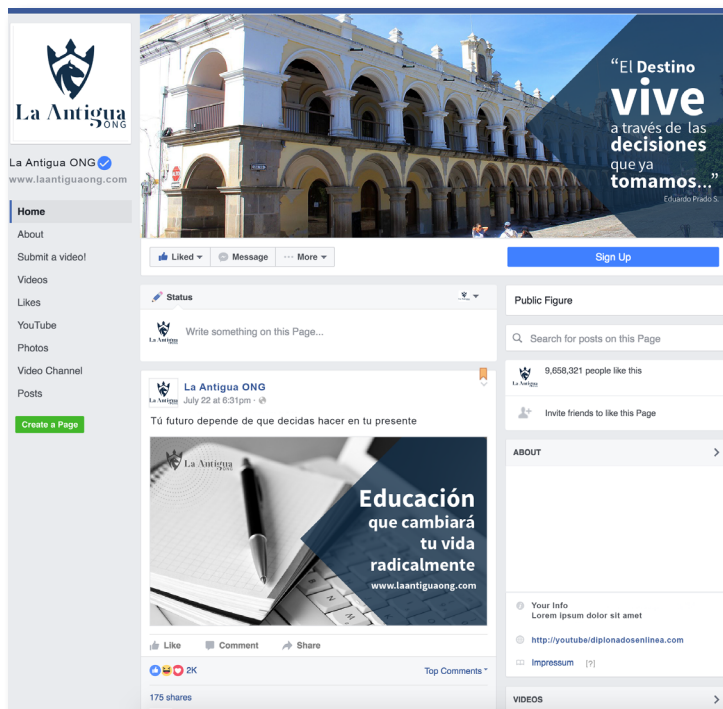
Evaluación de terreno y elaboración de diseño de planos con distribución del equipamiento, ornato según características del entorno y necesidades.

#### Kinesiológicas



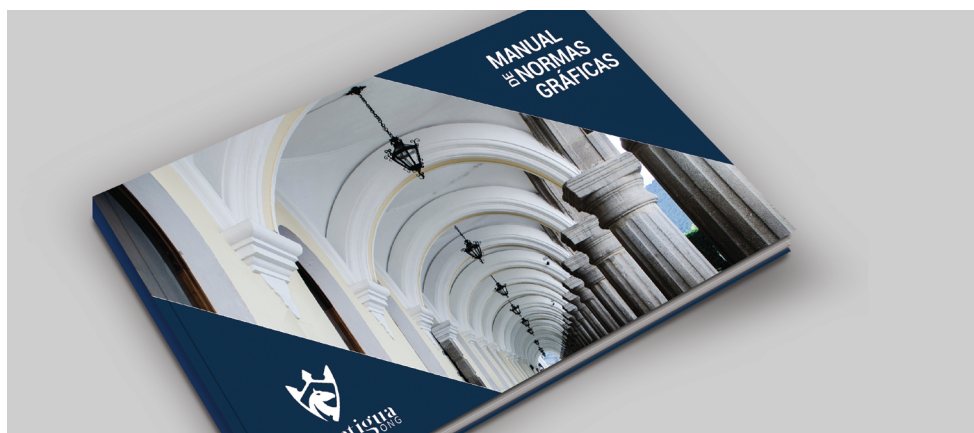


## Fan Page Facebook

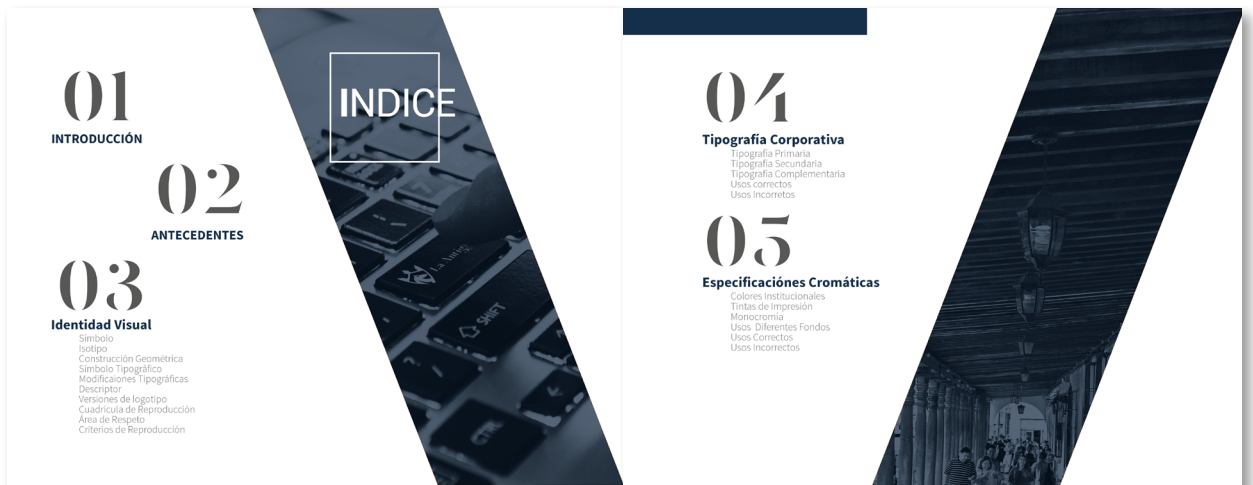


# Manual de normas gráficas

El propósito del Manual de Normas Gráficas es estandarizar detalladamente todos los elementos de diseño derivados de la imagen corporativa. Desde la adecuada utilización del isotipo, el uso correcto de la tipografía y de los códigos exactos de los colores. Asimismo, los métodos adecuados de reproducción para diferentes propósitos institucionales. La apropiada aplicación de las normas indicadas en el manual contribuirá a promover la identidad visual institucional, en beneficio de todos los actores y usuarios de La Antigua ONG. Además, en dicho manual se incluyó una sección de usos incorrectos.







## INTRODUCCIÓN

Nuestra marca representa lo que nosotros como institución defendemos. Para nuestros clientes e involucrados es una muestra visible de la calidad, integridad y rendimiento que esperan de nosotros y de nuestros productos y servicios. Es por eso que se merece ser tratada con cuidado, consistencia y con orgullo.

## ANTECEDENTES

### Misión

LA ANTIGUA ONG, es una institución no gubernamental cuyos objetivos son elevar los niveles de vida de la sociedad guatemalteca, contribuir y promover el desarrollo social, económico, cultural, deportivo, educativo y turístico de Guatemala, coadyuvando al mejoramiento de los servicios esenciales de toda la sociedad a través de la creación de proyectos con distintas entidades gubernamentales y privadas dando una asesoría para los distintos campos de acción en que se desarrolla.

### Visión

Establecer un impacto auto sostenible a largo plazo en los distintos campos de acción y a su vez contribuir a la inclusión de todos los sectores de la sociedad guatemalteca.

# IDENTIDAD VISUAL

## ISOTIPO

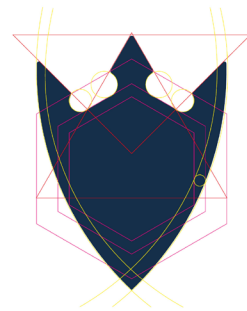
### Fundamentación

Un cambio de 180° significará que la institución creará en cada persona como en ella tener una perspectiva nueva de desarrollo, obteniendo un plus social, dejando a tras las excusas, La Antigua ONG le mostrará que puede y tiene la posibilidad de otorgar esa oportunidad que esperaban de ser mejores profesionales en el área que lo desee.



## Construcción Geométrica

**Escudo y Corona:**  
Se utilizaron figuras geométricas para lograr la unión de la corona y el escudo: entre estas encontramos circunferencias, las cuales sirven para dar una forma más dinámica en el tratamiento de la forma, triángulos a 45° y 30° que forman las puntas de la corona con el fin de connotar fuerza y profesionalismo ético y responsable y hexágonos a 60° que forman la distancia en te el escudo elemento faltante que es el caballo que está alineado al centro del mismo.



## Construcción Geométrica

### Caballo y Daga:

Tomando la forma del caballo como una pieza del ajedrez y su forma erguida se da tratamiento a la forma por medio de partes de circunferencias para dar forma y en conjunto a la daga que sale como división del pelaje que distingue este animal con su peculiar belleza, se utilizaron dos líneas a  $-45^\circ$  según la horizontal para denotar la forma final cortante de la daga.



## SÍMBOLO TIPOGRÁFICO Fundamentación

La especificaciones de esta tipografía establece la idea principal del hacer una síntesis y abstracción en conjunto con el isotipo, el diseño de la tipografía es elegante en sus trazos y por las serifas existentes en las misma connota exclusividad.

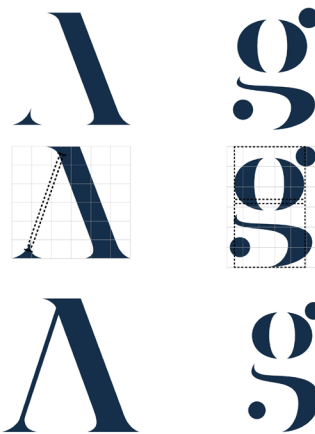
Es importante resaltar que por motivos de legibilidad se decidió hacer ciertos reparos en la misma.

# La Antigua

THIS

## MODIFICACIONES TIPOGRÁFICAS

Con fines de legibilidad y lectura para el grupo objetivo se decidieron hacer ciertos cambios en la tipografía "THIS", Ay G.



## DESCRIPTOR

### FUNDAMENTACIÓN

La razón es por sus trazos simples y fácil de distinguir para el ojo humano se utiliza esta tipografía puesto que será utilizado para el objeto descriptor dentro del imagotipo institucional y su tamaño será reducido (ver reducciones de imagotipo).

# ONG

SOURCE SANS PRO  
REGULAR

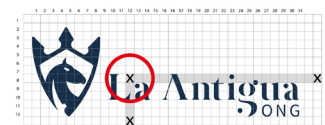
## VERSIONES DE IMAGOTIPO

### Existen dos variantes

La estructura del imagotipo principal su versión es horizontal donde el isotipo se encuentra alineado a la izquierda y el logotipo a la derecha.

Su variante será centrado donde el isotipo se colocara en la parte superior y logotipo en la parte inferior.

“Entre cada el elemento del imagotipo se guardara la medida X con excepción de ONG.”



## CUADRÍCULA DE REPRODUCCIÓN

### Estructura

La composición del imagotipo es de un isotipo que consta de una construcción geométrica única, una tipografía modificada para mejor legibilidad y su elemento descriptor.

La manera de definir la medida X es el espacio que libre que se encuentra entre el tamaño de una letra minúscula y una mayúscula, como se muestra dentro del círculo rojo



## ÁREA DE RESPETO

El imagotipo cuando sea apoyado con otros gráficos no alusivos a su identidad visual, deberá guardar un margen de respeto, el cual servirá para evitar su ilegibilidad, para esto se estableció un espacio requerido con la letra "N" a su alrededor como se explica en las referencias.



## CRITERIOS DE REPRODUCCIÓN

### Visibilidad Mínima

Para que la identidad visual no pierda su legibilidad se han creado estos criterios mínimos de reproducción que serán utilizados según la utilización del imagotipo.

Si el imagotipo es utilizado de forma horizontal su reproducción mínima será de 3.5 Cm. de largo \* 1.10 Cm. de ancho.

Si el imagotipo es utilizado de forma vertical su reproducción mínima será de 2.5 Cm. de largo \* 2.05 Cm. de ancho.



## USOS DE IMAGOTIPO

### Correcto

Para la conservación del criterio correcto de la identidad visual diseñada para La Antigua ONG se han trabajado únicamente dos tipos de versiones, tomando en cuenta un estudio detallado del mismo para que este nunca se vea comprometido, por lo que se sugiere si se tiene alguna duda con ejecución de este manual comunicarse con el autor de la identidad visual.





# TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Aa

ABCDEFGHIJKLMNŃOPQRSTUVWXYZ **TIPOGRAFÍA PRIMARIA**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
!@? " # \$ % & / () = ' \* \_ . : ; < > | ^ ` { } []

**REGULAR**

Como anteriormente se explicó la definición y el uso de la tipografía "THIS" dentro la propuesta establecida, su pertenencia a la familia de Serif imparte mucha seriedad, estabilidad y dinamismo de poderse manejar como una entidad comprometida con el desarrollo de la sociedad.

Su utilización es única y exclusivamente dentro del imago tipo y por ninguna razón deberá utilizarse en algún otro documento.

Aa

ABCDEFGHIJKLMNŃOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

!@? " # \$ % & / () = ' \* \_ . : ; < > | ^ ` { } []

Extra Light, *Extra Light Italic*, Light, *Light Italic*,  
**Regular**, *Italic*, **Semibold**, *Semibold Italic*, **Bold**,  
*Bold Italic*, **Black**, *Black Italic*.

**TIPOGRAFÍA SECUNDARIA**

**Source Sans Pro Regular**

Es una tipografía de fácil manejo y lectura debido a que pertenecen a la familia de San Serif o palo seco a diferencia de la tipografía moderna esta crea un efecto de modernidad y sobriedad creando un sentimiento atemporal por lo que es pertinente su utilización a diferentes tamaños.

Esta podrá ser utilizada en redacción de textos y otras aplicaciones según sean necesarias dentro de la institución.

# La Antigua

ONG



g  
ua  
ONG

## USOS TIPOGRÁFICOS

### Correcto

El uso correcto de la tipografía será de esta manera, siempre la tipografía This será el nombre de la institución y Sans Source Pro como descriptor viendo se alineado al lado izquierdo inferior, el espacio que tendrá entre uno y otro será de media X.

## ESPECIFICACIONES CROMÁTICAS

### COLORES INSTITUCIONALES

Los colores utilizados dentro de la propuesta es el punto clave, puesto que son los que darán vida y más personalidad siendo identificada por tonos y codificaciones.

El color propuesto logra tener una combinación perfecta, estabilidad, seriedad y sobre todo compromiso. Debido a esto es que se debe respetar en su correcto uso.

540C

282U

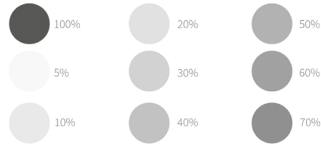
## COLOR AUXILIAR

Este color es un complemento para la correcta utilización de la línea gráfica, otorgando mayor legibilidad y contraste a la propuesta, por lo que no podrá ser sustituido por otro nos su porcentajes de opacidad requeridos.

El color complemento sera el GRIS al 80%



### Transparencia Utilizada



## GESTIÓN DE COLOR

Cada dispositivo opera dentro de un espacio concreto que puede producir un intervalo específico o gama de colores, entre estos podemos encontrar RGB, CMYK, HSL, HSB, etc.

RGB (rojo, verde y azul) estas impresiones son realizadas mediante plotters, impresoras láser.

CMYK (cian, magenta, amarillo negro) más conocido como la cuatricromía y utilizadas en impresiones offset.

### Tinta Directa CMYK



### Digital RGB



### Hexagesimal



## MONOCROMÍA

Cuando el imagotipo tenga que ser utilizado en colores monocromáticos, se prodrán utiliza las aplicaciones como se describe en esta página.

Usarlos de manera diferente no esta permitido pues esta comprometeria la legibilidad del imagotipo como identidad visual.



Full Color



Positivo



Negativo

## APLICACIÓN EN FONDOS

A continuación se presenta los usos correctos de aplicación del imagotipo sobre distintos fondos los cuales desarrollará de mejor manera el uso de la marca.

El uso sobre imágenes sólo está permitido si no contrarresta la visibilidad y contraste del imagotipo.

Es muy importante cuidar la visibilidad y la identidad de nuestra imagen, teniendo un contraste adecuado entre la marca y el fondo para una óptima visualización.



## USOS DE COLOR

### Correcto

Se permitirá trabajar el imagotipo con una opacidad de no más 20% en sus diferentes variaciones de tamaño siempre y cuando sean respetados todos y cada uno de los parámetros establecidos en este manual, si existe duda sobre la correcta utilización deberá comunicarse con el creador de este manual.



## USOS INCORRECTOS

## USO INCORRECTO ISOTIPO



El isotipo en ningún momento debe cambiar su ángulo, únicamente puede estar a 0° sobre la horizontal



Sus proporciones no podrán ser cambiadas aleatoriamente.



No está permitido deshacer los bordes redondeados del isotipo.



No está permitido que se quiten o agreguen elementos del isotipo.

## USO INCORRECTO TIPOGRÁFICO

**ONG**  
La Antigua

Bajo ningún motivo las tipografías cambiarán su lugar pues existe una fundamentación para cada una.

La Antigua  
**ONG**

La tipografía no puede cambiar su tamaño desproporcionadamente

La Antigua  
**ONG**

Los tamaños son proporcionales, donde el descriptor debe tener 15% del símbolo tipográfico

## USO INCORRECTO CROMÁTICO



El imagotipo no se podrá utilizar con variantes de color en fondos oscuros.



El imagotipo deberá respetar el uso de color independientemente de la tendencia utilizada en el diseño.



No se podrá trabajar el imagotipo con una transparencia menor al 20%.

# APLICACIÓN DE LÍNEA GRÁFICA



## PAPELERÍA EJECUTIVA

### Tarjeta de Presentación

Para la Tarjeta de presentación se han diseñado dos fases.

Tiro: utilizará la línea gráfica y el logito.

Rétro: tendrá la información pertinente de cada usuarios o colaborador.

**Medida:** 3,5" \* 2"

**Material:** Lino 120 grs.

**Acabado:** Corte recto

**Impresión:** Offset / Digital

**Tintas:** CMYK / RGB



### Hoja Membretada

La hoja membreta es la que muchas veces representará a la institución portando información valiosa y de interés para una persona en específico.

**Medida:** 8,5" \* 11"

**Material:** Bond 75 grs.

**Acabado:** Corte recto

**Método:** Impreso / Digital

**Impresión:** Offset / Digital

**Tintas:** CMYK / RGB



### Sello

Este será necesario para dar validez a cada documento que salga de la institución ante cualquier persona.

**Medida:** 4.5" \* 2"

**Material:** Hule

**Acabado:** Corte recto

**Tintas:** Negro



### Sobre

Se han establecido dos tipos de sobre los cuales cumplirán según la necesidad que se requiera cumplir.

**Medida:** A4

**Material:** Bond 120 grs.

**Acabado:** Corte recto

**Impresión:** Offset /

**Tintas:** CMYK



**Medida:** 8.7 \* 4.4"

**Material:** Bond 120 grs.

**Acabado:** Corte recto

**Impresión:** Offset /

**Tintas:** CMYK

### Folder

Será entregado a cada estudiante egresado del diplomado elegido con su diploma a en el interior de l mismo.

**Disco**

**Medida:** 8" \* 12"

**Material:** Husky 200 grs.

**Acabado:** Corte recto

**Impresión:** Offset / Digital

**Tintas:** CMYK / RGBB



### Trifoliar

Mantener informado sobre los diplomados vigentes y su pensum de estudio en cada uno de ellos.

**Medida:** Oficio

**Material:** Couche 80 grs.

**Acabado:** Corte recto

**Impresión:** Offset / Digital

**Tintas:** CMYK / RGB



### PAPELERÍA FINANCIERA

#### Cotización

Será entregada a cada nuevo estudiante o persona que quiera saber cual es costo y beneficios que otorga la institución.

**Medida:** 8.5" \* 11"

**Material:** Bond 75 grs.

**Acabado:** Corte recto

**Método:** Impreso / Digital

**Impresión:** Offset / Digital

**Tintas:** CMYK / RGB



#### Recibo

Será entregado a cada estudiante o donador para respaldar los ingresos de la misma.

**Medida:** 8.5" \* 3.66"

**Material:** Bond 75 grs.

**Acabado:** Corte recto

**Método:** Impreso / Digital

**Impresión:** Offset / Digital

**Tintas:** CMYK / RGB



## MEDIOS DIGITALES

### Página Web

El diseño web solucionará el problema de fácil manejo de información e interactividad con los estudiantes, y personas interesadas en los parques biosaludables.

**Medida:** 1360 Px \* 1280 Px  
Tamaño responsive

**Material:** Digital

**Colores:** RGB



### Fan Page

Por la facilidad que tiene nuestro grupo objetivo en usar este medio, se desarrollarán mejoras en la fan page y lograr un mejor acercamiento al grupo objetivo.

#### Avatar

**Medida:** 300px \* 300px

**Material:** Digital

**Colores:** RGB

#### Cover

**Medida:** 860px \* 325px

**Material:** Digital

**Colores:** RGB



### Presentación Digital

Este medio servirá cuando se haga la presentación del proyecto a entidades como universidades, empresas, interesadas en cada proyecto realizado por la esta institución.

**Medida:** 13" \* 8"

**Material:** Digital

**Colores:** RGB





## PROMOCIONALES

### BANNERS

Serán utilizados en cada presentación como parte de promocionar a la institución ante cualquier medio.

**Medida:** 75 \* 150 Cm.

**Material:** Lona vinilica

**Acabado:** Corte recto

**Método:** Impreso / Digital

**Método:** Ploteo

**Tintas:** CMYK



### Tazas

La Sublimación será única y estrictamente como lo detalla la imagen

**Medida:** Variable.

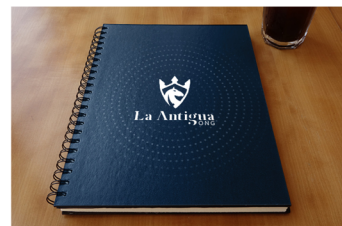
**Material:** Porcelana

**Acabado:** Corte recto

**Método:** Impreso / Digital

**Método:** Sublimado

**Tintas:** RGB



### Libreta

La impresión será única y estrictamente como lo detalla la imagen

**Medida:** 8.5" \* 11"

**Material:** carton presentación

**Acabado:** Corte recto

**Método:** Offset

**Tintas:** CMYK

## 6.5 Puesta en Práctica de Materiales Diseñados

A continuación, se detalla la finalidad de cada una de las piezas gráficas diseñadas y cuando deben ser utilizadas por parte de los colaboradores de la organización, para mejorar el acercamiento con el grupo objetivo.

PIEZA	MEDIO DE PUBLICACIÓN O REPRODUCCIÓN	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS O REPRODUCCIÓN	DISTRIBUCIÓN
<b>HOJA MEMBRETADA</b>	IMPRESO	Medida: 8.5" * 11" Material: Bond 75 g Acabado: Corte recto Método: Offset / Digital Tintas: CMYK / RGB	Se utilizará para correspondencia institucional, portar información valiosa para la institución.
<b>TARJETA DE PRESENTACIÓN</b>	IMPRESO	Medida: 3.5" * 2" Material: Husky 200 g Acabado: Corte recto Método: Offset / Digital Tintas: CMYK / RGB	Identificación primaria del equipo conformado en la ONG y primera impresión para quien la reciba.
<b>SOBRE CARTA</b>	IMPRESO	Medida: 9.5" * 12" Material: Bond 120 g Acabado: Corte recto Método: Offset Tintas: CMYK	Su fin será proteger documentos importantes de la institución.
<b>BANNER</b>	IMPRESO	Medida: 0.75 * 1.50 m Material: Lona Vinílica Acabado: Corte recto Método: Digital Tintas: CMYK	Será utilizado en cada una de las presentaciones o convocatorias que tenga la institución.
<b>FOLDER CARTA</b>	IMPRESO	Medida: 9.5" * 12" Material: Husky 200 g Acabado: Corte recto Método: Offset Tintas: CMYK	Será entregado con diploma correspondiente a cada estudiante.

PIEZA	MEDIO DE PUBLICACIÓN O REPRODUCCIÓN	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS O REPRODUCCIÓN	DISTRIBUCIÓN
<b>TRIFOLIAR</b>	<b>IMPRESO</b>	<p>Medida: 8" * 12"</p> <p>Material: Couche 80 g</p> <p>Acabado: Corte recto</p> <p>Método: Offset / Digital + Troquel</p> <p>Tintas: CMYK</p>	<p>Será distribuido para informar acerca de los diplomados que ofrece La Antigua ONG.</p>
<b>COTIZACIÓN</b>	<b>IMPRESO</b>	<p>Medida: 8.5" * 11"</p> <p>Material: Bond 75g</p> <p>Acabado: Corte recto</p> <p>Método: Offset / Digital</p> <p>Tintas: CMYK / RGB</p>	<p>Será entregada a cada nuevo postulante a recibir un curso en la institución.</p>
<b>RECIBO</b>	<b>IMPRESO</b>	<p>Medida: 8.5" * 3.66"</p> <p>Material: Bond 75g</p> <p>Acabado: Corte recto</p> <p>Método: Offset / Digital</p> <p>Tintas: CMYK / RGB</p>	<p>Se entregará a cada estudiante cancelando un curso o bien a cada donador, respaldando su aporte.</p>
<b>SELLO</b>	<b>ENCAUCHADO</b>	<p>Medida: 4.5" * 2"</p> <p>Material: Hule</p> <p>Método: Corte recto</p> <p>Color: Negro / azul</p>	<p>Se colocará con el fin validar cada documento que salga de institución a cualquier entidad o persona.</p>
<b>TAZA</b>	<b>SUBLIMADO</b>	<p>Medida: Variable</p> <p>Material: Porcelana</p> <p>Acabado: Corte recto</p> <p>Método: Sublimado</p>	<p>Será entregada en ocasiones especiales a colaboradores o estudiantes de la institución.</p>
<b>LIBRETA</b>	<b>IMPRESO</b>	<p>Medida: 8.5" * 11"</p> <p>Material: Cartón presentación / hojas bond 80 gramos</p> <p>Acabado: Corte recto</p> <p>Método: offset</p> <p>Tinta: CMYK</p>	<p>Será entregada en actividades especiales a colaboradores o estudiantes de la institución.</p>



PIEZA	MEDIO DE PUBLICACIÓN O REPRODUCCIÓN	ESPECIFICACIONES TÉCNICAS O REPRODUCCIÓN	DISTRIBUCIÓN
<b>PRESENTACIÓN DIGITAL</b>	DIGITAL	Medida: Panorámica (establecida por Microsoft Power Point) Método: Digital Color: RGB	Utilizada para presentación del proyecto ante entidades y donadores que estén interesados en formar parte de los proyectos establecidos por la institución.
<b>SOCIAL MEDIA</b>	DIGITAL FACEBOOK	Avatar Medida: 300 * 300 px Método: Digital Colores: RGB  Cover Medida: 860 * 325 px Método: Digital Colores: RGB  Post Medida: 1200 * 800px Método: Digital Colores: RGB	Se utilizará para el acercamiento con el grupo objetivo debido a la facilidad de acceso a esta plataforma y tiempo de estadía en ella.
<b>SITIO WEB</b>	DIGITAL	Medida: 1360px * 1280px (responsive) Método: Digital Colores: RGB	Se utilizará como medio seguro de acceso para cada estudiante y contenido de valor que desee aportar dirigido a redes sociales
<b>MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS</b>	IMPRESO	Medida: 11" * 8.5" Material: Bond 120 g Acabado: Corte recto + empastado Método: Offset / Digital Tintas: CMYK / RGB	Desarrollado para el conocimiento exacto y perfecto uso de la identidad visual de la institución.

# 6.6 Costos de Reproducción

## Reproducción

La reproducción de los materiales diseñados en el presente proyecto de grado, con base en una reproducción mínima, en centros de impresión asciende a Q.15,905.00. Este costo no incluye los mantenimientos del sitio web y fanpage en Facebook.

## Diseño

A esta noble institución que vela por el desarrollo socio cultural y político de Guatemala se le aporta en el tema de comunicación y estrategia visual la cantidad de Q.23,555.00 este precio no refleja los diseños requeridos en sus respectivos mantenimientos.

PIEZA	COSTO DE REPRODUCCIÓN		COSTO DE DISEÑO	
	Cantidad	Precio Unitario	Cantidad	Precio
Tarjeta de Presentación	100	Q.1,000.00	1	Q.350.00
Banner	3	Q1,575.00	3	Q.1,500.00
Hoja membretada	100	Q.350.00	1	Q.350.00
Trifoliar	100	Q.600.00	1	Q.600.00
Folder	100	Q.450.00	1	Q.475.00
Sobre carta	100	Q.400.00	1	Q.3.80.00
Cotización	100	Q350.00	1	Q350.00
Recibo	100	Q.150.00	1	Q.350.00
Sello	1	Q.80.00	1	Q.250.00
Taza	12	Q.150.00	1	Q.350.00
Libreta	50	Q.500.00	1	Q.350.00
Presentación digital	1	Q.0.00	1	Q.1,400.00
Fanpage	1	Q.0.00	1	Q.800.00
Post facebook	1	Q.0.00	15	Q.2,250.00
Diseño web	1	Q.0.00	1	Q.4,500.00
Desarrollo web	1	Q.4,500.00	1	Q.0.00
Manual de Normas Gráficas	1	Q300.00	1	Q5,000.00
Logotipo	1	Q.0.00	1	Q.2,300.00
Community Managment	* MES	Q.2,000.00	15	Q.2,000.00
Mantenimiento website	* MES	Q.3,500.00	4	Q.0.00
<b>TOTAL:</b>		<b>Q.15,905.00</b>		<b>Q.23,555.00</b>

---

**CAPÍTULO VII**  
**Conclusiones**



# 7.1 Lecciones Aprendidas

- Cuando se inicia el proceso de investigación para desarrollar un trabajo de diseño gráfico, es necesario percatarse de todo aspecto que pueda ser utilizado durante la etapa de fundamentación, puesto que no se conoce qué tan complicado será resolver una propuesta.
- Es importante conocer los antecedentes históricos de la, institución, organización o cliente, lo cual contribuirá a resolver los problemas de comunicación visual.
- En vista de la diversidad de intereses de los grupos objetivos, es fundamental, que antes de iniciar el proceso de diseño, se lleve a cabo la previa investigación que permita conocer sus necesidades, deseos y comportamientos. Esto agilizará la aceptación de las propuestas que se presenten.
- Es importante que, desde el inicio de una intervención mediante diseño gráfico, se establezcan con los interesados, o clientes, parámetros de su visión de identidad, tales como: qué, cómo y dónde visualizan ciertos elementos de las imágenes que conformarán su ícono o imagen.
- Por medio del estudio detallado de un proyecto de grado, como el presente, se logra establecer formas alternas de solución de retos visuales; sin embargo es importante y necesario someter las propuesta finales a las críticas constructivas de: el cliente, los asesores asignados por la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la USAC, los expertos en diseño gráfico y por último, y más importante, al grupo objetivo, luego de lo cual se encontrará la respuesta y validación apropiada de la propuesta.
- Analizar el proceso creativo desarrollado, luego de concluido el diseño gráfico, valorando todos los cambios realizados, examinando los detalles del trabajo meticuloso y especializado llevado a cabo, para resolver el problema de comunicación visual. Lo anterior brindará satisfacción profesional y se considerará un esfuerzo que se entrega para compensar mínimamente, al pueblo de Guatemala, por cada día que permitió estudiar en la USAC, para formar profesionales respetables en esta bella nación.





## 7.2 Conclusiones

A lo largo de la historia, la educación ha sido protagonista de los adelantos de la humanidad, y en los últimos siglos, del desarrollo de la tecnología. El progreso tecnológico ha permitido arribar a la educación a distancia por medio de internet. Por otro lado, la educación en línea ha sido sometida a diferentes evaluaciones, en las cuales se ha determinado que, en este tipo de enseñanza el educando asume un rol fundamental, y que se educa por propia convicción para aprender de manera eficiente. La educación en línea fomenta la investigación. Además, es en sí misma es un aprendizaje alternativo que promueve nuevas experiencias educativas e incide en el desarrollo laboral. En razón de lo anterior, durante el desarrollo del presente proyecto de grado, se arribó a las siguientes conclusiones.

- Se concretaron los objetivos propuestos, en cuanto a la creación y rediseño de la identidad visual de la Asociación para el Desarrollo Integral La Antigua ONG.
- La creación y rediseño de la identidad visual de La Antigua ONG, era necesaria para atraer al grupo objetivo de la organización.
- Mediante la intervención del diseño gráfico, mejoraron las expectativas de la organización, manteniendo, bajo un criterio de identidad visual, los valores y objetivos de la misma.
- El rediseño de la identidad visual dio como resultado la creación de componentes gráficos explícitos con formas, fuentes, y símbolos, que constituyen referentes de la institución y su labor especializada en educación en línea en la comunidad guatemalteca.
- Para definir la creación y rediseño de la identidad visual de La Antigua ONG se evaluaron las propuestas de tres diferentes grupos, quienes validaron el trabajo realizado.
- Se cumplió con la investigación previa de marco teórico, recolección de datos y correcta interpretación de los mismos, para lograr el proceso de diseño gráfico. Además, se cuidaron los detalles que permitieron crear las propuestas para solucionar las necesidades comunicativas de la organización.
- Se logró armonizar los requerimientos de identidad corporativa de la asociación y las necesidades de información del grupo objetivo.

## 7.3 Recomendaciones

### La Antigua ONG

Institución que abrió sus puertas para que por medio de este proyecto de grado se lograra un cambio trascendental en su historia, se recomienda aplicar con rigurosidad todos los lineamientos y especificaciones de diseño creados para la determinación de la imagen institucional. Es necesario, recordar que solo la organización dispone de su imagen, en caso de

realizar futuros cambios, los mismos deberán llevarse a cabo con el mismo grado de minuciosidad y análisis que conllevó la creación y rediseño de la identidad visual plasmada en el presente documento.

Para continuar motivando al grupo objetivo, es necesario que al momento de reproducir el isotipo, tipografía, imagotipo o línea gráfica establecida para cada pieza, sean respetadas sus proporciones, pues esto evitará que sean deformadas, olvidadas o confundida con otras marcas.

## Estudiantes

A los futuros profesionales universitarios que cursarán el curso de Proyecto de Graduación es importante que atiendan los procedimientos sugeridos por sus asesores, puesto que se respaldan en experiencias de los mismos sobre los temas.

Aplicar continuamente métodos de investigación cualitativa y científica, lo que contribuirá a encontrar respuestas tempranas y a resolver en menor tiempo los niveles de visualización establecido para la validación de sus propuestas de diseño.

A los futuros profesionales universitarios que cursarán el curso de Proyecto de Graduación es importante que atiendan los procedimientos sugeridos por sus asesores, puesto que se respaldan en experiencias de los mismos sobre los temas.

Aplicar continuamente métodos de investigación cualitativa y científica, lo que

contribuirá a encontrar respuestas

tempranas y a resolver en menor tiempo los niveles de visualización establecido para la validación de sus propuestas de diseño.

Valorar su capacidad creativa y mantener la confianza en sí mismos durante el desarrollo de los diversos procesos de diseño. Es importante apreciar los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera para llegar a ser un eficiente y eficaz Diseñador Gráfico.

Mantener una mentalidad y actitud de apertura, dispuestas a los cambios y aceptación de críticas constructivas, sabiendo que todo es susceptible de sufrir cambios en cualquier momento y que todo puede funcionar, sí y solo sí, se fundamenta en una concienzuda investigación y fundamentos teóricos adecuados.

Valorar su capacidad creativa y mantener la confianza en sí mismos durante el desarrollo de los diversos procesos de diseño. Es importante apreciar los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera para llegar a ser un eficiente y eficaz Diseñador Gráfico.

Mantener una mentalidad y actitud de apertura, dispuestas a los cambios y aceptación de críticas constructivas, sabiendo que todo es susceptible de sufrir cambios en cualquier momento y que todo puede funcionar, sí y solo sí, se fundamenta en una concienzuda investigación y fundamentos teóricos adecuados.

## A la Escuela de Diseño Gráfico, FARUSAC, USAC

Continuar con la valiosa labor docente que realiza y que hasta la fecha ha logrado un trabajo efectivamente coordinado entre docentes, asesores y estudiantes. Lo anterior, sin olvidar que siempre es posible mejorar, que falta camino que recorrer para lograr la excelencia, pero que, sin duda alguna, llevan a cabo un buen trabajo que es valorado por sus egresados, ¡Sigamos adelante!

# REFERENCIAS

- Aiteco Consultores S.L. Tormenta de Ideas: Creatividad para la Mejora. España, Granada. Consultado en el año 2016. [https://www.aiteco.com/tormenta-de-ideas/#:~:text=La%20tormenta%20de%20ideas%20\(lluvia,que%20requiere%20de%20ideas%20originales.](https://www.aiteco.com/tormenta-de-ideas/#:~:text=La%20tormenta%20de%20ideas%20(lluvia,que%20requiere%20de%20ideas%20originales.)
- Álvarez, Claudio. «Educación Visual y Plástica, Profesor Claudio Álvarez». 12 julio 2015. Consultado en el año 2016. [https://profecaevp.wordpress.com/2015/07/12/simetria/.](https://profecaevp.wordpress.com/2015/07/12/simetria/)
- Castañeda Bonilla, María Isabel. Diseño de la identidad gráfica de la escuela de Nutrición de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Tesis de Licenciatura en Diseño Gráfico. USAC: Guatemala: 2015 02 T (4183). Consultado en el año 2016.
- Castillo, Yúnior Andrés. «Fundamentación teórica de una investigación». 2015. Consultado en el año 2016., <http://www.monografias.com/trabajos101/fundamentacion-teorica-investigacion/fundamentacion-teorica-investigacion.shtml>.
- Delgado Suárez, Jennifer. La técnica de las Relaciones Forzadas para potenciar la creatividad. Octubre 2011. Consultado en el año 2016, <https://rinconpsicologia.com/la-tecnica-de-las-relaciones-forzadas/#:~:text=La%20t%C3%A9cnica%20de%20las%20Relaciones%20Forzadas%20para%20potenciar%20la%20creatividad,-Existen%20m%C3%BAltiples%20t%C3%A9cnicas&text=Esta%20t%C3%A9cnica%20fue%20desarrollada%20por,se%20crea%20una%20nueva%20situaci%C3%B3n.>
- Ecu Red. «Comunicación Visual» 3 septiembre 2016. Consultado en el año 2016, [http://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n\\_visual](http://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_visual).
- Elósegui, Tristán. ¿Qué es un insight? 2013. Consultado en el año 2016, [https://tristanelosegui.com/2013/04/17/que-es-un-insight/#Mas\\_post\\_sobre\\_marketing\\_online,\\_analitica\\_web\\_y\\_social\\_media](https://tristanelosegui.com/2013/04/17/que-es-un-insight/#Mas_post_sobre_marketing_online,_analitica_web_y_social_media).
- García Peñalvo, F. C. «Estado actual de los sistemas e-learning en Teoría de la Educación» en Educación y Cultura en la Sociedad de la Información. 2005. ISSN-e 1138-9737, Vol. 6, No. 2. Consultado en el año 2016, [http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev\\_numero\\_06\\_2/n6\\_02\\_art\\_garcia\\_penalvo.html](http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_06_2/n6_02_art_garcia_penalvo.html).
- González Franco, Carmen. Técnicas de desarrollo de la Creatividad: Mapas Mentales. 10 de febrero 2012. Consultado en el año 2016. <https://ineverycrea.net/>

comunidad/ineverycrea/recurso/tecnicas-de-desarrollo-de-la-creatividad-mapas/4a196d2c-a32a-4cef-9d07-dced34ef05e6#:~:text=Es%20una%20t%C3%A9cnica%20gr%C3%A1fica%20con,recoge%20C%20procesa%20y%20almacena%20informaci%C3%B3n.

Jardines, Francisco J. «Desarrollo histórico de la educación a distancia (Historical development of distance education)». México: UANL, 2009. Consultado el Consultado en el año 2016, <http://eprints.uanl.mx/12521/1/A5.pdf>.

Losada, Javier, Informática virtual 2.5, 6 febrero 2013. Ejemplo de diseño. Logo marca «Noches en la Luna». Consultado en el año 2016, <https://javierlosada.wordpress.com/tag/construccion-geometrica/>.

McAnally-Salas, L. 7 de noviembre 2007. «La educación en línea, su complejidad y las instituciones de educación». Consultado en el año 2016, <https://www.redalyc.org/pdf/688/68800707.pdf>.

Milier, Daniela. «Identidad visual: importancia y beneficios». 20 marzo 2014. Consultado en el año 2016, <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>.

Moreno Cañuelo, Luna María. 28/03/2013 «Qué es la identidad visual corporativa y por qué la necesita tu marca». Consultado en el año 2016, <https://dircomtomia.com/2013/03/28/que-es-la-identidad-visual-corporativa-y-por-que-la-necesita-tumarca/>.

Salas McAnally, Lewis, y Organista Sandoval, Javier. «La educación en línea y la capacidad de innovación y cambio de las instituciones de educación». *Apertura* 7, no. 7 (2007): 82-94. Redalyc. Consultado en el año 2016, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68800707>.

Taringa, Diseño gráfico, 2012, «Construcción Geométrica de Logotipo». Consultado en el año 2016, <http://www.taringa.net/post/imagenes/9192598/Diseno-Grafico---Construccion-Geometrica-de-Logotipo.html>.

Uzkiaga, diseño y comunicación ¿Qué información debe contener un Manual de Identidad Corporativa?. 2012, Consultado en el año 2016, <http://uzkiaga.com/blog/disenio-grafico/que-informacion-debe-contener-un-manual-de-identidad-corporativa>.



# Anexos

## Anexo 1. Tablas de ventajas y desventajas

En esta parte se buscarán los pros y los contras del uso de cada una de las piezas gráficas que serán aplicadas dicha institución, el apoyo obtenido en esta área será por parte del marco teórico y apoyo visual.

CUADRO COMPARATIVO

PIEZA GRÁFICA	PRO	CONTRA	ELEGIBLE
Manual de normas gráficas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Propone lineamientos</li> <li>- Su uso es objetivo</li> <li>- Tiene Divisiones de trabajo</li> <li>- Fundamenta cada fase de trabajo</li> <li>- Por medio de la imagen muestra su objetivo</li> <li>- Guía a quien desee reproducir la imagen de la institución</li> <li>- Detalla el uso de la imagen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cada cierto tiempo se debe hacer un refresh de la imagen</li> <li>- No se use</li> </ul>	- SI
Imagen corporativa y manual de normas gráficas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mantener una coherencia visual con la imagen a destacar con el concepto de la compañía.</li> <li>- posicionarse en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pueden volverse nombres de uso común</li> <li>- mostrar información negativa</li> <li>- poco estudio del grupo objetivo</li> </ul>	- SI



	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Credibilidad ante el consumidor y tus proveedores.</li> <li>- Fidelización de tu cartera de clientes.</li> </ul>		
<b>Banners</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tienen gran visibilidad</li> <li>- impacto por parte del anunciante.</li> <li>- Permite integrarse en diversas aplicaciones</li> <li>- Puede ser impreso o digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poca eficacia en términos de respuesta directa</li> <li>- Programas de bloqueo de publicidad instalados en los navegadores.</li> <li>- Saturación</li> </ul>	- <b>SI</b>
<b>Presentaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Permite cambios de última hora</li> <li>- Puede tener la opción de ser dinámica</li> <li>- Es más económico</li> <li>- Es fácil para atraer la atención del espectador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No tienen una diagramación apropiada</li> <li>- Contienen mucho texto</li> <li>- En su mayoría de veces se necesita un proyector para presentarla</li> </ul>	- <b>SI</b>
<b>Fan Page</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se propone para obtener nuevos clientes</li> <li>- Canales de comunicación</li> <li>- Se puede medir el alcance</li> <li>- Genera un tráfico web</li> <li>- Se puede fusionar con un sitio web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiene poco alcance cuando es orgánico</li> <li>- No encontrar o definir bien al grupo objetivo</li> <li>- Des animo</li> <li>- Saturación de mercado</li> <li>-</li> </ul>	- <b>SI</b>
<b>Sitio Web</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amigabilidad, flat</li> <li>- Trafico de visita</li> <li>- Dar a conocer una institución</li> <li>- Fusionar con redes sociales</li> <li>- Creación de foros de discusión</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño no atractivo</li> <li>- El servicio sea muy costoso</li> <li>- Inversión alta</li> </ul>	- <b>SI</b>

## Anexo 2. Tablas de potencialidad

Cada Insight fue sometido a una tabla la cual regirá cual si y cual no puede ser utilizado y tendrá un mejor desempeño a realizar una propuesta.

- Soy dueño de mi futuro

Indicador de un Insight poderoso			Indicador de un Insight poderoso		
	SI	NO		SI	NO
Genera un sentimiento	X		Genera un sentimiento		X
Es fácil de entender	X		Es fácil de entender	X	
Se relaciona con una característica del G.O.	X		Se relaciona con una característica del G.O.	X	
El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizadas		X	El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizadas	X	
De 1 a 10 que tanto se relaciona el insight al proyecto	8		De 1 a 10 que tanto se relaciona el insight al proyecto	7	

- El estudio me cambia todo

- Mi espacio, mi futuro

Indicador de un Insight poderoso			Indicador de un Insight poderoso		
	SI	NO		SI	NO
Genera un sentimiento		X	Genera un sentimiento		X
Es fácil de entender	X		Es fácil de entender		X
Se relaciona con una característica del G.O.		X	Se relaciona con una característica del G.O.	X	
El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizadas		X	El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizadas	X	
De 1 a 10 que tanto se relaciona el insight al proyecto	3		De 1 a 10 que tanto se relaciona el insight al proyecto	2	

- No soy parte del pasado

- Lo que me hacía falta

Indicador de un Insight poderoso			Indicador de un Insight poderoso		
	SI	NO		SI	NO
Genera un sentimiento	X		Genera un sentimiento	X	
Es fácil de entender		X	Es fácil de entender	X	
Se relaciona con una característica del G.O.	X		Se relaciona con una característica del G.O.	X	
El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizadas	X		El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizadas	X	
De 1 a 10 que tanto se relaciona el insight al proyecto	4		De 1 a 10 que tanto se relaciona el insight al proyecto	8	

- ¡Marco la diferencia!

- Dejo el yeso atrás

Indicador de un Insight poderoso			Indicador de un Insight poderoso		
	SI	NO		SI	NO
Genera un sentimiento	X		Genera un sentimiento	X	
Es fácil de entender	X		Es fácil de entender	X	
Se relaciona con una característica del G.O.		X	Se relaciona con una característica del G.O.	X	
El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizadas		X	El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizadas	X	
De 1 a 10 que tanto se relaciona el insight al proyecto	3		De 1 a 10 que tanto se relaciona el insight al proyecto	9	

- Soy el futuro, soy el cambio, soy punto y aparte.

## Anexo 3. Tablas de propuesta gráfica

Cada imago tipo fue sometido según su tipo de visualización o tipografía para que otorgar espacio al que mejor resolvería el problema de identidad visual encontrado.

PROPUESTA	PERTINENCIA	MEMORABILIDAD	FIJACIÓN	LEGIBILIDAD	COMPOSICIÓN	ABSTRACCIÓN	ESTILIZACIÓN	IDENTIDAD VISUAL	TIPOGRAFÍA	USO DE COLOR	RESULTADO
1.1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
1.2	3	4	3	3	5	5	3	3	5	2	36
2.1	4	4	3	5	3	5	5	3	5	4	41
2.2	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	39

## Validación expertos en diseño gráfico

Validación realizada por expertos en diseño gráfico el 10 de septiembre de 2016

**Validación de propuesta gráfica**  
**Diseñadores Gráficos**  
**La Antigua ONG**

**Instrucciones:** A continuación se le invita a manifestar su opinión acerca de una serie de aspectos del funcionamiento de la imagen institucional para el Programa EPSOM (ver hoja de referencias). Para ello se presenta un total de 5 propuestas, las cuales deben ser calificadas utilizando una escala de 1 a 5, sabiendo que 5 es el máximo valor.

1                      2                      3                      4                      5  
Mala                      Deficiente                      Regular                      Buena                      Excelente

**La Antigua ONG**  
Es una institución que se ha preocupado por el desarrollo social dentro de este ha entendido que el primero de estos es la educación para esto ha implementado 8 cursos diplomados los cuales apoya como prioridad a personas comprendidas entre 18 a 30 años a mejorar sus condiciones de vida optando con una manera alternativa de estudio como lo es la educación en línea por medio del campus virtual de la UNAC, sabiendo que este es un ingreso que es utilizado para crear parques Bio-saludables aportándole a una vida saludable y poder compartir tiempo de calidad entre familia.

Esta institución se encuentra en un proceso que busca mejorar su comunicación visual con el fin de acercarse de mejor manera a su grupo objetivo en este caso personas comprendidas entre los 18 a 30 años que tienen el deseo de superarse, pero no cuentan con el tiempo necesario para acudir a una casa de estudios o recibir la enseñanza necesaria.

1. ¿La evidencia la aplicación del concepto creativo al logotipo y diseño de las piezas?

1                      2                      3                      4                      5

2. ¿Considera adecuado el manejo de diseño del logotipo en función de grupo objetivo?

1                      2                      3                      4                      5

3. ¿El logotipo tiene impacto visual?

1                      2                      3                      4                      5

4. ¿Se adecua la tipografía al concepto creativo?

1                      2                      3                      4                      5

5. ¿Los rasgos tipográficos son legibles en función del grupo objetivo?

1                      2                      3                      4                      5

6. ¿La iconografía utilizada es pertinente según el concepto creativo?

1                      2                      3                      4                      5

7. ¿El logotipo es de fácil de identificación?

1                      2                      3                      4                      5

8. ¿La paleta de colores escogida para el logotipo es atinada al concepto creativo?

1                      2                      3                      4                      5

9. ¿El logotipo y manejo es adecuado para identificar a una institución como La Antigua ONG?

1                      2                      3                      4                      5

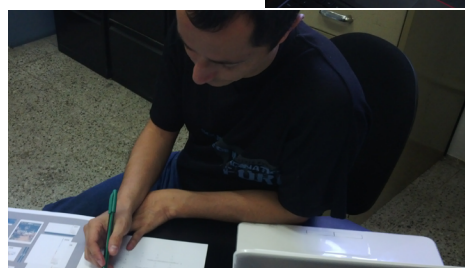
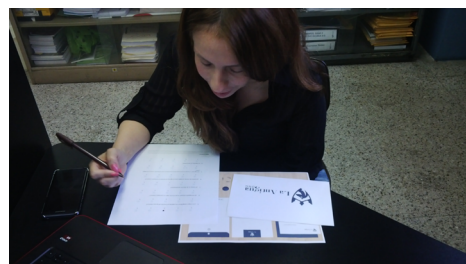
10. ¿El logotipo es memorable?

1                      2                      3                      4                      5

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

Validación de propuesta gráfica Diseñadores Gráficos La Antigua ONG					
Pregunta	Valor				
	1	2	3		
1. ¿Se evidencia la aplicación del concepto creativo al logotipo y diseño de las piezas?	1	5	4		
2. ¿Considera adecuado el manejo de diseño del logotipo en función de grupo objetivo?	3	4	4	1. tipografía agradable pero carece de claridad en la lectura	
3. ¿El logotipo tiene impacto visual?	5	4	3	2. rasgos como el G.O. no fueron evaluados	
4. ¿Se adecua la tipografía al concepto creativo?	1	4	3	3. Logotipo más moderno adecuarlo con la tipografía, estilización de caballo,	
5. ¿Los rasgos tipográficos son legibles en función del grupo objetivo?	0	3	4	4. eliminar ojo del caballo pues este evita que pueda reducirse el tamaño del isotipo	
6. ¿La iconografía utilizada es pertinente según al concepto creativo?	0	5	4	5. evaluar iconografía conforme a normas Heráldica	
7. ¿el isotipo es de fácil de identificación?	5	4	4		
8. ¿la paleta de colores escogida para el logotipo es alusivo al concepto creativo?	1	4	5		
9. ¿El logotipo y manejo es adecuado para identificar a una institución como La Antigua ONG	5	5	4		
10. ¿El logotipo es memorable?	5	3	4		
	<b>suma</b>	<b>26</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>Total</b> <b>109 / 150</b>

Evidencia 10 de septiembre de 2016: Licda. María Gutiérrez, Licda. Anabell Yaeggy y Lic. Andy García



# Anexo 4. Validación expertos en tema investigado

Validación realizada por expertos en diseño gráfico el 7 de septiembre de 2016

**Validación de propuesta gráfica  
Para Expertos en el Tema  
La Antigua ONG**

**Instrucciones**

A continuación, se le invita a manifestar su opinión acerca de una serie de aspectos del funcionamiento de la imagen institucional para La Antigua ONG (ver logo de referencia). Para ello se presenta un total de 6 preguntas, las cuales deben ser calificadas utilizando una escala de 1 a 5, sabiendo que 5 es el máximo valor.

**La Antigua ONG**

Esta institución se encuentra en un proceso que busca mejorar su comunicación visual con el fin de acercarse de mejor manera a su grupo objetivo en este caso personas comprendidas entre los 18 a 30 años que tiene el deseo de superarse, pero no cuentan con el tiempo necesario para asistir a una casa de estudios o recibir la enseñanza necesaria.

1. ¿La forma y el color identifican la filosofía de La Antigua ONG?

1      2      3      4      5

2. ¿El logotipo es fácil de recordar?

1      2      3      4      5

3. ¿El logotipo es fácil de identificar?

1      2      3      4      5

4. ¿Las fotografías utilizadas reflejadas en los distintos materiales son adecuadas según la idea principal de la institución?

1      2      3      4      5

5. ¿Considera que la propuesta gráfica es funcional en cuanto a la cantidad y tipo de piezas?

1      2      3      4      5

6. ¿Asocia la propuesta creativa como una personalidad colaboradora?

1      2      3      4      5

**Observaciones:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Validación de propuesta gráfica Expertos en el tema La Antigua ONG				
Pregunta	Valor			
	1	2		
1. ¿La forma y el color identifican la filosofía de La Antigua ONG?	4	5	1 Verificada similitud entre Ferrari y Fiatelli	
2. ¿El logotipo es fácil de recordar?	5	5		
3. ¿El logotipo es fácil de identificar?	4	5		
4. ¿Las fotografías utilizadas reflejadas en los distintos materiales son adecuadas según la idea principal de la institución?	4	5		
5. ¿Considera que la propuesta gráfica es funcional en cuanto a la cantidad y tipo de piezas?	5	5		
6. ¿Asocia la propuesta creativa como una personalidad colaboradora?	4	5		
<b>suma</b>	<b>26</b>	<b>30</b>	<b>Total</b>	<b>56 / 60</b>

Evidencia 7 de septiembre de 2016 Lic.Luis Lima, Dr. Eduardo Prado



# Anexo 5. Validación grupo objetivo

Validación realizada expertos en diseño gráfico el 25 de septiembre de 2016

### Validación de propuesta gráfica La Antigua ONG

**Instrucciones:** A continuación se le invita a manifestar su opinión acerca de una serie de aspectos del funcionamiento de la imagen institucional para el Programa EPSUM (ver hoja de referencia). Para ello se presenta un total de 5 preguntas, las cuales deben ser calificadas utilizando una escala de 1 a 5, rotulando que 5 es el máximo valor.

1	2	3	4	5
Malo	Deficiente	Regular	Buena	Excelente

**La Antigua ONG**  
Es una institución que se ha preocupado por el desarrollo social dentro de esto ha encontrado que el primero de estos es la educación para esto ha implementado 1. cursos diplomados los cuales ofrece como prioridad a personas comprendidas entre 18 a 30 años a mejorar sus condiciones de vida optando con una manera alternativa de estudio como lo es la educación en línea por medio del campus virtual de la USAC, 2. otorgando con esto un ingreso que es utilizado para crear parques bio-estables atendiendo a una vida saludable y poder compartir tiempo de calidad entre familia.

Esta institución se encuentra en un proceso que busca mejorar su comunicación visual con el fin de acercarse de mejor manera a su grupo objetivo en este caso personas comprendidas entre los 18 a 30 años que toman el deseo de superarse, pero no cuentan con el tiempo necesario para acercarse a una casa de estudios o recibir la enseñanza necesaria.

1. ¿El tipo de letra utilizado es fácil de leer en el logotipo?

1     2     3     4     5

2. ¿El logotipo es fácil de recordar?

1     2     3     4     5

3. ¿Si pudiera nombrar con una personalidad al logotipo como lo definiría? (puede usar dos)

a. Es agresivo  
 b. Es amigable  
 c. Elegante  
 d. gracioso

4. ¿Qué le transmiten los colores del logotipo? (puede usar más de uno)

a. Profesionalismo  
 b. Inseguridad  
 c. Fiabilidad  
 d. Seguridad  
 e. Confianza  
 f. Estabilidad

5. ¿Qué busca de parte de una institución al recibir un curso en línea? (puede usar dos)

a. Profesionalismo  
 b. Inseguridad  
 c. Fiabilidad  
 d. Seguridad  
 e. Confianza  
 f. Estabilidad

**Observaciones:**

---

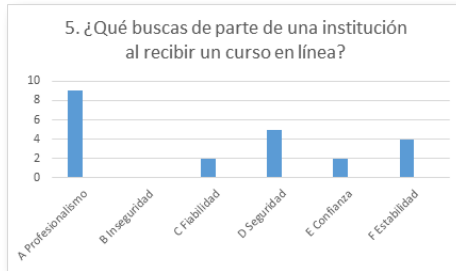
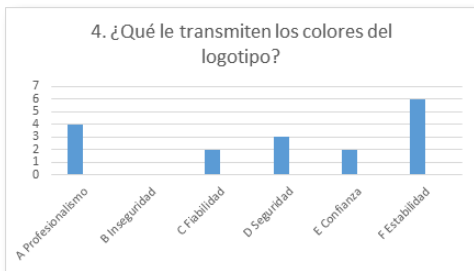
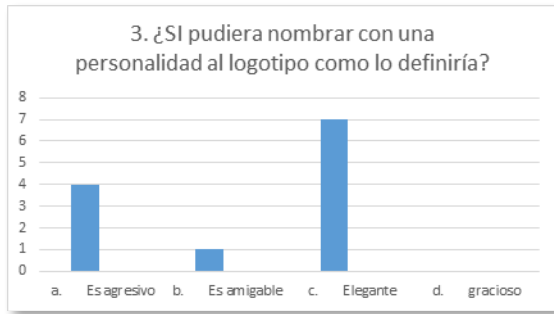


---



---

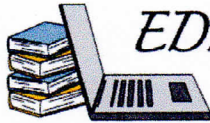
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SUMA	
1. ¿Tipo de letra utilizado es fácil de leer en el logotipo?	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45	Total 86 / 100
2. ¿Logotipo es fácil de recordar?	5	4	5	3	5	4	4	4	4	3	41	
3. ¿Si pudiera nombrar con una personalidad al logotipo como lo definiría? (puede usar dos)												
a. Es agresivo				1		1			1	1	4	
b. Es amigable	1										1	
c. Elegante	1	1	1		1		1	1		1	7	
d. gracioso											0	
4. ¿Qué le transmiten los colores del logotipo? (puede usar más de uno)												
A Profesionalismo	1			1	1			1			4	
B Inseguridad											0	
C Fiabilidad		1			1						2	
D Seguridad	1				1					1	3	
E Confianza			1		1						2	
F Estabilidad	1	1			1	1	1		1	1	6	
5. ¿Qué busca de parte de una institución al recibir un curso en línea? (puede usar dos)												
A Profesionalismo	1	1		1	1	1	1	1	1	1	9	
B Inseguridad											0	
C Fiabilidad	1				1						2	
D Seguridad	1	1			1				1	1	5	
E Confianza			1		1						2	
F Estabilidad	1	1	1			1					4	
1. Tarabaja forma del ojo del caballo pues lo tenebroso												
2. el ojo del caballo toma agresivo al caballo												



Evidencia 25 de septiembre de 2016 Estudiantes 3er semestre TICs Facultad de Humanidades, USAC.







EDICIONES TM

Norma Leticia Toledo Morales  
Licenciada en Letras  
Colegiada No. 22970

Guatemala, 14 de septiembre 2020

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 del estudiante: **César Mauricio López Bolaños, carné 200719061**, de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Creación y rediseño de identidad visual  
de la Asociación para el Desarrollo Integral La Antigua ONG*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciado 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](mailto:nortolmo2@gmail.com)

WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408

*Norma Leticia Toledo Morales  
Licenciada en Letras  
Colegiada 22970*

Revisión de estilo

Redacción

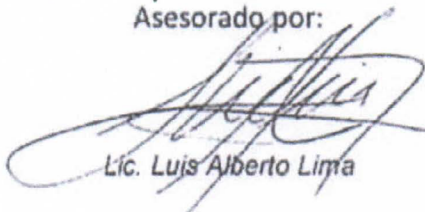
Ortografía

**"Creación y rediseño de identidad visual de la Asociación para el Desarrollo Integral  
La Antigua ONG"**

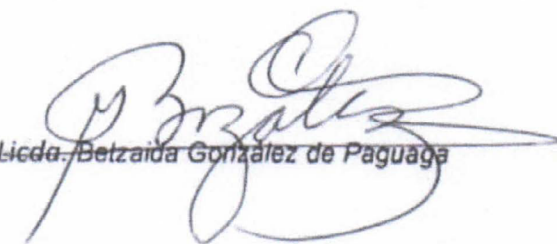
Proyecto de Graduación desarrollado por:

  
César Mauricio López Bolaños

Asesorado por:

  
Lic. Luis Alberto Lima

  
Licda. Claudia Anabella Leal

  
Licda. Betzaida González de Paguaga

Imprimase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Decano





