



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

**Rediseño de identidad
visual para comunicar
y generar notoriedad
en torno al Programa
Educativo de Niños,
Niñas y Adolescentes
Trabajadores (PENNAT)
en el departamento
de Guatemala**

Proyecto desarrollado por:
Yosselin Sucely López Ruano
Para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Rediseño de identidad visual para comunicar y generar notoriedad en torno al Programa Educativo de Niños, Niñas y Adolescentes Trabajadores (PENNAT) en el departamento de Guatemala

Proyecto desarrollado por
Yosselin Sucely López Ruano
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico
Guatemala, marzo de 2021

Me reservo los derechos de autor haciendome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del tema, en el análisis y conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos De Guatemala.

Nómina de Autoridades

Junta Directiva

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Tribunal Examinador

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Licda. Erika Grajeda
Asesora Metodológica

Licda. Larissa Mendóza
Asesora Gráfica

Licda. Migdalia Azucena Reyes López
Tercer Asesor

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico



Agradecimientos y dedicatoria

A Dios

Al que le dedico primeramente este trabajo ya que por él y para él soy; por caminar a mi lado tanto en dificultades como en triunfos, por ser parte esencial en mi vida, por su amor y su misericordia.

A mis padres

Edwin Francisco López Corado y Blanca Estela Ruano Ardón por su amor y por el ejemplo en sus vidas de perseverancia y tenacidad, pues ha sido mi guía de vida ante mis metas y objetivos.

Gracias por estar para mi ante cualquier obstáculo y cualquier dificultad ya que sin ustedes no estaría donde estoy.

A mis hermanos

Edwin Mauricio López Ruano y Mario Esteban López Ruano, por su amor y apoyo incondicional.

A mis maestros

Por instruirme en el área profesional, por sus consejos y su ejemplo.

Practicando
el aprendizaje
en círculos,
promovemos un
mejor modelo
pedagógico,
con enfoque de
derechos

Pennat

Índice

	Páginas
Capítulo 1. Introducción.....	15
1.1 Antecedentes.....	18
1.2 Definición y delimitación del problema de comunicación visual.....	20
1.3 Justificación del proyecto.....	21
1.3.1 Trascendencia.....	21
1.3.2 Incidencia.....	22
1.3.3 Factibilidad.....	22
1.4 Redacción de objetivos.....	23
1.4.1 Objetivo General.....	23
1.4.2 Objetivo Específico de comunicación visual.....	23
1.4.3 Factibilidad.....	23
Capítulo 2. Perfiles.....	24
2.1 Perfil y servicio que brinda la institución.....	26
2.1.1 Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución.....	26
2.1.2 Historial de la institución.....	27
2.1.3 Filosofía.....	27
2.1.3.1 Misión.....	28
2.1.3.2 Visión.....	28
2.1.3.3 Valores.....	28
2.1.3.4 Principios.....	28
2.1.3.5 Objetivos.....	28
2.1.3.6 Lema.....	28
2.1.3.7 Características del modelo educativo de PENNAT.....	29
2.1.4 Servicios que presta.....	29
2.1.5 Identidad de comunicación visual.....	31
2.1.5.1 Material impreso y digital.....	31



2.2	Caracterización del grupo objetivo.....	32
2.2.1	Características geográficas.....	32
2.2.2	Características sociodemográficas.....	32
2.2.3	Características socioeconómicas.....	33
2.2.4	Características psicográfica.....	33
2.3	Relación entre el grupo objetivo y la asociación.....	34
Capítulo 3. Planeación Operativa.....		36
3.1	Flujograma del proceso.....	38
3.2	Cronograma del trabajo.....	40
3.3	Previsión de recursos y costos.....	42
Capítulo 4. Marco Teórico.....		44
4.1	Dimensión social.....	46
4.1.1	Un trabajo no tan aceptado por la sociedad pero necesario para una vida digna.....	46
4.2	Dimensión social y estética.....	48
4.2.1	¿Cómo impacta el diseño gráfico en una marca?.....	48
Capítulo 5. Definición creativa.....		52
5.1	Elaboración de briefing de diseño.....	54
5.1.1	Aspectos generales.....	54
5.1.2	Acerca de la institución.....	54
5.1.2.1	Historia.....	54
5.1.2.2	Productos de diseño gráfico hasta el momento, sus logros, alcances y errores.....	55
5.1.2.3	Servicios que presta.....	55
5.1.2.4	Problemas que presenta en cuanto a diseño gráfico.....	55
5.1.2.5	Medios de comunicación que utilizan.....	55

5.1.3	Acerca de la competencia.....	56
5.1.3.1	Aldeas Infantiles SOS.....	56
5.1.3.2	Lecciones brillantes.....	56
5.1.3.3	Centro de capacitación porvenir..	56
5.1.4	Acerca del grupo objetivo.....	57
5.1.5	Acerca del proyecto.....	58
5.1.5.1	Recursos.....	58
5.1.5.2	Objetivos.....	58
5.1.5.3	Metas.....	59
5.1.5.4	Plazo y desarrollo para la entrega del proyecto.....	59
5.1.5.5	Medio para su realización e implementación, ventajas a favor y en contra de este medio..	59
5.2	Recopilación de referentes visuales.....	60
5.2.1	Referentes nacionales.....	60
5.2.2	Referentes Internacionales.....	61
5.3	Descripción estratégica de conceptos de diseño.....	62
5.3.1	Cuadro de ventajas y desventajas.....	63
5.4	Definición de concepto creativo.....	64
5.4.1	Técnicas creativas.....	64
5.4.1.1	Creatividad.....	64
5.4.1.2	Insight.....	65
5.4.1.3	Concepto creativo.....	66
5.4.2	Proceso creativo caso 01.....	67
5.4.2.1	Relaciones forzadas.....	67
5.4.3	Proceso creativo 02.....	69
5.4.3.1	Análisis morfológico.....	69
5.4.4	Proceso creativo 03.....	71
5.4.4.1	Mapa conceptual.....	71
5.5	Previsualización: Premisas del diseño.	73
5.5.1	Código tipográfico.....	74
5.5.1.1	Titulares.....	74



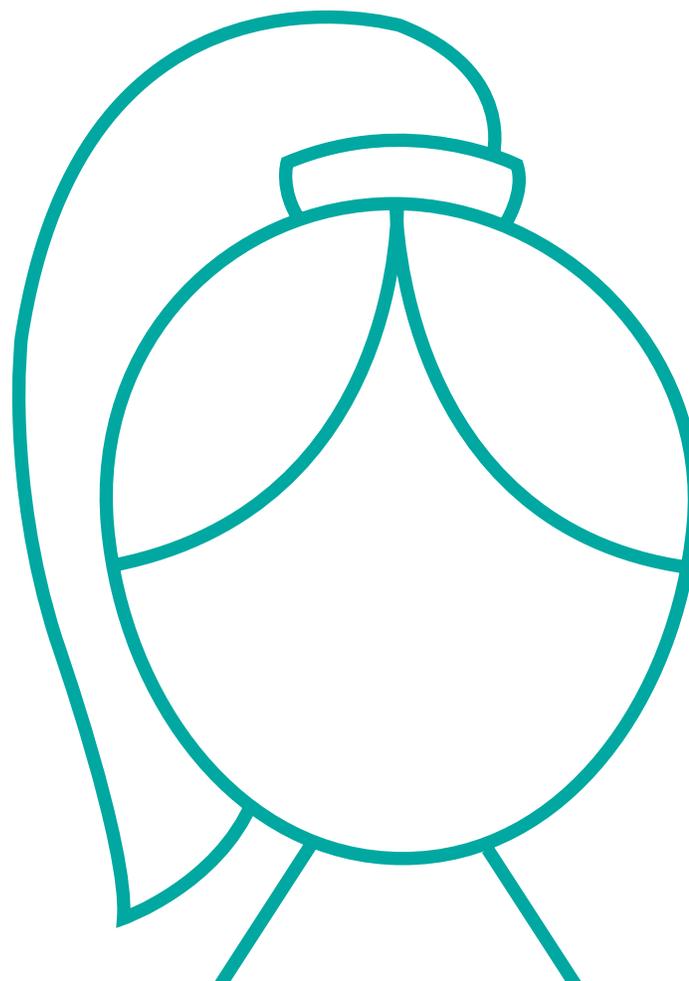
5.5.1.2	Subtitulares y cuerpo.....	74
5.5.2	Código cromático.....	75
5.5.3	Código icónico visual.....	76
5.5.4	Código formato.....	77

Capítulo 6. Producción gráfica y validación de alternativas..... 78

6.1	Nivel 01 de visualización.....	80
6.1.1	Proceso de bocetaje.....	81
6.1.1.1	Propuesta 01.....	81
6.1.1.1.1	Logotipo.....	81
6.1.1.1.2	Portada.....	82
6.1.1.1.3	Contraportada.....	82
6.1.1.1.4	Índice.....	82
6.1.1.1.5	Portadillas.....	83
6.1.1.1.6	Páginas internas.....	83
6.1.1.1.7	Papelería institucional	84
6.1.1.2	Propuesta 02.....	87
6.1.1.2.1	Logotipo.....	87
6.1.1.2.2	Portada.....	88
6.1.1.2.3	Contraportada.....	89
6.1.1.2.4	Índice.....	89
6.1.1.2.5	Portadillas.....	90
6.1.1.2.6	Páginas internas.....	91
6.1.1.2.7	Papelería institucional	93
6.1.2	Autoevaluación.....	95
6.2	Nivel 02 de visualización.....	96
6.2.1	Propuestas digitalizadas.....	96
6.2.1.1	Logotipo.....	96
6.2.1.2	Portada.....	97
6.2.1.3	Contraportada.....	98
6.2.1.4	Índice.....	98
6.2.1.5	Portadillas.....	99
6.2.1.6	Páginas internas.....	100
6.2.1.7	Papelería Institucional.....	102

6.2.2	Validación con profesionales en diseño gráfico.....	104
6.2.2.1	Fotografía.....	104
6.2.2.2	Resultados.....	105
6.2.2.3	Comentarios.....	110
6.2.3	Validación con expertos en el tema.....	112
6.2.3.1	Fotografía.....	112
6.2.3.2	Resultados.....	113
6.3	Nivel 03 de visualización.....	114
6.3.1	Propuestas digitalizadas.....	114
6.3.1.1	Logotipo.....	114
6.3.1.2	Portada.....	115
6.3.1.3	Contraportada.....	115
6.3.1.4	Índice.....	116
6.3.1.5	Portadilla.....	116
6.3.1.6	Páginas Internas.....	117
6.3.1.7	Papelería institucional.....	119
6.3.2	Validación con grupo objetivo.....	122
6.3.2.1	Fotografía.....	122
6.3.2.2	Resultados.....	123
6.4	Fundamentación de la propuesta de diseño y presentación final.....	124
6.4.1	Concepto creativo.....	124
6.4.2	Códigos visuales.....	125
6.4.3	Colores.....	125
6.4.4	Diagramación y retícula.....	126
6.4.5	Tipografía.....	127
6.4.6	Formato y sustrato.....	127
6.4.7	Anomalía.....	127
6.4.8	Propuesta final.....	128
6.5	Lineamientos para puesta en práctica	184
6.5.1	Lineamientos de uso.....	184
6.5.2	Lineamientos técnicos.....	185
6.5.2	Lineamientos para puesta en práctica.....	186
6.6	Presupuesto.....	189
6.7	Cotización.....	191

Capítulo 7. Síntesis del proceso.....	194
7.1 Lecciones aprendidas.....	195
7.1.1 Al iniciar el proceso.....	195
7.1.2 Durante la etapa de visualización, evaluación y validación.....	196
7.1.3 Al finalizar el proceso.....	196
7.2 Conclusiones.....	197
7.3 Recomendaciones.....	198
7.3.1 A institución.....	198
7.3.2 A futuros estudiantes de Proyecto de Graduación.....	199
7.3.3 A la escuela de Diseño Gráfico.....	199
Referencias consultadas.....	200
10.1 Páginas web.....	201
10.2 Tesis.....	202
10.3 Libros.....	202
Glosario.....	204
Anexos.....	206



Presentación

Pennat, es un programa educativo sin fines de lucro avalado por MINEDUC, que brinda educación a niños, niñas y adolescentes de escasos recursos que a su corta edad, trabajan para poder sobrevivir.

El problema principal de Pennat es que como muchas asociaciones, la sociedad guatemalteca no sabe de ellas y para poder darle solución a este problema, se elaboró un manual de identidad visual que genere notoriedad y credibilidad en torno a la asociación.

El presente informe da a conocer todas las fasetas de elaboración del Manual de Identidad Corporativa, desde la fase de investigación hasta validaciones.

El resultado crea mayor impacto visual hacia la sociedad Guatemalteca acerca de Pennat y con ello se obtienen mayores herramientas tanto en recursos físicos como económicos para así poder brindarle educación gratuita a más niños y de mejor calidad.



Capítulo 1

Introducción



Pese a la situación actual en Guatemala con el tema de los altos índices de pobreza en la que se encuentra, existen instituciones que brindan educación gratuita a familias de escasos recursos como lo es Pennat.

Es importante darle a conocer a los niños y adolescentes cuáles son sus derechos, entre ellos, la educación. Resultado de algunas instituciones que comparten los mismos objetivos de Pennat, son niños con más altos estándares de sueños y metas. Que no se conforman con lo que su entorno les muestra, pues llegan a conocer hasta dónde pueden llegar.

Pennat es un Programa educativo para niños, niñas y adolescentes trabajadores de escasos recursos.

Las sedes se encuentran situadas en diferentes mercados de la ciudad capital facilitando a los padres la accesibilidad tanto en horarios como en distancias.



1.1

Antecedentes

Guatemala actualmente cuenta con un índice alto de pobreza, por lo cual el ver a un niño trabajando a temprana edad es parte de lo normal en el país, cuando no debería ser así.

El derecho a la educación figura en lugar prominente en el ideario de la comunidad internacional. Ha sido consagrado en numerosos tratados de derechos humanos y los gobiernos han reconocido que es fundamental en la procura del desarrollo y la transformación social. Este reconocimiento se plasma en los objetivos, las estrategias y las metas que se han fijado en los últimos 20 años. Los objetivos de la Educación para todos fueron establecidos en Jomtien (Tailandia) en 1990 y reafirmados en el Foro Mundial sobre la Educación 2000 celebrado en Dakar (Senegal).

En los Objetivos de Desarrollo del Milenio, los gobiernos del mundo se comprometieron el año 2000 a alcanzar el acceso universal a una enseñanza primaria gratuita, de calidad y obligatoria el año 2015. En "Un mundo apropiado para los niños", el documento resultante del período extraordinario de sesiones de la Asamblea General de las Naciones Unidas sobre la infancia de 2002, los gobiernos reafirmaron esos compromisos y acordaron un conjunto de estrategias y medidas para alcanzarlos (UNICEF, 2008).

En muchas regiones se han establecido objetivos más ambiciosos. Los países de América Latina y el Caribe, por ejemplo, están haciendo cada vez más que sea obligatoria la asistencia a la escuela de los niños de edad preprimaria. Estas distintas estrategias han surtido efecto: en 1948, cuando se reconoció que la educación es un derecho humano, sólo una minoría de los niños del mundo tenía acceso a la enseñanza escolar; hoy día, la mayoría de ellos van a la escuela y ha aumentado la participación en la enseñanza escolar más allá de las etapas elementales.

Una de las causas de la baja cobertura en educación es el incremento poblacional que se ha ido dando con el paso del tiempo ya que demanda mayor cobertura.

La gratuidad en todo el sector público y la entrega de un aporte económico a los padres de familia a cambio de enviar a sus hijos a la escuela permitió que se elevará la cantidad de estudiantes en el nivel primario, indicó Mario Rodríguez, coordinador del área educativa del Instituto de Problemas Nacionales de la Universidad de San Carlos (Ipnusac) en Enero, 2018.

La pobreza en Guatemala afecta desproporcionadamente a los indígenas mayas del país. Ellos constituyen la mitad de la población, pero representan menos de una cuarta parte del total de ingresos y el consumo. Un típico trabajador maya gana menos de US\$4 al día. Las tasas de pobreza en zonas rurales de Guatemala a menudo superan el 70%.

Los mayas también sufren de bajos niveles de alfabetización y falta de una educación formal. Las tasas de analfabetismo entre los adultos mayas llegan a un 40%. El nivel educativo es muy bajo, sólo cuatro años en promedio.

Las mujeres indígenas típicamente completan menos de dos años de estudios. Los expertos estiman que por cada 100 niños en Guatemala, menos de 40 continuarán hasta primer curso y sólo 18 completará diversificado.

Para los afortunados que se quedan en la escuela, la calidad educativa es pésima.

Los maestros carecen de la preparación adecuada, además de los recursos que necesitan para estimular el aprendizaje, como libros de texto y tecnología.

Muchos jóvenes en las comunidades rurales no desarrollan habilidades de estudio apropiadas. Poco entusiasmo, falta de motivación y pobre rendimiento académico llevan a tasas altas de deserción escolar. De esta manera el ciclo de la pobreza continúa.

PENNAT es una organización que lucha por los derechos de la niñez y de sus familias, que vela por el bienestar de los niños, niñas y adolescentes y por responsabilizar al Estado de garantizar protección. Promueve una educación alternativa a niños, niñas y adolescentes que por sus condiciones económicas tienen que trabajar para poder sobrevivir. El programa responde a las expectativas, necesidades, intereses y derechos de la niñez trabajadora de los mercados, calles, avenidas y parques del área metropolitana y de algunos municipios del departamento de Guatemala.

1.2

Definición y delimitación del Problema de Comunicación Visual

Problemática

Inadecuada implementación de aspectos importantes que definen la identidad corporativa del Programa Educativo para Niños, Niñas y Adolescentes Trabajadores (PENNAT) que refuerzan la confianza, la expectativa y credibilidad de la población guatemalteca hacia la asociación; todo ello reduce las probabilidades de ingreso de recursos económicos o donaciones que pudiesen mejorar el estado actual de las instalaciones, realizar la compra de materiales educativos o darle clases a más niños de los que

reciben actualmente. Todas las impresiones que se necesitan como libros, folletos o cualquier tipo de material impreso, se realiza en las oficinas, tiempo con el que no cuentan en su totalidad. La institución quiere dar a conocer la realidad en la que se encuentran sus estudiantes y exponer la gran necesidad que se tiene en cuanto a recursos que faciliten su educación. Los estudiantes en ocasiones no pueden llevar sus propios cuadernos y hay que brindarles estos materiales o los libros que se imprimen

propiamente en las oficinas por falta de recursos. Es necesario darle una solución gráfica que dé a conocer la situación actual de esta institución para poder recibir los ingresos suficientes que cubran con las necesidades de los estudiantes, por ello se propone implementar una identidad corporativa que refuerce la seriedad de los servicios que se prestan y los resultados que se obtienen a través de estos ya que lo que se tiene actualmente denota que es una empresa poco profesional y seria.

1.3

Justificación del proyecto

1.3.1

Trascendencia

Este proyecto busca dar a conocer el Programa de Educación para niños, niñas y adolescentes de Guatemala (PENNAT) y al mismo tiempo generar la toma de conciencia en la sociedad guatemalteca acerca de cómo la pobreza afecta la educación.

Se pretende crear un impacto a través de piezas gráficas que refuercen la identidad de la fundación; de a conocer los servicios que ofrecen y los resultados que se obtienen.

El poder crear una identidad gráfica adecuada a la fundación

dará credibilidad hacia la población guatemalteca sobre las acciones que se toman y la transparencia de los proyectos a realizar.

Los resultados del proyecto pretenden ayudar al menos a 210 alumnos con los que cuenta Pennat. A largo plazo se estima que la población conozca fundaciones que al igual que Pennat brinda educación gratuita a niños, niñas y adolescentes de escasos recursos y puedan aportar ya sea de forma económica o con recursos varios.

Actualmente Pennat no cuenta con personas que se dediquen a mejorar la identidad de la fundación o a promover la información de los servicios que brindan y si la situación continua de la misma forma, no incrementarán los ingresos pues no se darán a conocer lo cual limitará el poder ayudar a más niños que necesitan de la fundación.

1.3.2

Incidencia

La solución encontrada es la elaboración de identidad corporativa, esto involucra, rediseño de logotipo ya que el que se tiene actualmente no es totalmente funcional y no impacta de la manera adecuada; la realización de materiales gráficos como tarjetas de presentación, hojas membretadas, carpetas, gafetes, entre otros. Lo importante del material gráfico es poder hacer llegar la información necesaria a los guatemaltecos que desconocen sobre la situación actual de Guatemala de forma clara y concisa, por ello tiene que ser legible y fácil de comprender.

1.3.3

Factibilidad

Este proyecto es apoyado por parte de la fundación y sus integrantes.

La Directora y Contadora General de la fundación gestionan los tiempos de visita y facilitan la obtención tanto de información como materiales que se puedan utilizar, ponen a disposición todo el tiempo que se requiera para la realización del proyecto. Se tiene el apoyo del Ministerio Nacional de Educación (MINEDUC) y los fondos utilizados son parte de las donaciones que actualmente se tienen y también se tiene apoyo por parte de demás fundaciones que se dedican a lo mismo.



1.4

Redacción de objetivos

1.4.1

Objetivo General

Fortalecer la identidad corporativa del programa educativo de niños, niñas y adolescentes trabajadores hacia padres de familia de escasos recursos y adultos entre 21-25 años de edad.

1.4.2

Objetivo Específico de comunicación visual

Facilitar un manual de identidad institucional que integre y certifique las piezas de diseño propiciando la difusión de información.

1.4.3

Objetivo Específico de diseño

Rediseño de logotipo, manual de identidad gráfica definiendo tipografías, aplicaciones cromáticas de la institución, iconografía y demás aspectos que garantizan una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

Capítulo 2

Perfiles



2.1

Perfil y servicio que brinda la institución

2.1.1

Características del sector social en el que se encuentra inmersa la institución

La institución contribuye de manera favorable al estado actual en el que se encuentra Guatemala con el tema de "Educación", pues pone al alcance de los niños y jóvenes con pocos recursos el poder graduarse a nivel primario de forma gratuita.

Pennat no exige el uso de uniforme por temas de economía y brinda materiales como libros, cuadernos, lápices, cartulinas, entre otros.

Proyectos actuales

Educación creativa y vivencial para niñez y adolescencia trabajadora de la Ciudad de Guatemala.

Jóvenes trabajadores del Mercado la Terminal construyendo paz.

Adolescentes trabajadores del Mercado la Terminal, demandan su derecho de protección.

2.1.2

Historial de la Institución

La Asociación Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador, es una entidad privada, de asistencia y servicio social, no lucrativa, apolítica y no religiosa. Surge el primero de octubre de 1995 por el entusiasmo de educadores jóvenes que motivados por promover una educación distinta, más ligada al contexto de la niñez y a la promoción de sus derechos, decidieron crear una alternativa educativa que beneficia a la niñez trabajadora y en riesgo social.

PENNAT es una asociación legalmente constituida por acuerdo gubernativo No.261/97 del Ministerio de Gobernación.

El programa educativo es avalado y homologado al nivel primario según resolución No. 02/97 de la Dirección de Educación Extraescolar del Ministerio de Educación, de fecha 28 de octubre de 1997 y ampliado mediante resoluciones de fecha 28 de octubre de 2002 y No. 007 de 5 de noviembre de 2012.

2.1.3

Filosofía

Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador (PENNAT)

Las oficinas centrales están ubicadas en la 3ra Av. 11-28 de la zona 1, 2do Nivel, Oficina 2.
Teléfono: 2253 5303

2.1.3.1

Misión

Somos un referente en la aplicación del enfoque de derechos hacia la niñez y adolescencia y juventud trabajadora en los mercados.

2.1.3.2

Visión

La niñez, adolescencia y juventud trabajadora aprende para la vida en la propia vida, en un ambiente con enfoque de derechos, en la salud, la sexualidad integral, el emprendimiento, la prevención de emergencias y la protección del ambiente.

2.1.3.3

Valores

Responsabilidad, respeto, tolerancia y optimismo

2.1.3.4

Principios

PENNAT tiene como principio la diligencia de las metas que se trazan llegar a cumplirlas de manera eficiente y la justicia social que lucha a favor de la igualdad social y de oportunidades.

2.1.3.5

Objetivos

Aprendizaje para la vida en la propia vida

Protección Integral de la niñez, adolescencia y juventud trabajadora

Emprendimiento y desarrollo sustentable

Formación y desarrollo organizacional

Sostenibilidad

2.1.3.6

Lema

"Aprendemos para la vida, en la propia vida"

2.1.3.7

Características del modelo educativo de PENNAT

La educación es pública y gratuita.

Los centros educativos están situados dentro de Mercados

Los horarios y días de clase son flexibles, de acuerdo a los tiempos de los padres.

Las y los educadores son capacitados de forma permanente tanto en herramientas pedagógicas, como en Derechos de la Niñez.

El trabajo se realiza en conjunto con la Comunidad Educativa.

La formación tiene un enfoque de Educación Popular, el cual genera un pensamiento crítico, reflexivo, participativo y propositivo.

2.1.4

Servicios que presta

Clases de matemáticas, ciencias naturales, ciencias sociales, entre otras clases básicas para el nivel de primaria.

Capacitaciones a docentes para la mejora de sus clases y entrenamiento previo a docentes de primer ingreso

Juegos recreativos con los alumnos dependiendo el tema que se esté impartiendo, todo ello con materiales reciclados.

Proyecto:

Educación creativa y vivencial para niñez y adolescencia trabajadora de la Ciudad de Guatemala.

Con apoyo de:

Save the Children Guatemala

A través del programa educativo se logra que los niños, niñas y adolescentes gocen de su derecho a una educación gratuita, y de calidad y que se desvinculan progresivamente del trabajo infantil peligroso. Con este programa también son formados en sus derechos y participación infantil.



Proyecto:

Jóvenes trabajadores del Mercado la Terminal construyendo paz

Con apoyo de:

Save the Children Guatemala

Con este proyecto se desarrollan procesos de formación técnico-vocacional con 80 jóvenes trabajadores del Mercado la Terminal en 4 áreas: Diseño gráfico, comunicación alternativa, serigrafía y economía solidaria, para que cuenten con recursos para mejorar su calidad de vida y superar el ciclo de violencia estructural (pobreza) en el que viven y desvincularse

de ámbitos que vulneren su integridad. Aunado a ello, se capacita a jóvenes líderes y promotores de una cultura de paz.

Este proyecto es de carácter regional, teniendo presencia en Guatemala, México y Honduras.



Proyecto:

Adolescentes trabajadores del Mercado la Terminal, demandan su derecho de protección

Con apoyo de:

Terre Des Hommes

Alemania

Con este proyecto se promueve la participación de 80 adolescentes trabajadores para la construcción de un Plan Local de respuesta ante emergencias con enfoque de derechos de la niñez, debido al contexto de vulnerabilidad del Mercado, en especial ante incendios.

También busca activar el rol de la comunidad del Mercado para garantizar la protección de la niñez y adolescencia, por lo tanto abarca la capacitación a funcionarios de gobierno y vendedores del mercado.

2.1.5 Identidad de comunicación visual

Cuentan únicamente con logotipo y éste fue hecho hace más de 20 años, también cuentan con hojas membretadas sólo con el logo que imprimen en oficinas centrales .

2.1.5.1 *Material impreso y digital*

Todo material sea impreso o digital lo elabora uno de los maestros que brinda clases de diseño, esto incluye artes para redes sociales, mantas vinílicas, playeras, hojas membretadas, entre otros materiales. (ver anexos)



2.2

Caracterización del grupo objetivo

Personas que sean encargadas de la realización de los materiales gráficos que la institución necesite como afiches, libros, folletos, volantes, vallas, etc.

2.2.1

Características Geográficas

Enfocado a la ciudad capital de Guatemala.

En ciudad de Guatemala la cantidad de habitantes oscila entre 2 110 100 hab.

2.2.2

Características Sociodemográficas

Personas jóvenes que trabajan, estudian o ambas. Que no cuentan con mayores responsabilidades y están en la etapa de exploración y desarrollo personal. Proactivos y relaciones interpersonales.



2.2.3

Características Socioeconómicas

Están en una categoría de media a media alta, ganando entre Q3,600 a Q5,000 mensuales

2.2.4

Características Psicográfica

En esta etapa se empieza a ser autónomo e independiente.

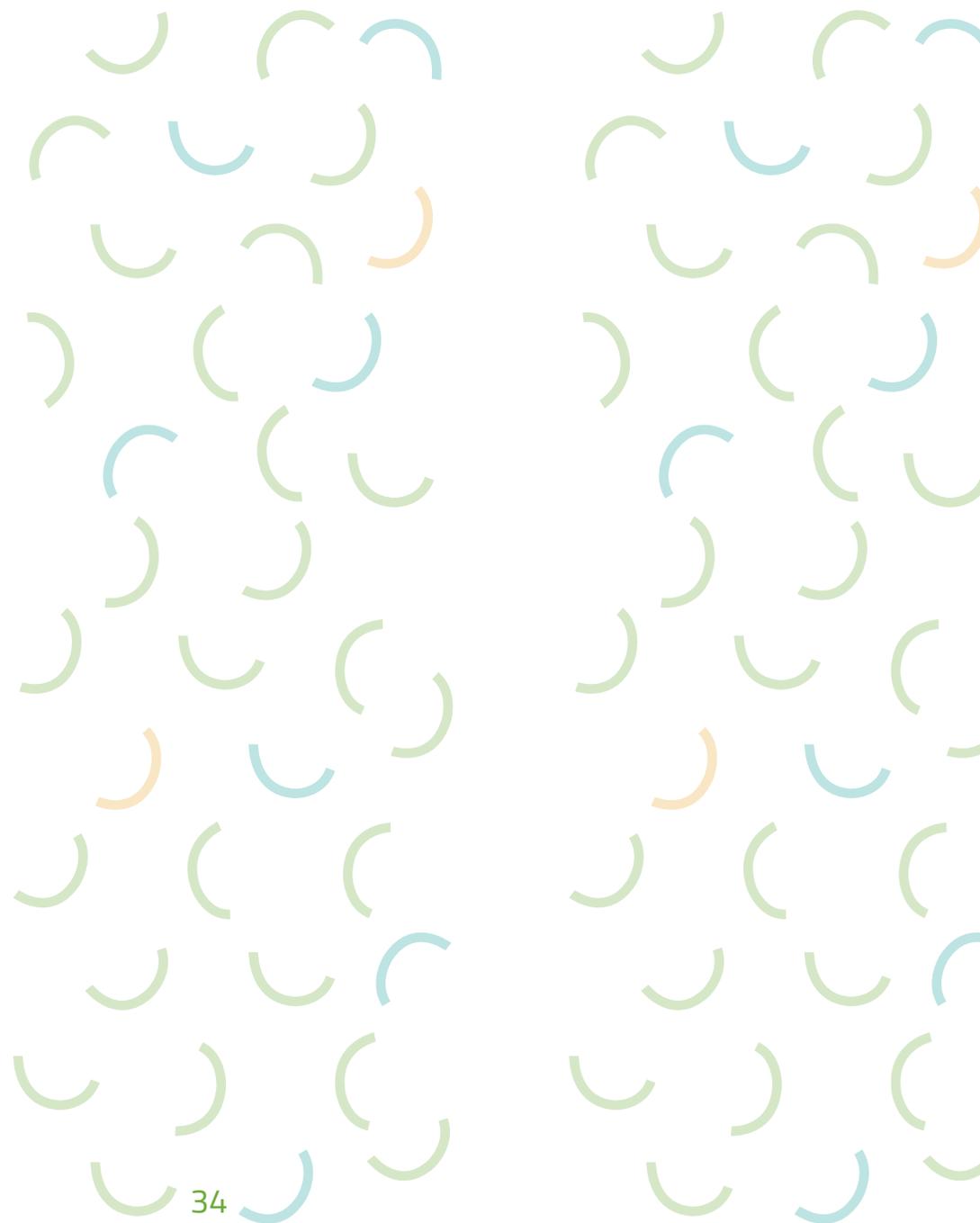
Que la persona sea minuciosa y tome en cuenta la mayor cantidad de problemas gráficos que pueda presentarsele.

Capacidad de aprender día con día de los temas con los que tiene que abordar en su ámbito laboral.

2.3

Relación entre el grupo objetivo y la asociación

Son trabajadores de la institución que dan clases de diseño gráfico o son encargados de algunas otras áreas administrativas pero al mismo tiempo realizan los materiales gráficos como mantas vinílicas, libros, folletos, etc.



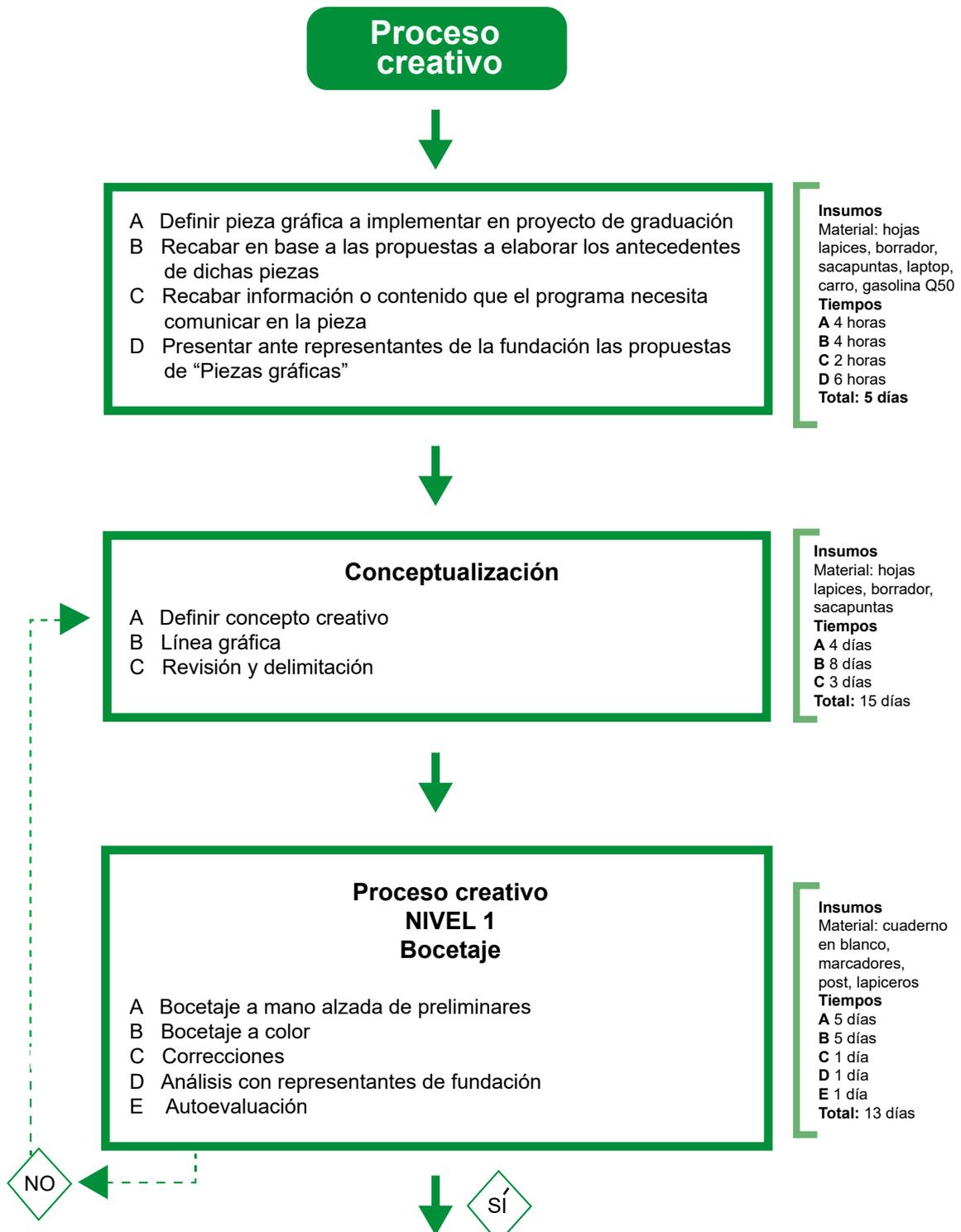
Capítulo 3

Planeación Operativa



3.1

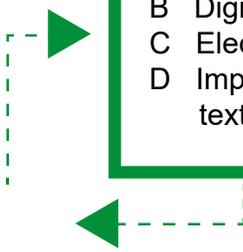
Flujograma del proceso



**Proceso creativo
NIVEL 2
Elección de opciones**

- A Selección de bocetos finales
- B Digitalización de 3 bocetos finales
- C Elección de paleta de colores e implementación
- D Implementar diseño editorial de ser necesario (jerarquía de textos, tipografías, etc)

Insumos
Material: cuaderno en blanco, marcadores, post, lapiceros
Tiempos
A 1 día
B 7 días
C 2 días
D 5 días
Total: 15 días



Selección y diseño de herramientas de validación para el cliente, profesionales de diseño, grupo objetivo

- A Elaboración de encuestas
- B Implementación
- C Corrección de asesor

Insumos
Material: Impresión y lapiceros
Tiempos
A 5 horas
B 3 días
C 1 día
Total: 5 días



**Reunión en Institución
Aprovación y validez de propuesta**

- A Exposición de conceptualización del proyecto de graduación en la que se explica el proceso completo
- B Aprobación de conceptualización
- C Presentación de dos propuestas de diseño
- D Selección de propuesta final
- E Volver a validar por medio de las herramientas
- F Posibles correcciones

validación con profesionales de diseño

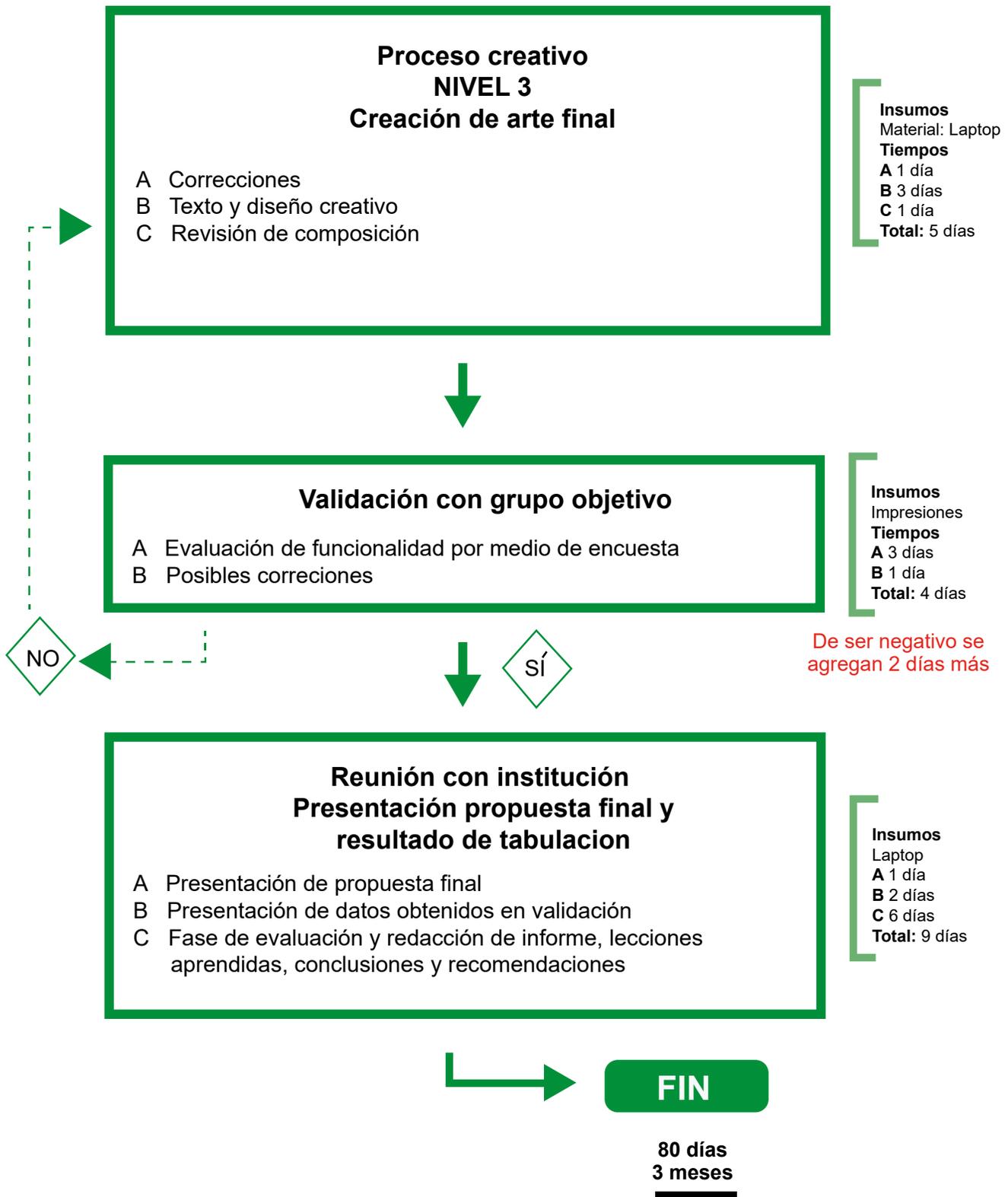
- A1 Entrevista
- B2 Posibles correcciones

Insumos
Material: laptop, carro gasolina Q50
Tiempos
A 3 horas
B 1 hora
C 1 día
D 3 días
E 2 días
F 2 días
A1 1 día
B2 3 horas
Total: 9 días



De ser negativo se agregan 2 días más





3.2

Cronograma del trabajo

Cronograma actividades EPS 2018												
Fase	Agosto				Septiembre				Octubre			
Fase 1 Investigación	■	■	■									
Fase 2 Perfiles			■	■								
Fase 3 Planeación Operativa					■							
Fase 4 Marco Teórico					■							
Fase 5 Definición Creativa					■	■						
Fase 6 Producción Gráfica y validación de alternativas						■	■	■				
Fase 7 Lecciones aprendidas								■	■	■		
Fase 8 Conclusiones								■	■	■		
Fase 9 Recomendaciones Conclusiones										■	■	
Fase 10 Entrega EPS											■	■

3.3

Previsión de recursos y costos

RESUMEN ANUAL 2018: PROGRAMAS Y PROYECTOS		
ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL Q25 c/hora
Investigación 1. Antecedentes 2. Definición y delimitación de comunicación visual 3. Justificación del Proyecto 4. Objetivos 5. Perfil de la Institución 6. Perfil del Grupo Objetivo 7. Marco Teórico	5 días 4 hrs diarias 20 horas	Q500
Planeación Operativa 1. Ruta crítica o flujograma 2. Cronograma de trabajo	2 días 3hrs diarias 6 horas	Q150
Briefing de Diseño	10 días 2hrs diarias 20 horas	Q500
Recopilación de Referentes visuales	2 días 5hrs diarias 10 horas	250
Diseño de estrategia creativa de las piezas de diseño	9 días 6hrs diarias 54 horas	Q1,350
Definición de Concepto Creativo 1. Técnicas creativas 2. Concepto teórico	15 días 1 hrs diarias 45 horas	Q1,125
Producción gráfica y validación <i>Nivel 1 de Visualización</i> 1. Bocetaje Rough (mano alzada) 2. Fundamentación teórica <i>Nivel 2 de Visualización</i> 1. Bocetaje digital y acabados de pieza. 2. Fundamentación teórica 3. Validación con expertos 4. Modificaciones	Nivel 1: 13 días 5hrs diarias 65 horas Nivel 2: 15 días 5hrs diarias 75 horas	Q1,625 Q1,875

Producción gráfica final 1. Diseño (códigos visuales: tipografía, color e imagen) 2. Diagramación (retícula, jerarquía, formato, páginas interiores, portada y contraportada) 3. Iconografía 4. Fotografía	50 días 5hrs diarias 250 horas	Q6,250
Subtotal estimado	545 horas	Q13,625
INSUMOS ESTIMADOS		
Luz	500 horas	Q300
Teléfono		Q200
Transporte (gasolina, parqueo)		Q1,000
Depreciación de equipo	500 horas	Q500
Internet	400 horas	Q200
Comida		Q500
Impresiones		Q3000
TOTAL INSUMOS ESTIMADOS	1400 horas	Q5,700
COSTO TOTAL DE ACTIVIDADES		Q13,625
COSTO TOTAL INSUMOS		Q5,700
TOTAL ESTIMADO DEL PROYECTO		Q19,325

Capítulo 4

Marco Teórico



4.1

Dimensión social y ética

4.1.1

Un trabajo no tan aceptado por la sociedad, pero necesario para una vida digna

Muchas veces nos preguntamos porqué un niño tiene la necesidad de trabajar a tan temprana edad, cuando no debería ser así, pues necesita disfrutar la etapa de su niñez en su plenitud y ésto en muchos niños de Guatemala no sucede. El trabajo infantil es una violación de los derechos humanos fundamentales, habiéndose comprobado que entorpece el desarrollo de los niños, y que potencialmente les produce daños físicos y psicológicos para toda la vida. Se ha demostrado que existe un fuerte vínculo entre la pobreza de los hogares y el trabajo infantil, y que el trabajo infantil

perpetúa la pobreza durante generaciones, dejando a los hijos de los pobres fuera de la escuela y limitando sus posibilidades de ascender en la escala social. Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Se realizó un observatorio en pro al Proyecto "Apoyo al Diálogo Social para el Trabajo Decente" que se ejecutó en Asíes con el soporte de la Unión Europea; el resultado del observatorio realizado en que la realidad laboral que afecta a la niñez guatemalteca, a partir de la base de datos de las encuestas del Instituto



Nacional de Estadística (INE), exactamente realizada en el año 2014; da a conocer que se redujo notoriamente el trabajo infantil entre el año 2000-2014 ya que se paso de 925,203 a 702,087 niños entre 7 a 17 años que trabajan, considerando que un niño en legalmente menor de edad hasta los 18. En Guatemala el 32.7% en empleado de empresas privadas o jornalero y el 60% en trabajador no remunerado (como por ejemplo los niños que trabajan con sus papás, vendiendo chicles, lustrando zapatos, entre otros). Asociación de investigación y estudios sociales, 2015.

¿Pero qué hay de los derechos del niño? El derecho a jugar y desenvolverse en lo que le corresponde como niño, sin estrés, sin preocupaciones es algo que obligadamente les corresponde y muchos lamentablemente no gozan de eso. La educación como parte de los derechos del niño es una herramienta que les motiva y les abre puertas de oportunidades en un futuro y se desarrollan ampliando sus conocimientos.

Pennat como muchas otras asociaciones lucha por erradicar el trabajo infantil y dentro de la educación que brindan a niños de escasos recursos, les dan a conocer sus derechos para que cada uno luche por ellos, entre esos derechos, "la educación".

4.2

Dimensión social y estética

4.2.1

¿Cómo impacta el diseño gráfico en una marca?

El diseño gráfico como tal es una actividad creativa, técnica y de investigación que pretende darle solución a un problema o escasez de comunicación visual. El diseño se puede dividir en varias ramas como lo son el diseño de persuasión que básicamente su objetivo es la publicidad, ya que pretende influir en la conducta del grupo objetivo al que está dirigido el diseño. El diseño de educación que está en el ámbito de enseñanza y va de la mano con el diseño editorial. El diseño para la información está dedicado a transmitir mensajes directamente como periódicos, afiches, libros y señalética. Y

por último, el diseño para la administración que es todo el diseño empleado en creación de facturas, formularios y demás documentos que funcionan en el área interna de una empresa. Así como hay clases de diseño, hay también diferentes tipos de diseñadores. Existen varios tipos de diseñadores gráficos ya que cada uno se especialista en algo específicamente para lo que es bueno, como por ejemplo un ilustrador, diseñador de empaques, un diseñador web, un desarrollador de multimedia, un diseñador de logotipos y algunos otros; cada uno de ellos se desenvuelve en

una especialidad en el diseño ya que ese es su fuerte. Es cierto que hay varios diseñadores gráficos enfocados en un área específica pero en general todos se dirigen hacia un mismo objetivo y es el de "comunicar". Muchas empresas ya sean pequeñas, medianas o grandes pueden llegar a fracasar por varios factores, ya sea deficiencia en el producto que venden o servicios que ofrecen, no saben venderlo verbalmente, no conocen el producto sus vendedores o se falla al momento de querer comunicar.

La importancia del diseño gráfico se fundamenta en que trabaja en el desarrollo de estrategias para lograr una comunicación desde el enfoque visual este hecho es de suma relevancia desde el punto de vista de marketing, ya que hace posible la elaboración de distintas presentaciones que inmediatamente comunicaran valor a un potencial comprador o en el caso de PENNAT a un donador.

Si nos enfocamos en el problema que tiene como tal PENNAT, el área a la que está enfocada la solución gráfica es la persuasión y ésta va de la mano con la elaboración de una identidad gráfica que refleje los objetivos que tiene como institución y genere confianza y seguridad ante la sociedad guatemalteca. ¿Pero qué es persuasión? Se dice que persuasión procura convencer al receptor de que no existe más que una elección razonable, a través de valores emotivos. El mensaje está destinado a afectar el conocimiento, las aptitudes y el comportamiento de la gente. Se necesita reflejar la esencia de la institución y dar esa seguridad de los servicios que brinda, pero a pesar de que ya sabemos esto, necesitamos comunicarlo hacia las demás personas y es allí donde se involucra la parte gráfica. Para Christian Regouby,

la identidad corporativa es todo aquello que compone la carta de presentación de la empresa, y en su sistema de identidad visual están presentes elementos constitutivos de la identidad como la historia de la empresa, su evolución, sus estructuras, los servicios y las realidades presentes, la percepción de esta identidad por los diferentes públicos y la dinámica estratégica dentro de la cual se proyecta la empresa. (Arguello, 2005) Una identidad corporativa radica de una línea gráfica y se establecen normas o lineamientos a considerar al momento de diseñar todo con relación a la institución. El valor de la identidad corporativa radica en la claridad con que la empresa se presente, con un mensaje comprensivo, primero para sus propios empleados, simbolizando sus valores éticos y forma de trabajo, su

cultura, para que todos los que en ella laboran puedan transferir esos valores, los comuniquen, a terceros o a sus propios compañeros. (Ind, La imagen corporativa, 2007) Dentro de todo ello, existen dos estructuras que son la visual y la corporativa. La visual es la encargada de ayudar a que la institución sobresalir tanto en colores, tipografías, composiciones como dar una imagen clara de lo que se desea comunicar y la estructura corporativa son las artes gráficas utilizadas de forma interna en la institución. Algunos de los elementos a considerar al momento del diseño de la identidad corporativa son el briefing, la conceptualización, la simetría, tipografía, colores, composición entre algunos otros. Los elementos gráficos incluyen toda la presentación gráfica de la organización.

El sistema gráfico debe decidir el estilo del diseño de los textos de sus rótulos, del papel de cartas, tipo de letra gama de colores para la empresa. (Ind, La imagen corporativa, 2007) El briefing es parte importante del proyecto como primer paso, pues aclara todas las dudas entre el representante de la institución y el diseñador gráfico. Es en esta parte donde se establecen las bases para crear una campaña o una marca. Hay varios sectores que recurren al briefing, como son la industria publicitaria, el ámbito del diseño o las comunicaciones públicas. Cuanto más completa sea la información aportada por el representante de la institución, mayores serán los resultados que se obtendrán; es una forma de conocer con más profundidad tanto a los fundadores de la institución como a la institución como tal. Para poder hacer correctamente un briefing es necesario hacer del conocimiento del diseñador los objetivos, si se tiene una estructura de trabajo en la institución y se solicitan los aportes que

se tengan si se tienen. Seguido de ello, se conceptualiza. Cuando intentamos aplicar la creatividad a la resolución de un problema, lo que primero que tenemos que hacer es "conceptualizar" ese problema. Esto va de la mano de la creatividad que es la capacidad mental para producir ideas eficientes y originales; usar el pensamiento creativo en la resolución de un problema nos lleva necesariamente a un punto de partida, la comprensión del problema. Se parte en un punto clave que es el Insight que muestra la conexión entre la necesidad que se tiene del grupo objetivo con los servicios que la institución brinda. Al establecer el insight que define el proyecto, pueden definirse tipografías, colores, composición. Los colores producen distintas sensaciones y pueden influir en nuestras emociones y sentimientos que es lo que se pretende con el proyecto. Aunque existen muchos autores que hablan sobre la psicología del color,

existen características de cada color aplicados a la psicología. Estas características son esenciales en el diseño de marca. Sin embargo, aunque el color juega un papel muy importante, también la tipografía y la composición lo son, pues el tipo de letra en sí mismo puede comunicar ideas como prestigio, emociones o alegría, además de que funciona como un signo de identidad. No olvidemos que así como existe color corporativo también se trabaja con tipografía corporativa y abonado a ello, la composición. Una de las partes más complejas del diseño gráfico es, sin duda, la composición. Esto se define como una distribución o disposición de todos los elementos que incluiremos en un diseño o composición, de una forma perfecta y equilibrada. Teniendo en cuenta tanto el tipo de diseño que se aplicará al proyecto como los componentes a utilizar en el proceso, se pretende llegar a una solución gráfica clara y funcional que logre cumplir con los objetivos de Pennat.

Capítulo 5

Definición Creativa



5.1

Elaboración del Briefing de diseño

5.1.1

Aspectos Generales

Institución: Programa Educativo de Niños, Niñas y Adolescentes Trabajadores (PENNAT).

Dirección: 3era Ave 11-28 de la zona 1, Segundo Nivel, Oficina 2.

Servicios: Educación nivel medio a niños trabajadores, sin ánimo de lucro.

Producto: Certificado otorgado por MINEDUC de haber concluido satisfactoriamente las clases.

5.1.2

Acerca de la Institución

5.1.2.1

Historia

La Asociación Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador, es una entidad privada, de asistencia y servicio social, no lucrativa, apolítica y no religiosa. Surge el primero de octubre de 1995 por el entusiasmo de educadores jóvenes que motivados por promover una educación distinta, más ligada al contexto de la niñez y a la promoción de sus derechos, decidieron crear una alternativa educativa que beneficia a la niñez trabajadora y en riesgo social.

PENNAT es una asociación legalmente constituida por acuerdo gubernativo No.261/97 del Ministerio de Gobernación. El programa educativo es avalado y homologado al nivel primario según resolución No. 02/97 de la Dirección de Educación Extraescolar del Ministerio de Educación, de fecha 28 de octubre de 1997 y ampliado mediante resoluciones de fecha 28 de octubre de 2002 y No. 007 de 5 de noviembre de 2012.

5.1.2.2

Productos de diseño gráfico elaborados hasta el momento, sus logros, alcances y errores.

Se han hecho libros e ilustraciones de los libros y aunque su alcance ha sido limitado, ha servido de utilidad para las necesidades urgentes de los alumnos

Mantas vinílicas con el logotipo pintado ya que no han podido imprimir muchas mantas

Publicaciones en facebook que hace uno de los maestros que les da clases de diseño

5.1.2.3

Servicios que presta

Clases de matemáticas, ciencias naturales, ciencias sociales, entre otras clases básicas para el nivel de primaria.

Capacitaciones a docentes para la mejora de sus clases y entrenamiento previo a docentes de primer ingreso

Juegos recreativos con los alumnos dependiendo el tema que se esté impartiendo, todo ello con materiales reciclados.

5.1.2.4

Problemas que presenta en cuanto a diseño gráfico

Carencia de línea gráfica
Logotipo hecho hace más de 20 años

Carencia de programas para edición y persona que se encargue del tema

Mala implementación del logotipo



5.1.2.5

Medios de comunicación que utilizan

Radio
Redes sociales

5.1.3 Acerca de la competencia

5.1.3.1 *Aldeas infantiles SOS*



Aldeas Infantiles SOS

Ventajas:

- Se han dado a conocer
- Donadores de grandes empresas

Desventajas:

- Ya hay varias instituciones que se dediquen a lo mismo

Medios:

- Página web
- Redes sociales
- Radio

5.1.3.2 *Lecciones Brillantes*



Ventajas:

- Uno de los pocos proyectos que se enfoca a un grupo objetivo

Desventajas:

- Límite de beneficiados para el proyecto

Medios:

- De boca en boca
- Redes sociales
- Periódico

5.1.3.3 *Centro de Capacitación Porvenir*



CENTRO DE CAPACITACIÓN
OCUPACIONAL PORVENIR LTDA.
Educación para el trabajo y el desarrollo humano

Ventajas:

- Diferentes sedes

Desventajas:

- No han invertido para darse a conocer
- Ya hay varias instituciones que se dediquen a lo mismo

Medios:

- Página web

5.1.4

Acerca del G. Objetivo

El grupo objetivo son personas que tendrán previo conocimiento en programas de edición o temas básicos de diseño con los cuales puedan desarrollar de mejor forma la parte gráfica de las necesidades que tenga la asociación.

Enfocado a la ciudad capital de Guatemala.

En ciudad de Guatemala la cantidad de habitantes oscila entre 2 110 100 hab.

Personas jóvenes que trabajan, estudian o ambas. Que no cuentan con mayores responsabilidades y están en la etapa de exploración y desarrollo personal.

Proactivos, que cuentan con posibilidades de donar y tienen mayores relaciones interpersonales.

Están en una categoría de media a media alta, ganando entre Q3,600 a Q5,000 mensuales.

En esta etapa se empieza a ser autónomo e independiente. Se valoran más los esfuerzos realizados y se toman en cuenta las necesidades de los demás.

5.1.5

Acerca del proyecto

5.1.5.1

Este proyecto es muy apoyado por parte de la fundación y sus integrantes.

La Directora y Contadora General de la fundación gestionan los tiempos de visita y facilitan la obtención tanto de información como

materiales que se puedan utilizar, ponen a disposición todo el tiempo que se requiera para la realización del proyecto. Se tiene el apoyo del Ministerio Nacional de Educación (MINEDUC) y los fondos utilizados son parte de

las donaciones que actualmente se tienen y también se tiene apoyo por parte de demás fundaciones que se dedican a lo mismo.

5.1.5.2

Objetivo General

Objetivo: La identidad corporativa del programa educativo de niños, niñas y adolescentes trabajadores.

Objetivo Específico de comunicación visual

Facilitar un manual de identidad corporativa que integre y certifique las piezas de diseño propiciando la difusión de información.

Objetivo Específico de diseño

Rediseño de logotipo, manual de identidad gráfica definiendo tipografías, aplicaciones cromáticas de la institución, iconografía y demás aspectos que garantizan una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

5.1.5.3

Metas

Poder mejorar la el área gráfica que maneja la institución actualmente

Poder a través del rediseño del logotipo crear mayor impacto visual

Tener un orden en cuanto a los lineamientos gráficos

Que más personas conozcan la institución

Incrementar las donaciones a la institución

5.1.5.4

Plazo y desarrollo para la entrega del proyecto:

Periodo asignado para la elaboración de EPS que es del 1 de Agosto al 6 de Noviembre

Se entrega el 9 de Noviembre

5.1.5.5

Medio

para su realización e implementación, ventajas a favor y en contra de este medio.

El manual de normas gráficas es impreso y como es muy grande que es una de las desventajas, se realizará un resumen del mismo en un material más resistente para que tengan las diferentes sedes

5.2

Recopilación de referentes visuales

5.2.1 Referentes Nacionales

Escuela de bomberos voluntarios de Guatemala

El rediseño de logotipo genera mayor confianza y da una mejor presentación ante la sociedad guatemalteca. La Escuela de bomberos de Guatemala ha realizado varios cambios en su logotipo, pero buscan simplificarlo pues genera mayor impacto.



Colegio Fuente de Vida

Se modificó el logotipo sin omitir detalles, únicamente se cambiaron colores y realismo en las figuras, eso llamo más la atención y generó mayor impacto.



Universidad de San Carlos de Guatemala

Se modificaron los contornos de cada forma del logotipo



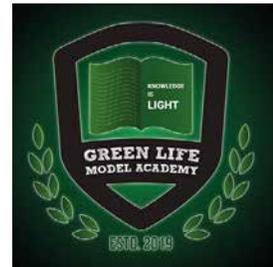
5.2.2

Referentes Internacionales

Green Life Model Academy

Hacer una marca en cualquier compañía es un gran desafío. Cambiar la imagen de una de las compañías más grandes del mundo es un proyecto que a muchas agencias de diseño les encantaría.

Sin embargo, con los proyectos masivos viene el riesgo masivo y la responsabilidad, y en ocasiones, incluso las mejores agencias de marca, consultores o estrategias se equivocan.



Afectiva

Elegieron este nombre porque consideran que la afectividad es fundamental dentro de la relación terapéutica. Les gusta dar importancia a los

vínculos que se crean con cada persona, acompañándolos en el proceso, teniendo en cuenta su singularidad y respetando sus tiempos.



Fundación Educativa

Dentro de esa propuesta innovadora que se está llevando a cabo en los últimos años, destaca la fuerte apuesta por dar visibilidad a los colegios, notoriedad, con la premisa de que "Aquello que no se muestra, no existe".



5.3

Descripción estratégica de conceptos de diseño

¿Qué?

Comunicar y generar notoriedad en torno al Programa Educativo de Niños, Niñas y Adolescentes Trabajadores (PENNAT).

¿Para qué?

- Crear mayor impacto visual con el rediseño del logotipo y poder llamar la atención de posibles donadores.
- Brindar confianza hacia las personas que donan recursos a la fundación de que lo que donen será utilizado de una forma transparente.
- Incrementar la cantidad de donativos hacia la institución
- Establecer normas gráficas en cuando a la identidad de la institución para futuros donadores.

¿Con qué?

Rediseño de logotipo y manual de normas gráficas

Apoyo con talleres que refuercen el manejo y utilización de fotografías y manual de identidad corporativa

¿Con Quiénes?

- Asesores de EPS (Licenciadas de EPS, Licenciada de Proyecto de graduación y Asesor externo)
- Fundador y coordinador de institución
- Usuarios que interactúen con las piezas gráficas

¿Cuándo?

Periodo asignado para la elaboración de EPS que es del 1 de Agosto al 6 de Noviembre

La utilización del material a elaborar será por tiempo indefinido.

Dónde?

Será utilizado en la institución que se encuentra ubicada en la 3era Ave 11-28 de la zona 1, Segundo Nivel, Oficina 2. Guatemala, Guatemala.

5.3.1

Cuadro de ventajas y desventajas

Rediseño de Logotipo y Manual de normas gráficas

Ventajas	Desventajas
<p>Ya se tiene un logotipo actualmente</p> <p>Establece lineamientos para la utilización de la línea gráfica (número de los colores en tabla pantone, la relación de tamaño permitidos entre los diferentes elementos, el tipo de letra y los usos y aplicaciones más comunes, entre otros puntos significativos)</p> <p>Elementos donde girará toda la imagen de la empresa y su nivel de posicionamiento.</p> <p>Establece elementos de comunicación</p> <p>Es práctico ya que estará impreso y se enviará uno digital para tener archivado</p> <p>Ser distinguido fácilmente a través del rediseño del logotipo</p>	<p>Por ser impresa una de las versiones depende del uso que le den, así será el tiempo de vida que tenga</p> <p>Se tienen que mantener los aspectos básicos que tenga actualmente la institución para que los donadores que tiene ya la institución sepan reconocer el logotipo al que se cambiaría</p> <p>Como es muy grande, será necesario hacer versiones resumidas y distribuir en las diferentes sedes</p>

5.4

Definición de concepto creativo

5.4.1

Técnicas creativas

5.4.1.1

Creatividad

La creatividad, denominada también pensamiento original, pensamiento creativo, inventiva, imaginación constructiva o pensamiento divergente, es la capacidad de crear, de innovar, de generar nuevas ideas o conceptos, o nuevas asociaciones entre ideas y conceptos conocidos, que normalmente llevan a conclusiones nuevas, resuelven problemas y producen soluciones originales y valiosas. La creatividad es la producción de una idea o un concepto, una creación

o un descubrimiento que es nuevo, original, útil y que satisface tanto a su creador como a otros durante algún periodo, (Creatividad, 2017)

La creatividad se percibe como algo externo y fuera de nuestro control o un talento inherente para unos pocos elegidos, pero el pensar y generar ideas son habilidades que se pueden aprender. Algunas personas tienen una mayor aptitud para pensar de manera creativa y lateral, al igual que algunas personas son más basadas

en la lógica, pero es una idea errónea es que la creatividad es un derecho exclusivo de un grupo selecto. John Cleese, en su experiencia, cree que la creatividad no es una habilidad con la que se nace.

“La creatividad es solo conectar cosas. Cuando preguntas a personas creativas cómo hicieron algo, se sienten un poco culpables porque no lo hicieron realmente, sólo observaron. Parecía obvio para ellos después un tiempo.” Steve Jobs.

Creatividad desde una perspectiva científica

"Creemos que lo que vemos es una relajación de 'funciones ejecutivas' para permitir una atención desenfocada más natural y procesos sin censura ocurrir que podría ser el sello distintivo de la creatividad." Allen Braun, Neurocientífico.

Sabiendo que es creatividad, se pueden plantear los procedimientos y técnicas para poder crear un concepto creativo y cuales son sus funciones dentro del diseño.

5.4.1.2 *Insight*

El insight es un elemento fundamental para iniciar con el proceso de conceptualización ya que relaciona la mente del grupo objetivo y sus necesidades con la los objetivos que establece el diseñador para poder darle una solución de comunicación visual.

Ayuda a poder llegar de manera más rápida e íntima al grupo objetivo y crea un vínculo emocional con las personas; eso permite que el diseñador logre comunicar de manera eficaz el mensaje.



5.4.1.3

Concepto Creativo

Para comprender el significado de la palabra concepto, idea e insight en el diseño y la publicidad, se precisa remitirse a su significado desde áreas como la psicología y la filosofía. Desde la psicología cognitiva, las unidades básicas que ayudan a construir el pensamiento en el ser humano son: los conceptos, las imágenes y el lenguaje o símbolos (Coon, 2005, p. 366).

Se entiende por conceptos las categorías mentales para clasificar personas, objetos o aspectos específicos

con características comunes. Por medio del lenguaje el individuo los etiqueta con nombres lo que le ayuda a construir conceptos más complejos partiendo de otros más sencillos, "muchos conceptos no poseen una sola palabra asociada a ellos, sino varias" (Garham y Oakhill, 1996, p. 38). Para Edelman (1992).

Durante el proceso creativo suelen utilizarse muchas herramientas de manera personal.

5.4.2 Proceso Creativo Caso 1

5.4.2.1 *Relaciones forzadas*

Consiste en relacionar un problema con características de conceptos o elementos elegidos al azar, para encontrar nuevas ideas y soluciones.

Es una técnica análoga al brainstorming, que se usa cuando éste se estanca. Existen varias maneras de llevar a cabo esta técnica.

¿Como se hace?

Se plantea un objetivo

Se eligen dos palabras completamente al azar

Descomponer el objeto o situación con las partes elementales que lo componen

Seleccionar palabras al azar (componentes) y se conectan las asociaciones de las palabras con características del problema.

Con los elementos combinados entre sí, se intenta hacer surgir ahí las ideas.

Por último se hacen 3 columnas con los siguientes encabezados:

Conceptos y elementos estímulos | Características | Nuevas ideas

- La primera columna contendrá las palabras elegidas al azar.
- La segunda las cualidades de cada palabra.
- La tercera nuevas ideas generadas que pueden resolver la problemática, a partir de las características anteriores.

Conceptos y elementos estímulos	Características	Nuevas ideas
Educación	Pedagogía Aprendizaje Enseñanza Guianza Camino Entrenamiento Corrección Disciplina Atención Cultura Formación Ejemplo Disciplina Enfrentar	Aprende a Atreverte (Aprendizaje-Atreverse) Atreve a aprender (Aprendizaje-Atreverse) Atento al vuelo (Atención- vuelo) Enfrenta riesgos (Enfrentar-riesgos) Guía el vuelo (Guianza-vuelo)
Aprendizaje	Plumas Vuelo Alzar Vertebrado Huevos Atreverse Arriesgar Conocer Polluelos	Insight: Queremos darle un giro positivo Concepto: Aprende a Atreverte Fundamentación: La palabra "Atreverse" incita a una acción, de dar un paso adelante a hacer algo que nos da miedo. Pennat ha tenido la línea gráfica actual hace 22 años, se necesita renovación e innovación. Aprender a soltar la comodidad y ampliar horizontes en cuanto al área gráfica que es muy importante en la imagen que da Pennat.

5.4.3 Proceso Creativo Caso 2

5.4.3.1 *Análisis Morfológico*

Una herramienta muy poderosa para generar gran cantidad de ideas de forma rápida y sencilla es el análisis morfológico, también conocido como modelo de la "caja morfológica". Desarrollado por el astrónomo y físico, Fritz Zwicky, a mediados de los años 40, mientras trabajaba analizando la estructura de la tecnología del motor de los aviones a reacción. La operativa es muy sencilla. Tras el análisis inicial del problema en estudio, éste se descompone en sus elementos esenciales. Identificados estos elementos o atributos se construye una matriz que permitirá combinarlos y multiplicar así las relaciones entre ellos.

¿Como se hace?

Especificar el problema para poder descomponerlo

Los parámetros o atributos son los elementos esenciales que forman la estructura global del problema. Se deben identificar aquéllos que son pertinentes y suficientemente relevantes como para tenerlos en cuenta.

Identificar todas las variaciones que se presenten para cada parámetro o atributo.

Insight:

Queremos darle un giro positivo

Concepto:

Libertad de sueños

Fundamentación:

La Línea gráfica debe reflejar los objetivos que tiene la institución hacia las personas que deseen donar. El objetivo principal como institución es brindar educación y darle a conocer a los niños cuales son sus derechos enfocado en la "educación".

La libertad refleja la toma de derechos de un niño pues no se los limitan y los sueños, son los que ellos quieran alcanzar a través de esa libertad que tengan en ese sentido.

	Atributos	Variaciones
Educación	Conocimientos	Ciencias sociales Música Ciencias Naturales Idioma Español Inglés
	Habilidades	Adaptabilidad Empatía Pensamiento creativo Comunicación asertiva Organización Concentración Pensamiento crítico Equilibrio Seguridad
	Valores	Respeto Responsabilidad Libertad Justicia Tolerancia Equidad Paz Honestidad Responsabilidad Lealtad
	Creencias	Historias
	Hábitos	aprender por ellos mismos limpieza alimentación
	Infantil	Niños
Familia		Amor Unión Integrantes Cariño Apoyo
Desarrollo		Crecimiento Descubrir
Gustos		Caricaturas Jugar Comer

5.4.4 Proceso Creativo Caso 3

5.4.3.1 *Mapa Conceptual*

Un mapa conceptual es una herramienta de aprendizaje basada en la representación gráfica de un determinado tópico a través de la esquematización de los conceptos que lo componen. Estos conceptos son escritos de forma jerárquica dentro de figuras geométricas como óvalos o recuadros, que se conectan entre sí a través de líneas y palabras de enlace.

¿Como se hace?

Elegir el tema principal

Buscar suficiente información acerca del tema que trataremos

Elegir conceptos importantes a abordar en el mapa conceptual relacionados al tema

Encerrar el título en un recuadro en la parte superior de la hoja

Conectar el título con los conceptos elegidos a través de una línea y una palabra clave que permita conocer con qué se relacionan

Empezar a plantear conceptos importantes

Se puede relacionar conceptos de distintos segmentos del mapa a través de enlaces cruzados y su respectiva palabra de enlace.

Insight:

Queremos darle un giro positivo

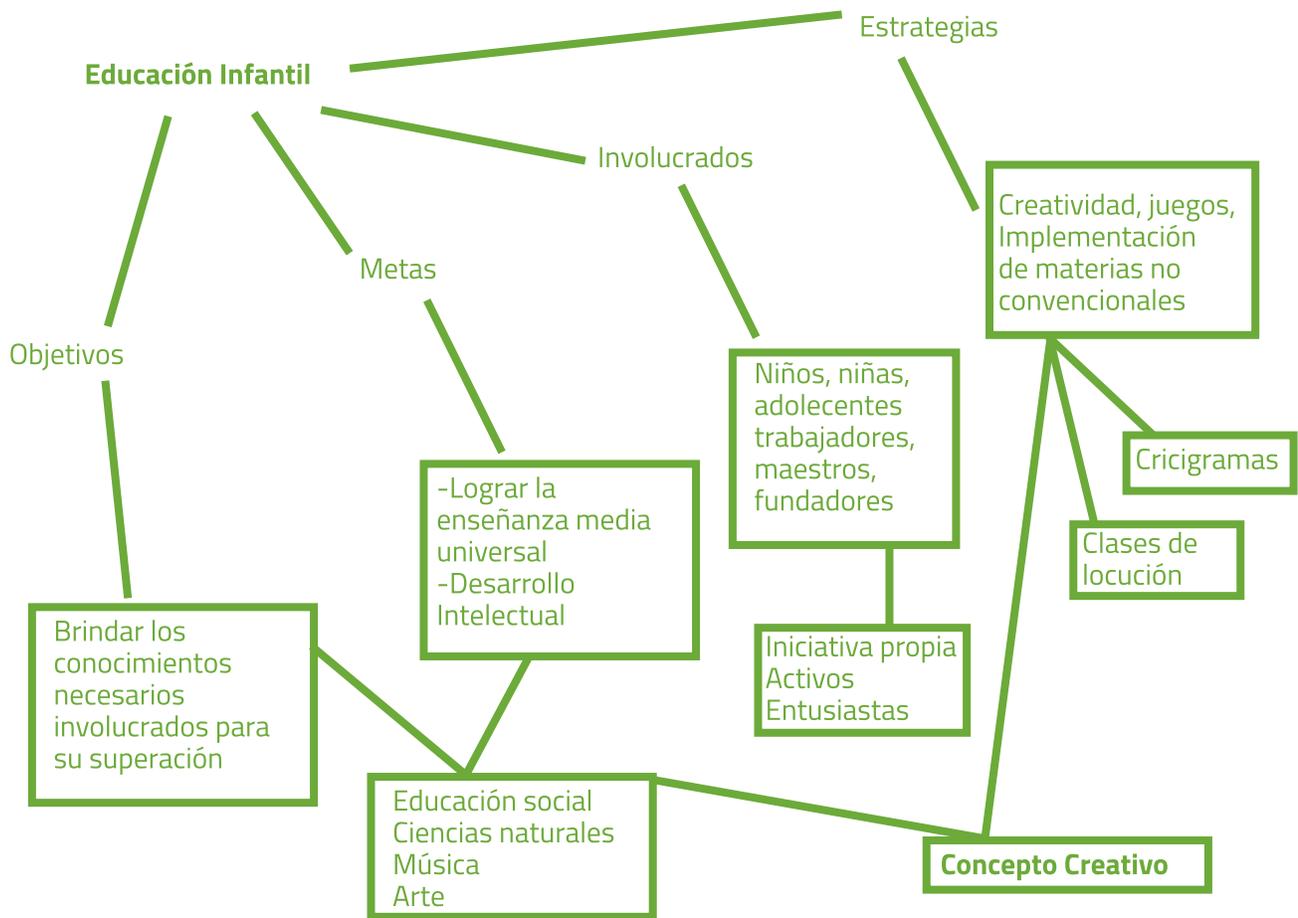
Concepto:

El flujo de la creatividad

Fundamentación:

Este concepto se eligió ya que la institución realiza varias actividades recreativas y tu estrategia de dar clases es partiendo de juegos.

Aparte de ello, en las clases no se formas por filas sino que por círculos, ya que Pennat considera que en círculos las personas son mejor expuestas y se sienten con más confianza. flujo de la creatividad gira en torno a colores alegres sin perder de vista la paleta del color de logotipo, diagramación con movimiento y fotografía e ilustraciones que reflejan dinamismo.



5.5

Previsualización: Premisas del diseño

Se validó la propuesta con la Coordinadora General de Pennat y uno de los fundadores de la institución. Se llegó a la conclusión que la metodología de de enseñanza que han utilizado no es convencional y por ello utilizan juegos y clases varias que motivan a al aprendizaje de la mano con la creatividad. Todo ello lo quieren reflejar en la línea gráfica pues consideran que los representan como institución.

Concepto:

Flujo de la creatividad

Fundamentación:

La institución gira en torno a estrategias dinámicas de enseñanza con el afán de brindar aprendizaje a los niños, a través de actividades lúdicas y puedan fortalecer habilidades para comunicarse y convivir.

El flujo de la creatividad giran en torno a colores alegres sin perder de vista la paleta del color de logotipo, diagramación con movimiento y fotografía e ilustraciones que reflejan dinamismo.



5.5.1 Premisa Código Tipográfico

5.5.1.1 *Titulares*

Bebas neue

Es una tipografía que refleja seriedad y compromiso por sus astas que son gruesas y tienen mayor peso visual. Pertenecen a la familia Bebas Neue (sobrefamilia Regular). El creador de la fuente Ryoichi Tsunekawa.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
0123456789!/?#
%&\$@*{(/ | \) }



5.5.1.2 *Subtitulares y cuerpo*

Titilium

Titilium nace dentro de la Accademia di Belle Arti di Urbino como un proyecto didáctico Diseño del Tipo de Curso del Máster de Diseño Visual Campi Visivi.

Se utilizara para subtitulares ya que connota ligereza y poca formalidad ya que es un tipo san serif y es ligero a la vista, lo que hace

un buen contraste con titulares. Para el cuerpo se utilizará de igual forma "Titilium" sólo que versión regular.

123456
Font
titilium
bold,
regular

5.5.2 Premisa Código Cromático

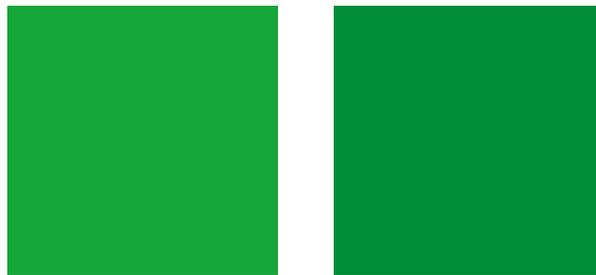
Este código permite clasificar, distinguir y ver de forma clara y rápida la los colores utilizados en el proyecto dependiendo el tema del que se esté tratando.

El verde simboliza la esperanza, la buena suerte. El verde no tiene connotaciones negativas, ni positivas por sí mismo; por esta razón, se dice que es intermedio. También se le asocia con la tranquilidad, la armonía y con lo agradable.

El blanco refleja pureza y sin mancha. Es un color muy utilizado ya que es un color poco agresivo y muy neutro.

Estos colores reflejan la identidad de la fundación pues trata con niños y la transparencia con la que se trabaja en la institución.

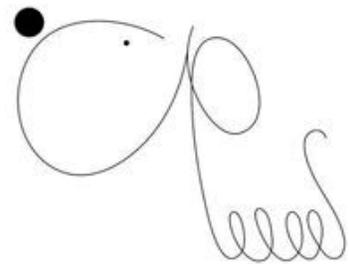
Los colores naranja y celeste connotan dinamismo e inocencia.



5.5.3 Premisa Código Icónico Visual

Un lenguaje icónico es todo aquel que utiliza símbolos básicos y además define maneras de combinarlos para producir un "ícono" comprensible como expresión. Los símbolos básicos vienen a ser el vocabulario, y la forma de combinarlos corresponde a la gramática del lenguaje (Delgado, 2013) El tipo de ilustración se define ya que está dedicada a los niños, la cual se caracteriza por su legibilidad y por representar el tema de una forma muy clara.

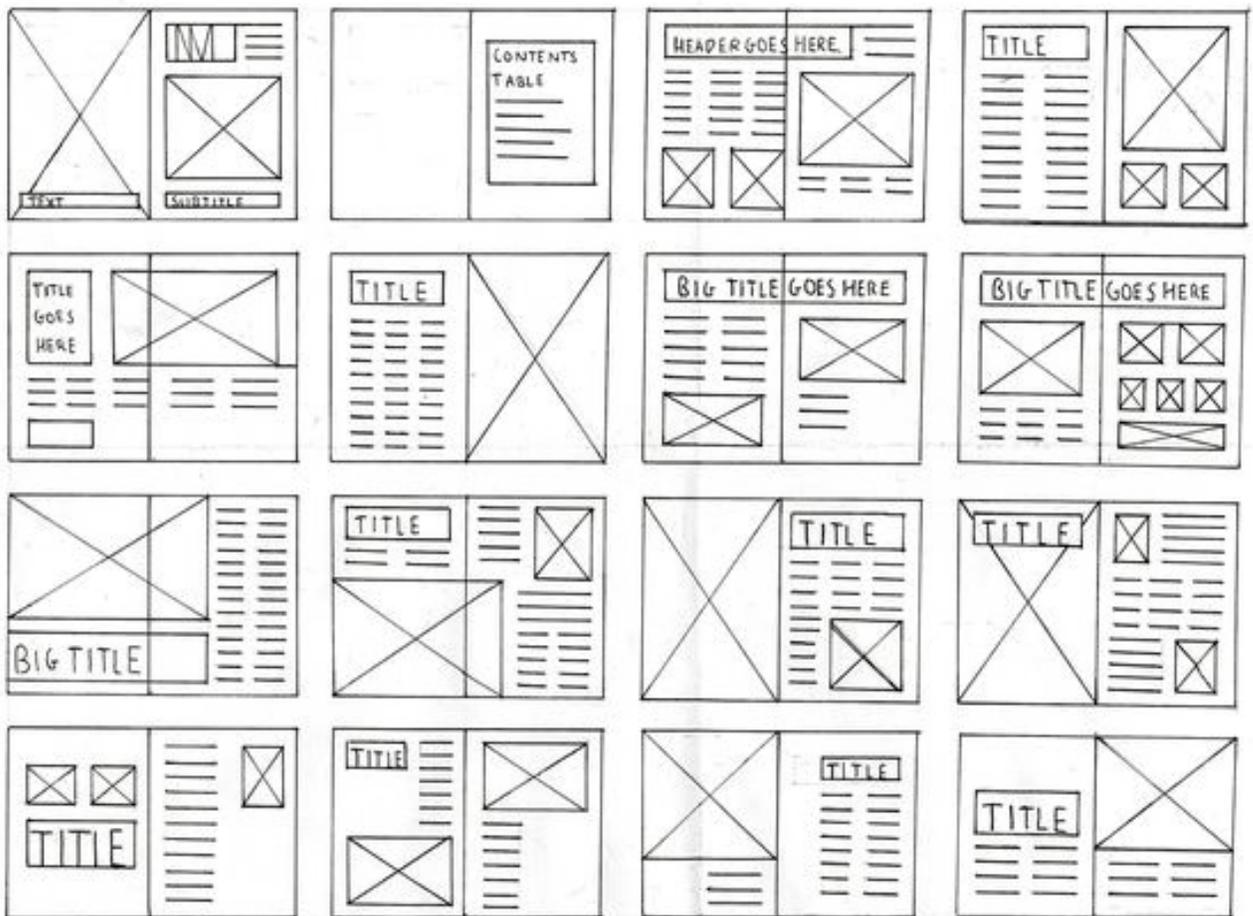
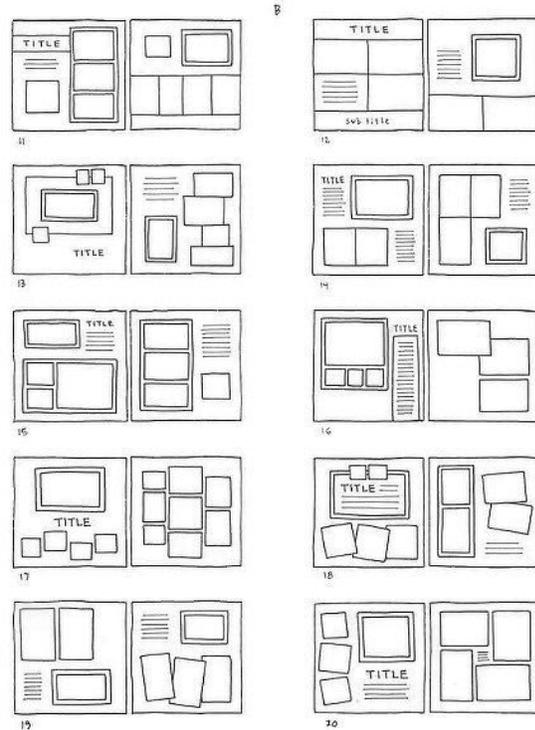
La línea gráfica utilizada para códigos visuales es el minimalismo ya que es muy lineal y prevalecen los aspectos significativos.



5.5.4 Premisa Código Formato

En esta parte se dan a conocer las dimensiones del formato donde se trabaja ya sea digital o impreso.

Para el manual se pretende que sea un libro con formato de 8.5"×9" y la diagramación será hecha a base de columnas.



Capítulo 6

Producción Gráfica y Validación de Alternativas



6.1

Nivel 01 de Visualización

Esta fase de visualización representa dos propuestas del contenido del manual de identidad gráfica reflejada en dos versiones distintas de línea gráfica pero basándose en el concepto creativo elegido "El flujo de la creatividad".



6.1.1 Proceso de bocetaje

6.1.1.1 *Propuesta 01*

El diseño de esta propuesta gira en torno a ondas, que denotan movimiento ya que el concepto creativo es "El fluir de la creatividad" haciendo referencia al dinamismo con el que la institución imparte las clases a los niños.

6.1.1.1.1 Logotipo

1



Representa bastante peso visual al verlo y la tipografía es denota ser hecha por un niño y refleja fluidez que va ligado al concepto creativo

2



Contrario a la primer propuesta de una de las dos líneas gráficas, ésta es una tipografía light para que comunique más fácilmente y no se vea tan formal.

3



Las líneas onduladas en algunas de sus astas reflejan fluidez pero el resto son rectas ya que a pesar de que hay fluidez en la creatividad no deja de ser objetivo.

6.1.1.1.2

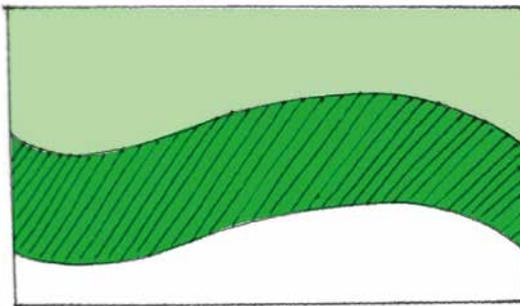
Portada



Es simple pero con líneas que reflejan fluidez ya que son onduladas y denotan movimiento

6.1.1.1.3

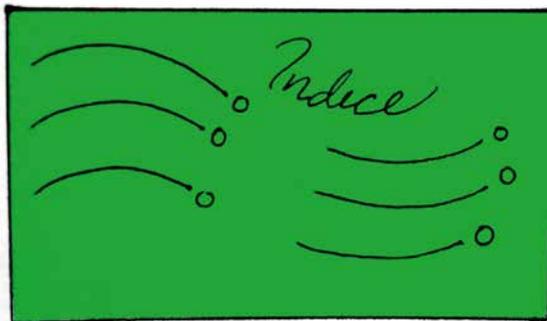
Contraportada



Es un seguimiento de la portada sólo con un contraste de líneas.

6.1.1.1.4

Índice

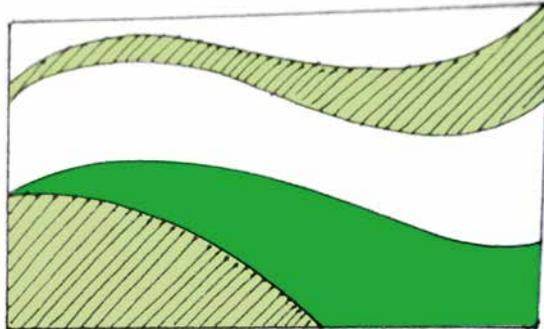


El texto tiene un recorrido visual guiado por líneas onduladas imaginarias.

6.1.1.1.5

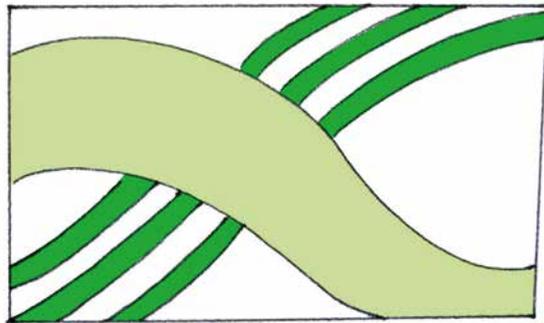
Portadillas

1



Cada una de estas portadillas unifica el concepto con líneas onduladas

2

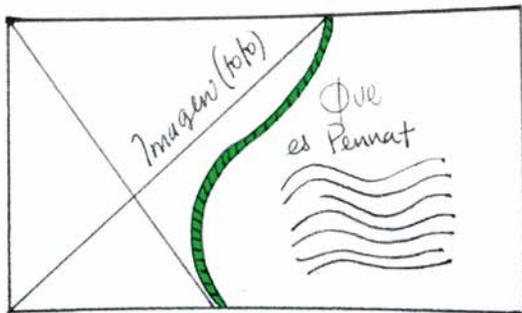


Una con más líneas que la otra para hacer más ligero visualmente el diseño

6.1.1.1.6

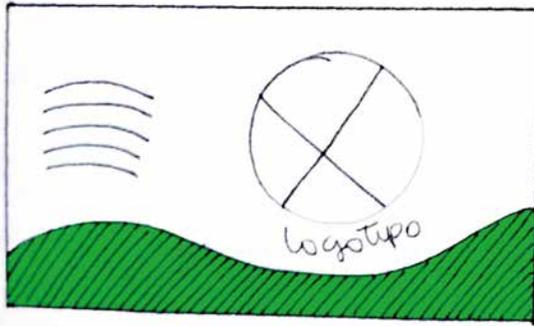
Páginas Internas

1



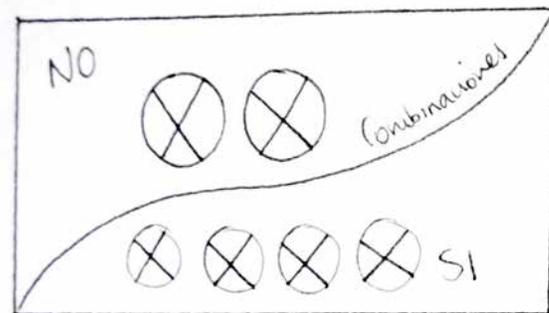
Una de las primeras páginas del manual para explicar que es pennat y se utilizarían rasgos característicos de la línea gráfica

2



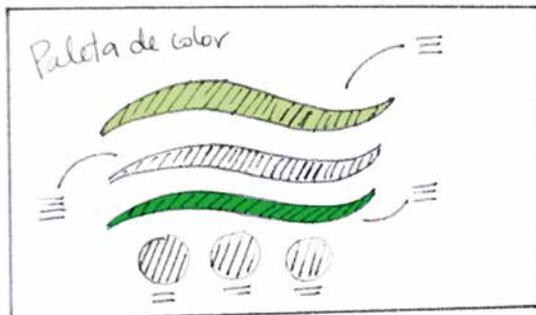
En la página 2 se explicaría el significado del logotipo (s colores, tendencia y símbolos característicos

3



Esta página representa la combinaciones de colores en logotipo y cómo podría o no usarlo

4



Representa los colores dentro de símbolos de ondas y líneas. Se especifican en pantone a utilizar en cada uno de los colores de la línea gráfica

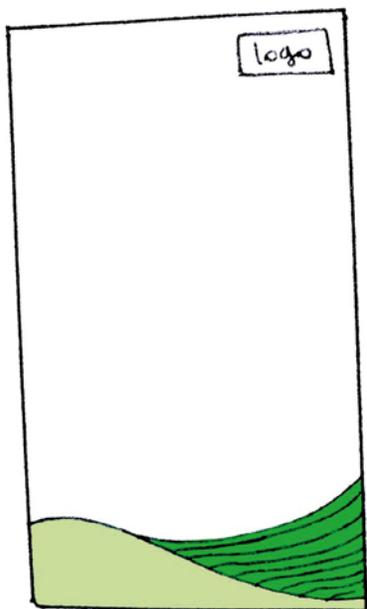
6.1.1.1.7 Papelería Institucional

1



Tarjeta de presentación
La tarjeta de presentación está diseñada ser impresa únicamente de un lado y con poca información por tema de costos

2



Hoja membretada

El diseño es simple para hacerla funcional y únicamente se utilizan líneas onduladas que unifica la línea gráfica

3



Tasa

La tasa tiene el logotipo de la institución y algunos íconos que reflejan parte del concepto.

4



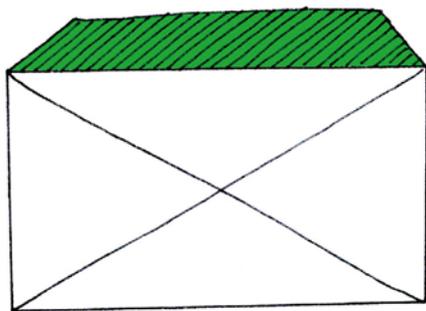
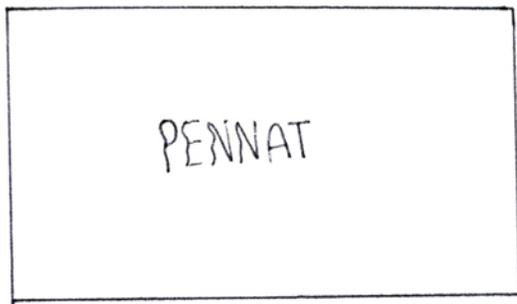
Camisa

La camisa tiene el logotipo que identifica a la institución al frente y el eslogan o lema en la parte de atrás. Las mangas tienen una modificación con líneas.



La camisa es utilizada para eventos formales para instituciones que se dedican a lo mismo y el diseño a pesar de que el concepto creativo es poco informal, la camisa tiene que denotar formalidad sin desligarse de la línea gráfica.

5



Sobre

El tiro del sobre es de color y únicamente tiene el logotipo y en la pestaña donde se cierra el sobre tiene líneas características del concepto.

6.1.1.2 Propuesta 02

El uso de ilustraciones minimalistas y simples comunica de una forma más fácil y efectiva. Se pretende utilizar formas geométricas en diagramación y retícula a base de columnas y módulos para poder tener un recorrido visual dinámico. Códigos visuales marcados como círculos incompletos y anomalía en titulares.

6.1.1.2.1 Logotipo

1



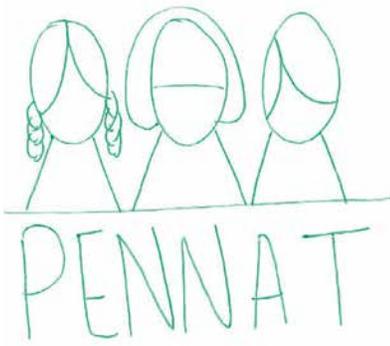
Se sustrajo lo más importante del logotipo original y se redujo a una niña y un niño ya que teniendo en cuenta que dice el nombre "Pennat" y abajo la descripción; comunica mejor teniendo menos niños arriba del nombre.

2



Se añadió una niña al logotipo ya que la institución pretende que se iguale la educación tanto en niñas como en niños y generalmente en el interior del país se le da prioridad a niños varones para educación y a las niñas las instruyen para el mantenimiento del hogar.

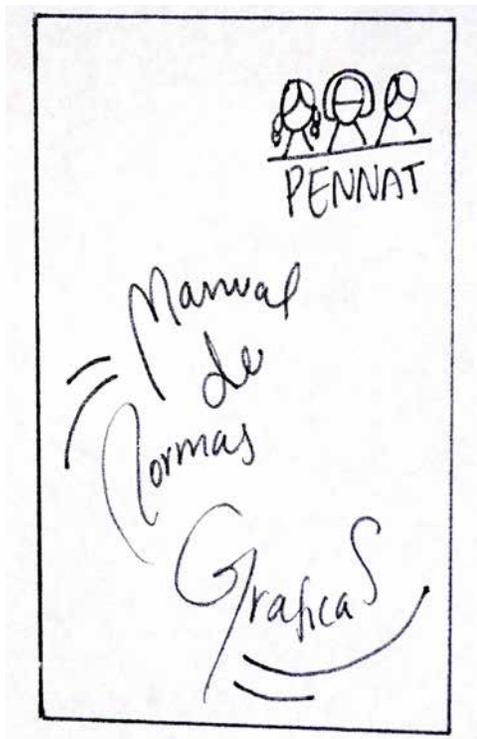
Se les dieron rasgos indígenas ya que la mayoría de sus estudiantes son del interior del país.



Los rasgos del rostro se cambiaron y se volvieron de adolescentes pues en un futuro se pretende trabajar con niños de 13 a 17 años y la niña de en medio se cambió por cambios propiamente de la institución ya que quisieran comunicar igualdad de género.

Se simplificó el texto para que comunique de una forma más rápida y eficaz.

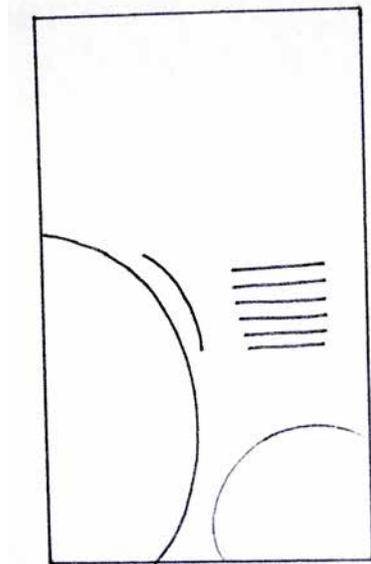
6.1.1.2.2 Portada



Está diseñado para ser de 8" * 9" y la línea gráfica contiene líneas curvas incompletas, íconos simples que reflejan emociones de los niños, texto diagramado de forma circular y tipografía simple que esté relacionado con el logotipo.

6.1.1.2.3

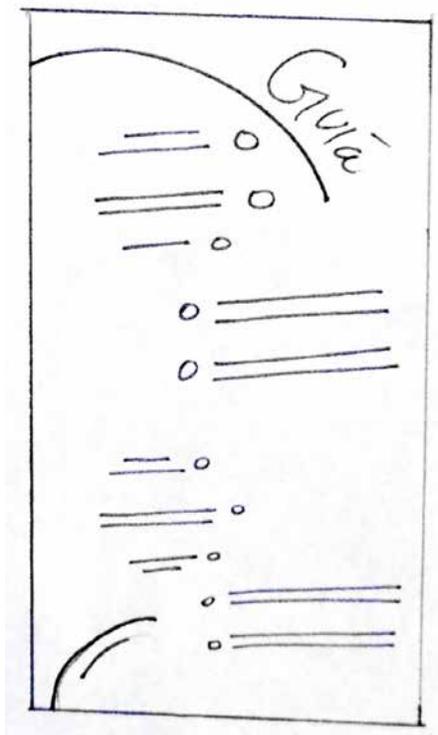
Contraportada



Tiene que ser minimalista utilizando como texto información de la institución como datos de ubicación, teléfonos, email, etc.

6.1.1.2.4

Índice



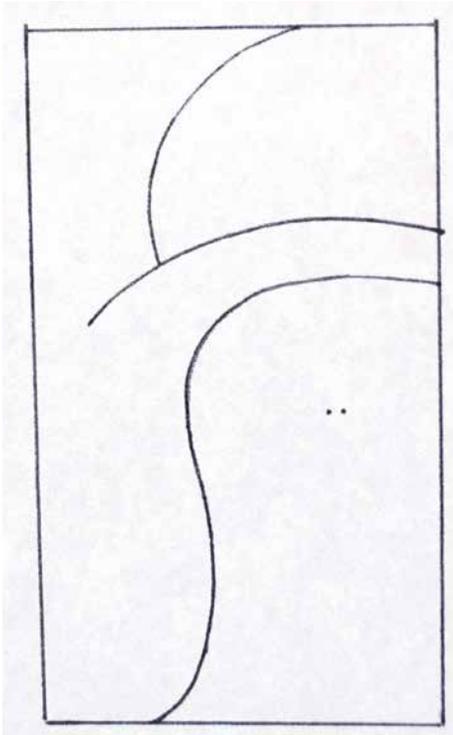
La retícula es a base de módulos creando movimiento en el recorrido visual de la lectura.

La diagramación en forma de círculos o cuadrados

6.1.1.2.5

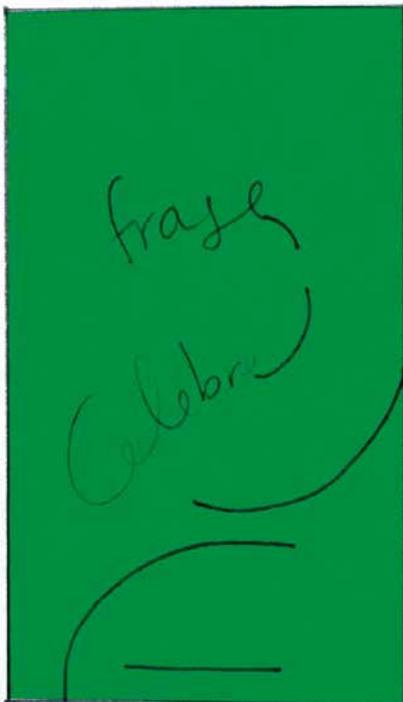
Portadillas

1



Implementar ilustraciones minimalistas dentro de la línea gráfica para crear dinamismo dentro de ésta.

2



Frases que reflejan creatividad o innovación de ciertos artistas.

6.1.1.2.6

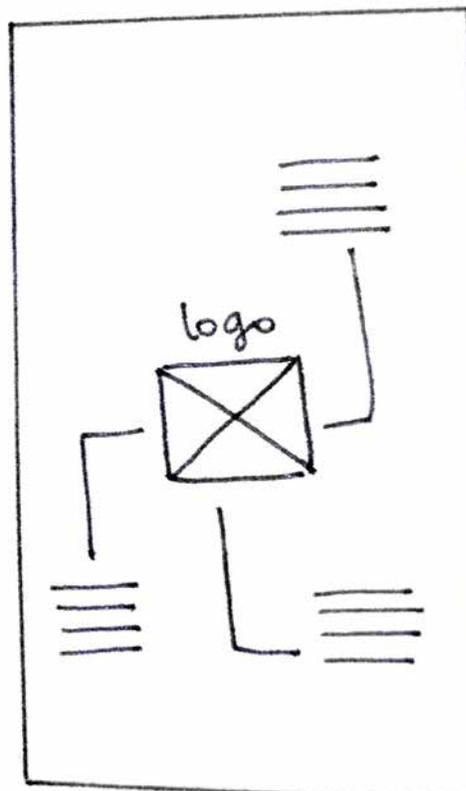
Páginas Internas

1



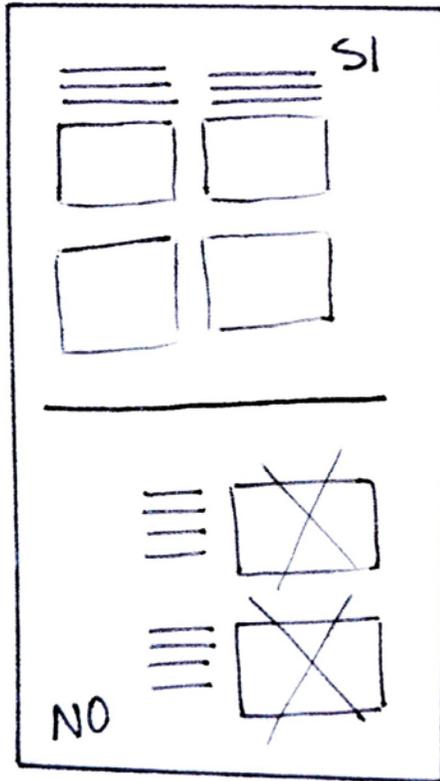
Que se ve únicamente el texto de introducción acerca de que es Pennat diagramado de forma circular al centro de la hoja

2



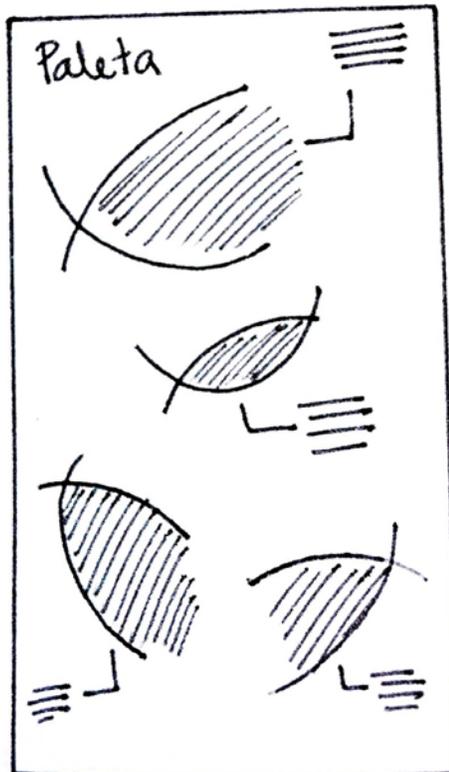
En esta página se explica el significado de cada una de las partes del logotipo

3



Es importante dar a conocer en el manual los usos correctos e incorrectos que se le darían al logotipo de una forma clara y sencilla

4

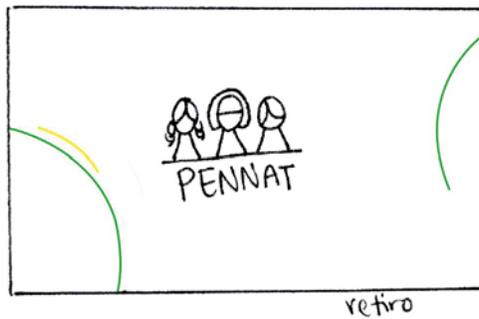
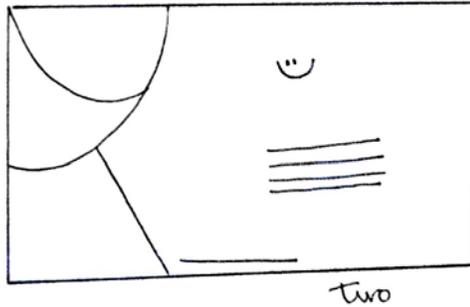


La paleta de color se pondría dentro de símbolos pequeños unidos con líneas incompletas y especificado al lado su pantone correspondiente, en una retícula de módulos

6.1.1.2.7

Papelería Institucional

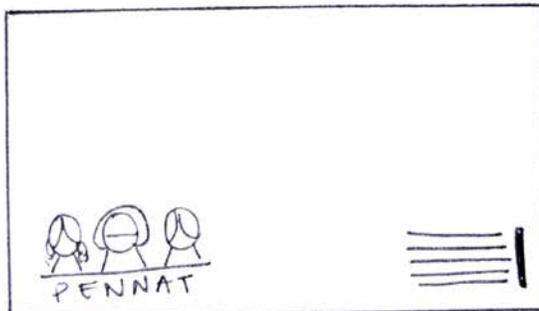
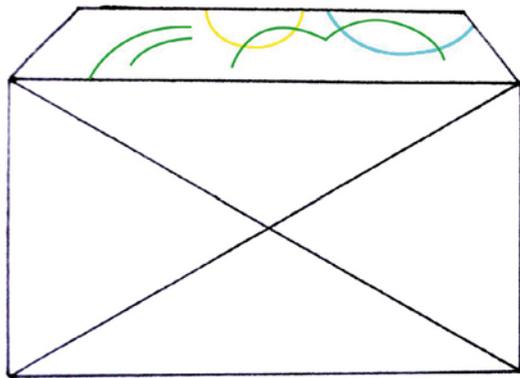
1



Tarjeta de presentación

Es la primer impresión de la línea gráfica de la institución por ello se diseño minimalista pero incluyendo una ilustración particular del logotipo y un ícono relacionado a la línea gráfica. Texto de igual forma en una retícula de módulos.

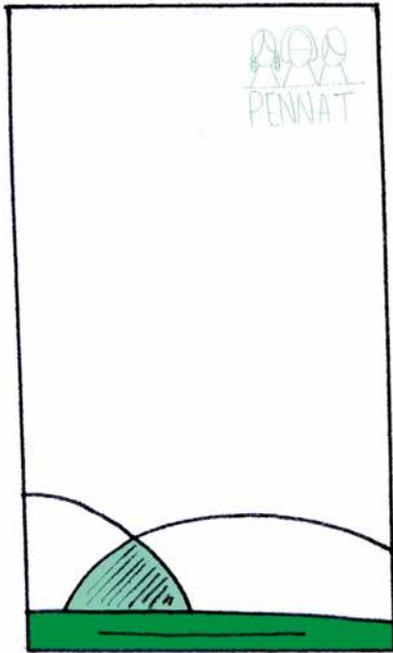
2



Sobre

Minimalista. En la parte de enfrente estaría información importante como los datos de la institución (ubicación, teléfonos, email) y en la pestaña estarían ilustrados pequeños semicírculos

3

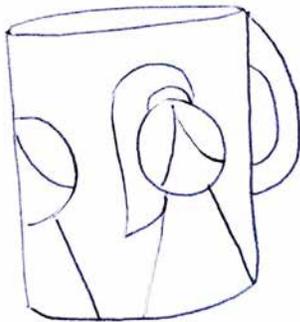


Hoja membretada

En la parte inferior de la hoja estaría un cintillo con la dirección de Pennat en z1.

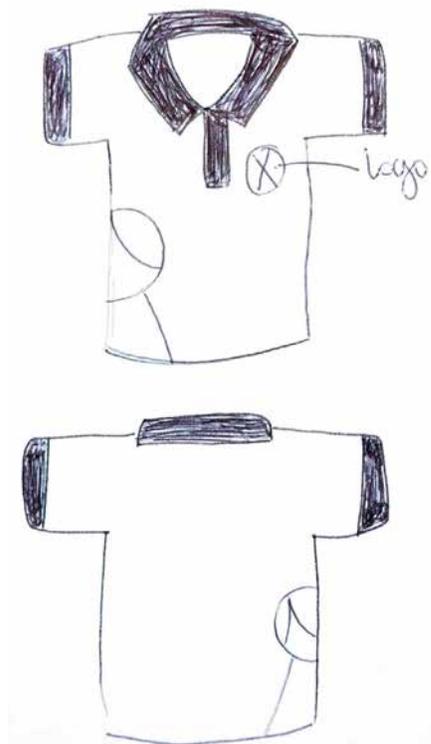
Círculos incompletos.

4



Tasa

El diseño incluye ilustraciones minimalistas y geométricas relacionadas con el logotipo y niños o niñas indígenas



Camisa

El logotipo en la parte superior izquierda de la camisa, con color en mangas, cuello y botones. El diseño incluye ilustraciones de niños aunque pueden omitirse o implementarlo en playeras.

6.1.2 Autoevaluación

En esta fase se define una de las dos propuestas de línea gráfica presentadas a través de una matriz de evaluación que define cada atributo ya sea a favor o en contra de los objetivos del proyecto. Se pondera con 10 puntos si cumple con los requisitos solicitados o 0 si fuese al contrario.

De acuerdo a los resultados establecidos en la matriz de evaluación se utilizará la segunda propuesta ya que la línea gráfica denota con mayor facilidad la identidad de la institución.

	Acorde al tema	Memorabilidad	Legibilidad	Abstracción	Identidad visual	Composicion	Identidad visual	Acorde al G.O	Total
Propuesta 01	8	5	9	7	7	7	6	5	54
Propuesta 02	8	8	9	9	8	9	7	7	65

6.2

Nivel 02 de Visualización

Este nivel de visualización da a conocer la fase de bocetaje ya digitalizada. Esto permite visualizar de forma más efectiva el resultado de los objetivos planteados en el proyecto. Cualquier cambio efectuado entre la fase de bocetaje y digitalización está debidamente fundamentada y se sigue respetando como base el concepto creativo "El flujo de la creatividad".

6.2.1 Propuestas digitalizadas

6.2.1.1 *Logotipo*

1

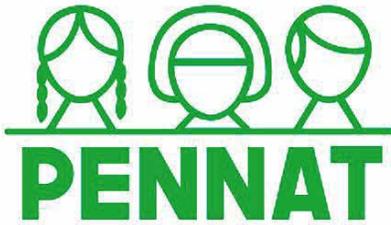


Se agregó una niña ya que la institución pretende representar en el logotipo que tanto a niñas como a niños se les da educación y generalmente en el interior del país le dan prioridad a niños para educación

2



Se hizo una modificación en la niña de el centro dándole importancia a la igualdad de etnias ya que es mestiza.



La importancia de dos logotipos es que la institución necesita poder representar en un logotipo que son una asociación y poder utilizarlo en cuestiones institucionales más formales y el otro es para cuestiones como redes sociales, afiches, etc.

El personaje de en medio se redibujó y representa el derecho igualitario entre niños y niñas

La modificación en los círculos de los rostros connota un rango de edades más avanzada a diferencia de la primer propuesta que son círculos.

6.2.1.2

Portada



Se modificó el diseño tipográfico ya que en el boceto estaba diagramado de forma circular y ahora es lineal para ser más legible.

Los colores utilizados son propios de la línea gráfica y representa lo minimalista del concepto creativo.

6.2.1.3

Contraportada



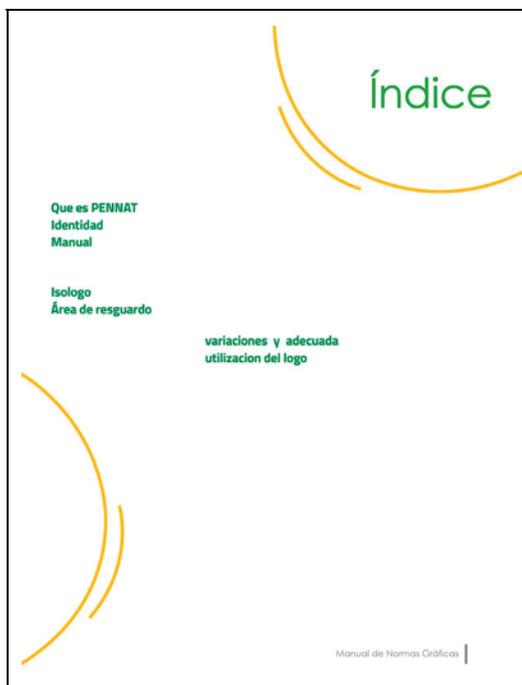
La contraportada es minimalista, el color utilizado tiene continuidad en la portada y es el verde característico de la línea gráfica.

El párrafo que cierra con el contenido propiamente del manual es una frase que utiliza la institución en sus clases y tiene relación con la línea gráfica.

"Practicando el aprendizaje en círculos, promovemos un mejor modelo pedagógico a enfoque de derechos"

6.2.1.4

Índice



La diagramación del índice es de forma modular para crear un recorrido visual dinámico sin dejar de ser minimalista.

6.2.1.5

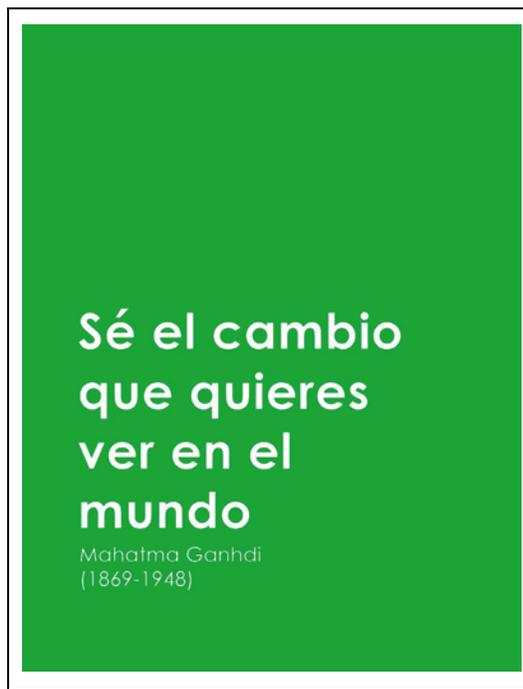
Portadillas

1



Esta portadilla se cambió al boceto principal, pues el personaje anterior no tenía relación con la línea gráfica.

2

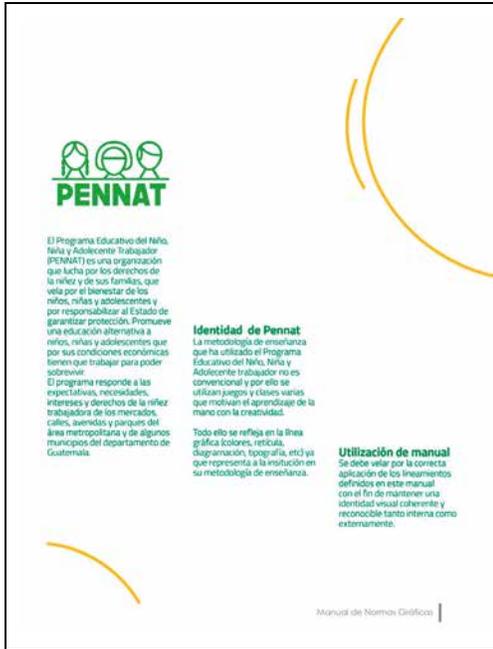


Las frases utilizadas dentro del manual serán frases célebres que tengan relación con el tema que es la "Educación".

Estas frases tienen relación con la línea gráfica ya que genera interactividad en el uso del manual, pues incita a la reflexión.

6.2.1.6 Páginas Internas

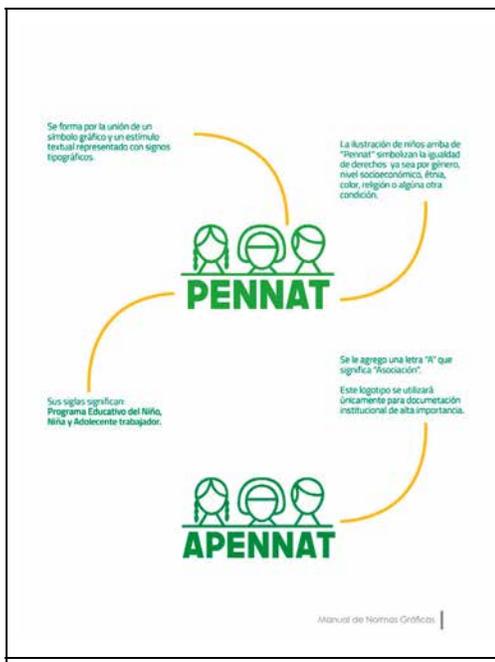
1



Entre las primeras páginas se incluirá la información de Pennat como institución, cuál es su identidad y la utilización del manual.

Incluyendo únicamente 2 colores y poco texto para que sea entendible y directo.

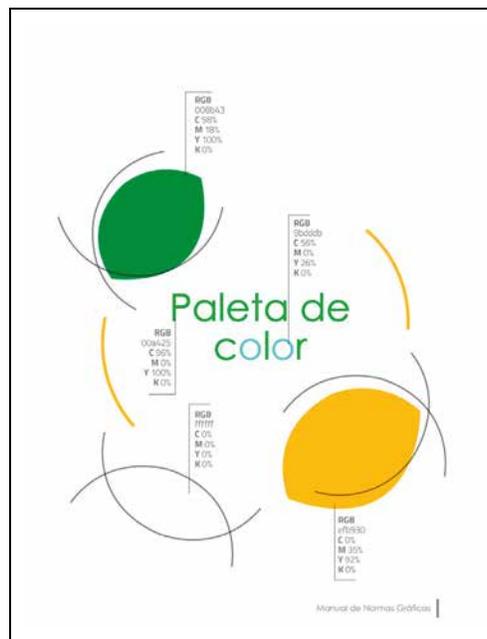
2



Esta página tiene el significado del logotipo de Pennat. Las líneas que unen textos y logotipos, son códigos visuales utilizados en el proceso de la creación del manual.



Esta página contiene las variaciones de Isologo en cuanto a color y está diagramado por módulos.

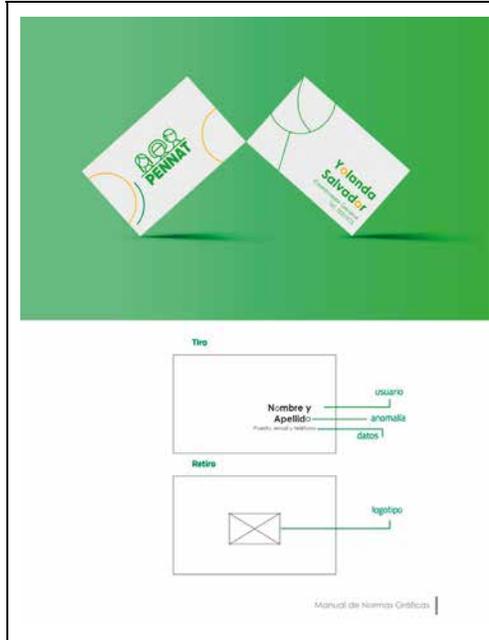


Para poder representar los colores utilizados en la paleta cromática, se hizo una composición de semicírculos creando un movimiento circular y definiendo en cada uno de ellos los códigos de color.

6.2.1.7

Papelería Institucional

1

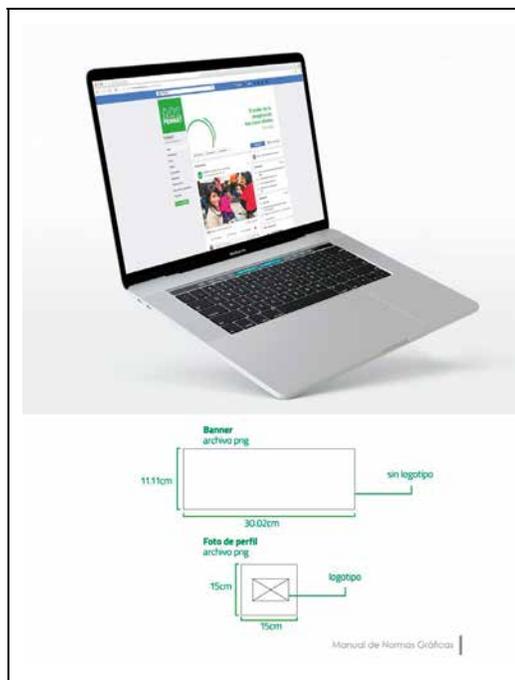


La tarjeta de presentación

está hecha con un fondo blanco y sin troquel para que su reproducción sea económica.

El nombre de cada persona a la que le pertenezca la tarjeta de presentación tendrá una anomalía en las letras "O" que se relaciona con lo geométrico de la línea gráfica y los niños; si no tuviesen letra "O" se hará en las letras "A" y si no tuviera ninguna de las dos, no llevará anomalía.

2



En **redes sociales** el uso de la línea gráfica será más minimalista.

Los dentro de la especificación de los mockups se detalla el formato en el que se publicará ya sea banner o publicaciones en en perfil.

3



La hoja membretada

es representada con el logotipo de "APENNAT" por requerimiento de la institución pues se manejan temas institucionales.

En la parte inferior, se colocará un cintillo con la información de ubicación de la institución.

Los colores utilizados serán únicamente los del logotipo de "Apennat"

4



Este diseño de **tasa** se eligió con el propósito de poder ser vendidas en un futuro y recaudar fondos.

Tiene como color predominante el de la institución, el logotipo en la parte inferior de la tasa y a los lados una frase motivacional referente al tema con una pequeña ilustración

5



El diseño de la **camisa** tiene una ilustración referente al logotipo en la parte superior derecha y el logotipo en la parte superior izquierda.

Se utilizan los colores verde y blanco que son los colores más utilizados en la institución.



6.2.2 Validación con profesionales en diseño gráfico

Se realizó una encuesta a once profesionales en diseño gráfico con el objetivo de obtener correcciones técnicas y opiniones críticas ya sea positivas o negativas, acerca de los avances del proyecto.

6.2.2.1 *Fotografía*



Lic. Erika Grajeda



Lic. María Gutiérrez



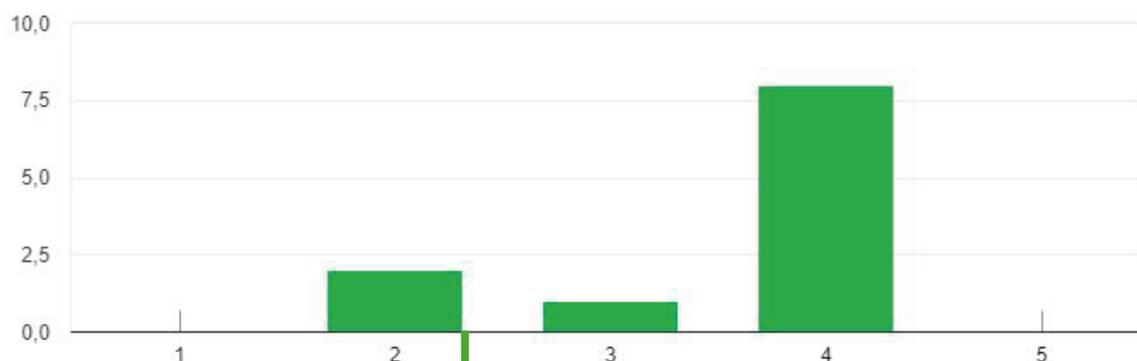
Lic. Claudia Leal

6.2.2.2

Resultados

¿Considera que el concepto creativo se evidencia y tiene relación con la línea gráfica propuesta?

11 respuestas

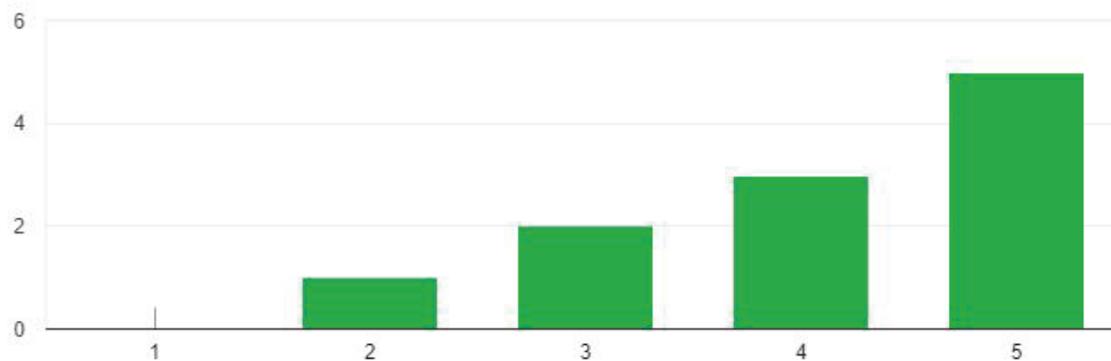


De las once personas encuestadas el 72.7% (8 personas) respondieron que la línea gráfica si tiene relación con el concepto creativo pero no totalmente; el 18.2% (2 personas) consideran que casi no tiene relación y el 9.1% (1 persona) no está segura si tiene relación o no.

El 45.5% (5 personas) consideran que la línea gráfica tiene relación con el grupo objetivo; el 27.3% (3 personas) están de acuerdo, el 18.2% (2 personas) no están seguras y el 9.1%(1 persona) considera que casi no tiene relación con el grupo objetivo.

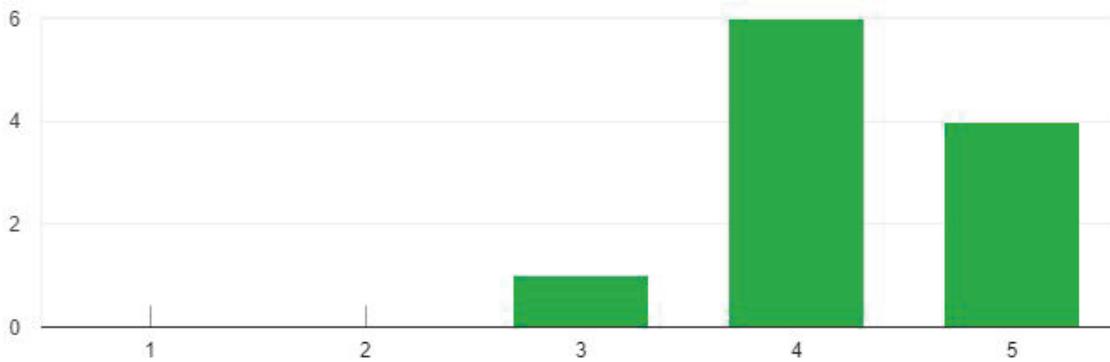
¿Considera que la línea gráfica tiene relación con el grupo objetivo?

11 respuestas



¿Se hace notoria la jerarquía visual entre títulos, textos e ilustraciones?

11 respuestas

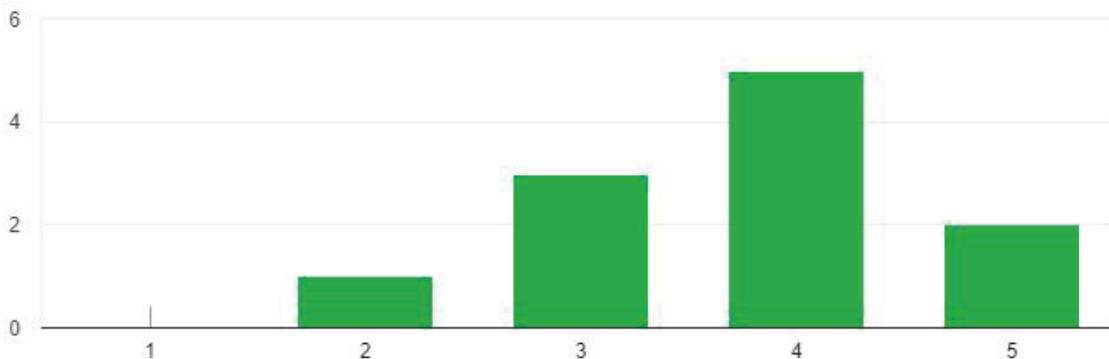


El 54.5% (6 personas) no está totalmente convencida sobre la notoriedad de jerarquía visual entre títulos, textos e ilustraciones; el 34.4% (4 personas) considera que el manual de normas gráficas sí tiene jerarquía visual y el 9.1% no está segura de que tenga jerarquía visual.

El 45.5% (5 personas) opinan que sí tienen relación la diagramación y el concepto creativo, pero no totalmente; el 27.3% (3 personas) no están seguras de que tengan relación; el 18.2% (2 personas) opinan que sí tiene relación totalmente la diagramación con el concepto creativo a diferencia del 9.1% (1 persona) que opina lo contrario.

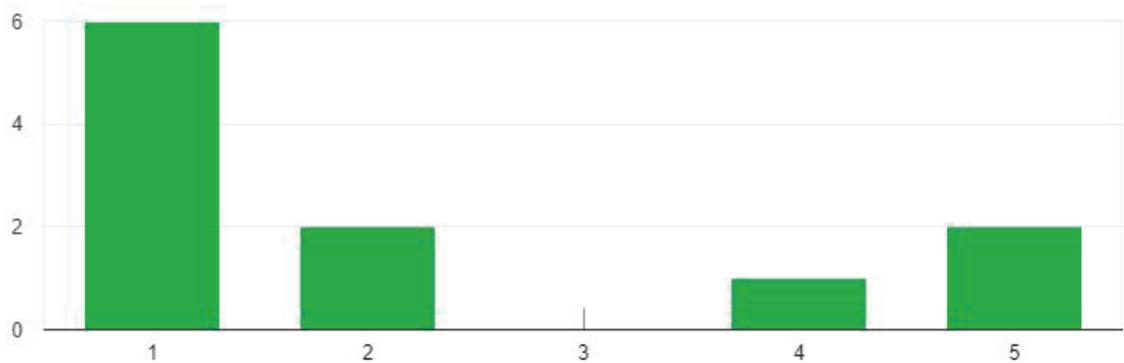
¿Considera que el tipo de diagramación va acorde al concepto creativo?

11 respuestas



¿Lo relaciona con alguna línea gráfica existente?

11 respuestas



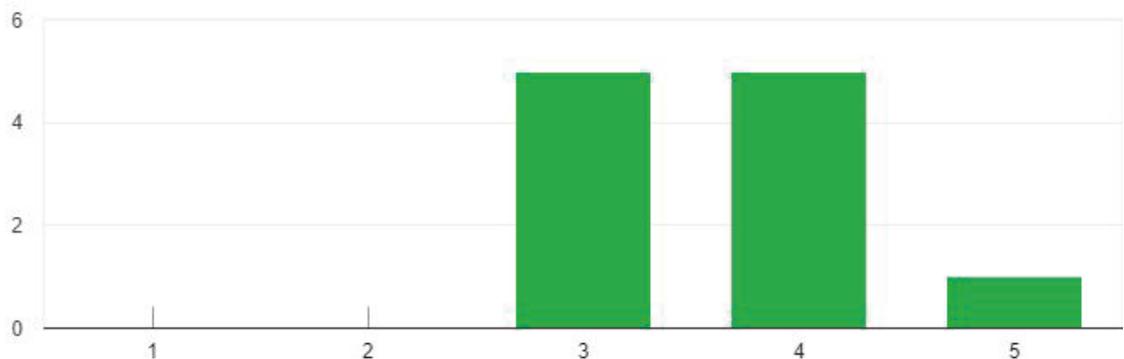
El 54,5% (6 personas) no relacionan la línea gráfica con una existente; el 18,2% (2 personas) Si la relacionan totalmente a otra línea gráfica; el 18,2% (2 personas) dudan y el 9,1% (1 persona) está casi segura de haber visto otra línea gráfica parecida.

Una de las personas encuestadas opina que se parece a un call center que se llama Innovative Contact Solutions.

El 45,5% (5 personas) dudan del nivel de impacto visual en el proyecto; el 45,5 (5 personas) están casi seguras y el 9,1% (1 persona) está totalmente segura del impacto visual del proyecto.

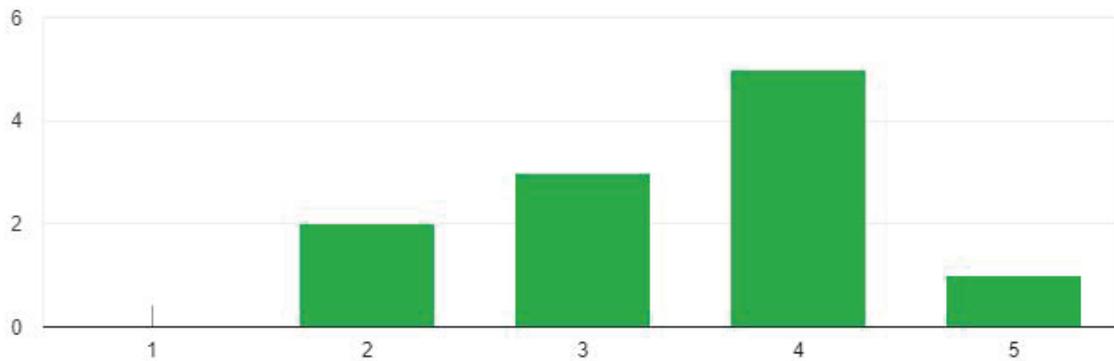
¿Qué calificación le daría al impacto visual que tiene la línea gráfica?

11 respuestas



¿Considera que la tipografía utilizada en la línea gráfica tiene relación con el concepto creativo?

11 respuestas

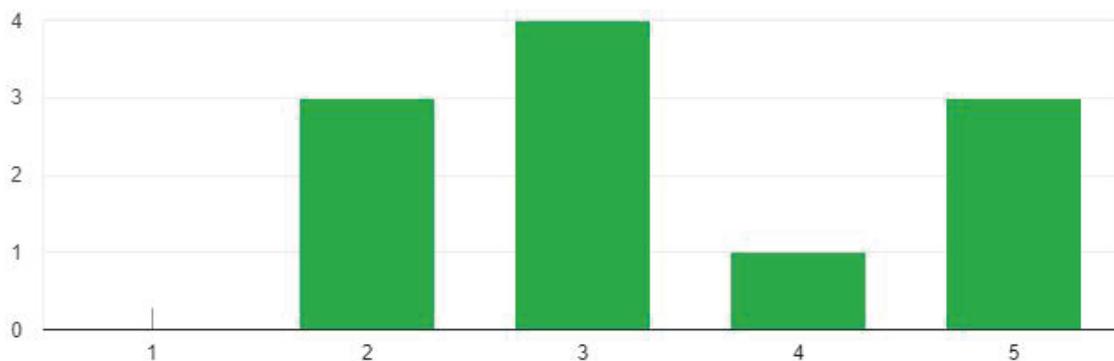


El 45.5% (5 personas) están casi seguras de la correcta elección de tipografía, el 27.3% (3 personas) dudan; el 18.2% (2 personas) no consideran que sea la tipografía adecuada y el 9.1% (1 persona) si está de acuerdo en la utilización de la tipografía.

El 36.4% (4 personas) no comprendieron la anomalía en textos como titulares; el 27.3% (3 personas) les gusta la anomalía; el 27.3% (3 personas) no vieron la anomalía y el 9.1% (1 persona) le gusta la anomalía pero no la considera esencial en el proyecto.

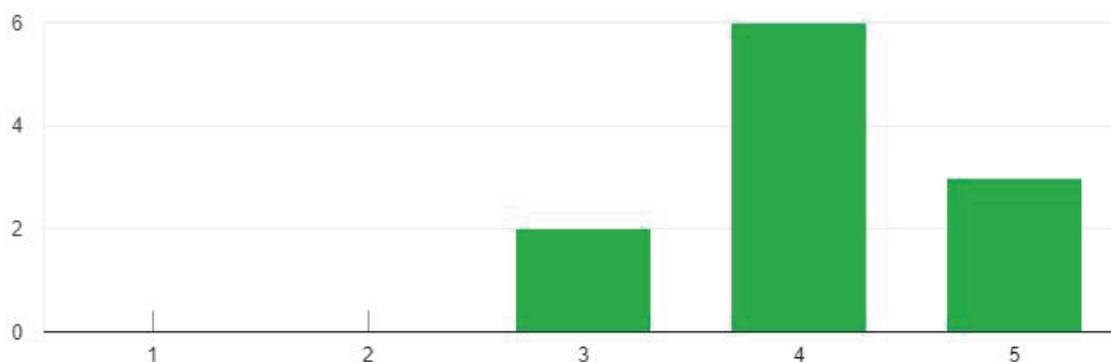
¿Qué tan interesante considera que es la anomalía utilizada en titulares del proyecto?

11 respuestas



¿Cómo califica la selección de la paleta cromática para el tema del proyecto?

11 respuestas

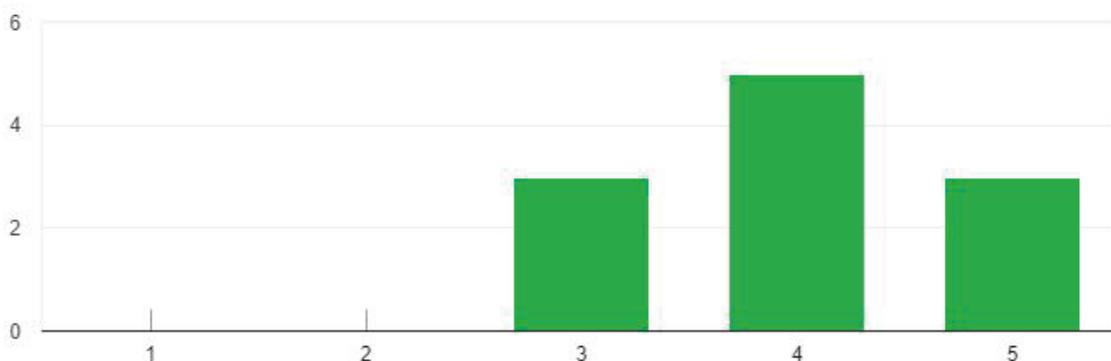


El 54.5% (6 personas) consideran que la paleta cromática está bien, pero podría mejorar; el 27.3% (3 personas) están totalmente de acuerdo con la selección de la paleta de color y el 18.2% (2 personas) no están seguras de la decisión de color.

El 45.5% (5 personas) consideran notables avances en el proyecto; el 27.3% (3 personas) opinan que hace falta contenido y el 23.3% (3 personas) opinan que se ha avanzado lo suficiente.

¿Qué calificación pondría en general al avance del proyecto?

11 respuestas



6.2.2.3 Comentarios

Al finalizar la encuesta se les solicitó a los encuestados dar su opinión crítica positiva o negativa y las respuestas fueron las siguientes:

1

La descripción sobre el significado del concepto creativo dentro del manual estaría bien, no literalmente como "concepto creativo" sino, como una descripción de la personalidad de la marca.

2

Me gusta tu isologotipo está muy bien, siento que representa la diversidad que buscas. Con respecto a la paleta de colores siento en los titulares las letras celestes se pierden totalmente y en lugar de darle más realce se lo quita, en lo personal lo anularía ya que siento que queda totalmente opacado por los demás colores; podrías tal vez cambiarlo por un azul un poco más intenso, siento que tendría un mejor match con los demás colores o sino simplemente omitir. Con respecto a la diagramación se ve algo estática, deberías de utilizar más rompetextos en ciertas parte para hacer más dinámica la diagramación. Y la tipografía en los titulares podrías emplear una tipografía más bold ya que se ve muy light y podría resultar más la bold.

3

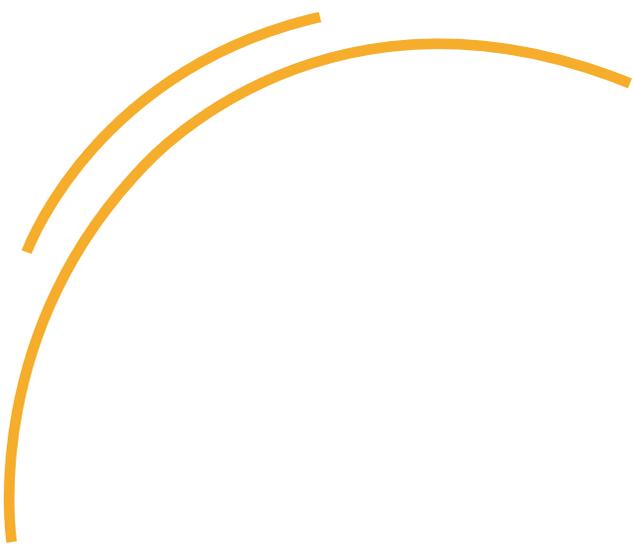
No se distingue las dos opciones entre pennat y apennat se ven como que fuera solo una variación de la primera, tal vez hacer uso de otro color. La jerarquía tipográfica no se ve evidenciada, tal vez poniendo los títulos más bold para diferencias el peso del título no solamente en el tamaño. En general muy bonito el trabajo.

4

Se debe considerar el recorrido visual de las páginas, no es usual usar los titulares en la parte inferior izquierda por la forma de lectura regular. La anomalía del titular del proyecto no es tan llamativa, casi pasa desperdiciada.

5

En lo personal me gusta como vas, tienes super bien especificado todo, y tu idea es muy clara. Sos super pilas y solo hacen falta ciertos cambios que la verdad no son tantos para que tu proyecto quede perfecto. ¡Tú puedes!



6

Probar con una tipografía diferente a Century Gothic... En la parte de colores incluir Pantones y no sobrecargar con las líneas curvas. con la tipografía considero que podrías utilizar otra un poco mas impactante para los titulares, que no sea tan recta, siempre usando palo seco pero tal vez más redonda, eso podría ayudar a diferenciar más los títulos y que resalten más haciendo un contraste con los demás, incluso podrían ir un poco más grande podrías jugar un poco más los pedazos de circulo de varias maneras

Es necesario colocar más elementos, más ilustraciones y más adaptaciones. Mejorar la tonalidad del color verde entre "Apennat" y "Pennat". Corregir grupo objetivo. Mejorar la portada y que cree más impacto visual. Evaluar la anomalía ya que no se nota mucho



6.2.3 Validación con expertos en el tema

Se realizó una entrevista a tres expertos en educación a nivel primaria con el objetivo de recabar información acerca de la correcto funcionamiento del manual de normas gráficas, todo ello con el afán de poder hacer correcciones y avanzar en el proceso de elaboración.

6.2.3.1 *Fotografía*



Pedagoga



Carlos Sánchez
Pedagogo



Pedagoga

6.2.3.2

Resultados

Considera que el contenido del manual es de utilidad y si hubiese algo que no, explicar porqué	si es de mucha utilidad ya que no hay en la institución
Crees que el texto del manual es legible?	claro que si
Considera que los colores utilizados son los adecuados a utilizar para el tema a tratar que es la "educación"	Si, la mayoría de instituciones utiliza esos colores, más el amarillo
¿Considera que el contenido del manual es fácil de comprender?	si, considero que alguien que no sea diseñador, lo entiende fácilmente
El tamaño en el que se imprimirá el manual es carta y vertical ¿Considera que es funcional?	Si, generalmente de ese tamaño son los libros y es más cómodo utilizarlo que horizontal
Si tuviera que cambiar algo, ya sea color, tipo de letra, ilustración, que sería y porqué?	La anomalía porque no logra percibirse y el tipo de letra impreso se ve bien, más pequeño ya no sería tan legible
¿Qué calificación le daría al impacto visual que tiene la línea gráfica de 1 al 10?	10
del 1 al 10 ¿Qué tan funcional ha sido el manual de normas gráficas según los avances del proyecto en la institución?	10
¿Cómo definiría la visualización de la línea gráfica en una palabra, eligiendo entre "Legible" "Entendible" e "Interesante"	Las 3 palabras definen los avances del proyecto pero prevalece "Entendible"
¿Qué calificación pondría en general a los avances del proyecto?	10

6.3

Nivel 03 de Visualización

En este nivel de visualización se dan a conocer las piezas digitales con las correcciones sugeridas por expertos en diseño gráfico y expertos en el tema, debidamente fundamentado para que se cumpla el objetivo del proyecto y tenga mayor funcionalidad e impacto hacia el grupo objetivo.

6.3.1 Propuestas digitalizadas

6.3.1.1 *Logotipo*



Se modificó la ilustración de en medio ya que uno de los fundadores de Pennat y algunos especialistas en diseño gráfico consideraban que en el logotipo anterior la niña de en medio parecía una señora ya eso no cumple con el requisito de que los 3 sean niños. El color empezando con el imagotipo se cambió, pues los colores que se estaban trabajando eran

RGB y deberían tener un pantone en específico.

El pantone con el que se trabajó es un verde 375 U para ambos imagotipos.

Se hizo la construcción a base de medida "x" y por lo mismo cambiaron algunas proporciones que tenía con anterioridad.

6.3.1.2

Portada



El logotipo fue colocado en la parte superior derecha ya que según uno de los expertos en el tema (un pedagogo), al momento de ver un documento que tenga un logotipo, nuestra primer reacción es ver hacia esta dirección.

La tipografía utilizada es "Century Gothic" y cambio de ser "regular" a "Bold" pues una tipografía con astas gruesas en la línea

gráfica que se está trabajando, que es minimalista, crea mayor impacto visual que con astas más ligeras.

Los pantone utilizados son:

Amarillo: Pantone 116U
Celeste: Pantone 3262U
Verde: Pantone 375 U
Tiene semicírculos que son los códigos visuales representativos de la línea gráfica.

6.3.1.3

Contraportada



La frase "Practicando el aprendizaje en círculos, promovemos un mejor modelo pedagógico, con enfoque de derechos" con el título "Conéctate con la niñez trabajadora" pretende crear una relación del propósito de Pennat con la línea gráfica que se utilizó en todo el manual.

Se modificó eliminando los semicírculos y agregando el ícono de una niña, basado en la sugerencia de uno de

los fundadores de la asociación, ya que se pretende que sean más niñas las que prevalezcan en los proyectos que tienen como asociación. La tipografía utilizada es Titilium que es la tipografía secundaria de todo el proyecto y el Pantone 375 U dándole continuidad a la portada.

6.3.1.4

Índice



Imagotipo	1
Datos relevantes	2
Construcción	3-4
Cuadrícula	5-6
Símbolo tipográfico	7
Tipografía Corporativa	8-9
Tipografía Secundaria	10-11
Símbolo Gráfico	12
Variaciones y adecuada utilización de Imagotipo (FORMA)	13
Imagotipo 1	14-15
Imagotipo 2	16-17
Área de resguardo	18-19
Paleta de color	20
Variaciones y adecuada utilización de Imagotipo (COLOR)	21-22
Imagotipo 1	23-24
Imagotipo 2	25
Papelería y aplicaciones	26-43
Terminología	44-45

Área de resguardo

Del índice no se hicieron mayores cambios pues no hubieron sugerencias acerca de esto.

La tipografía utilizada en la palabra “Índice” es Century Gothic que es la tipografía corporativa y el resto del contenido del índice es tipografía Titilium que es la tipografía secundaria. Los pantone utilizados son el verde (Pantone 375 U) y el Amarillo (116 U).

Está diagramado en dos columnas para tener un recorrido visual dinámico sin perder una legibilidad clara y jerarquía visual entre títulos, subtítulos, contenido y numeración.

6.3.1.5

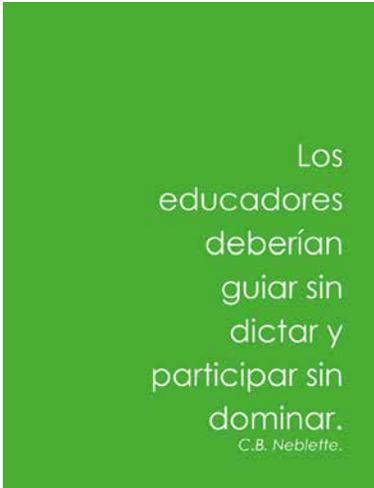
Portadillas

1



Se eliminó únicamente la opacidad con la que había sido trabajado y prevalecieron los colores. Los colores empleados son los pantone:
Amarillo: Pantone 116 U
Verde: Pantone 375 U
Celeste: Pantone 3272 U

La forma es un semicírculo en repetición modificando el ángulo y el color ya que hace referencia al código visual utilizado en todo el proyecto que es “el círculo”.



Las frases no tenían autores con relación en específico, media vez fueran motivacionales y cambiaron a ser frases importantes realizadas por pedagogos ya que la enseñanza es el área que trabaja Pennat.

La tipografía empleada en la frase es "Century Gothic, regular" y en el autor es "Century Gothic, italic".

El color de fondo es el Pantone 375 U.

6.3.1.6

Páginas Internas



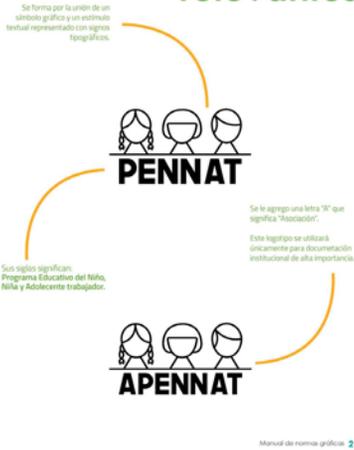
Se cambió el imago tipo del anterior al reciente y permaneció a información que ya contenía.

El color en textos es el Pantone 375 U y en los semicírculos el Pantone 116 U

La tipografía empleada es la tipografía secundaria (Titilium) en títulos, utilizando bold y en textos utilizando regular.



datos relevantes



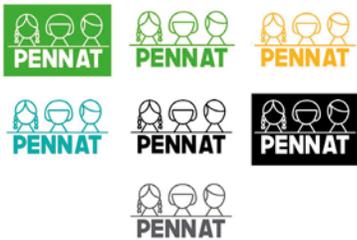
Se mantuvo la información que y se hizo el reemplazo del imagotipo anterior al reciente; se colocaron en versión blanco y negro para que la atención la tuvieran los "datos relevantes" que es el objetivo de esta página en específico.

La tipografía utilizada en el titular (Datos relevantes) es Century Gothic y en textos es Titilium.

Los colores empleados son:
Textos: Pantone 375 U
Semicírculos: Pantone 116 U

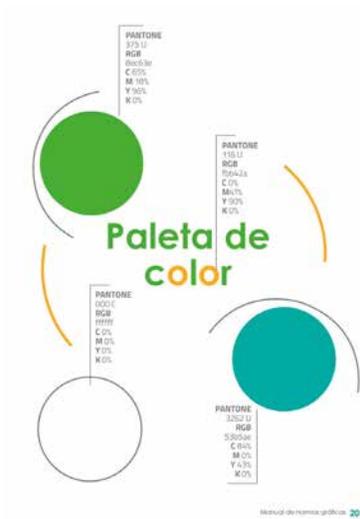
Imagotipo 1

Variantes de color
El color define un escenario de valores emocionales concretos que se deben considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.
El color principal del imagotipo, es el color verde (Pantone 375 U).



Esta página mantiene el contenido, únicamente se modificaron los colores tanto del texto como de las versiones de color pues cambiaron de RGB a Pantone.

Los colores empleados son:
Textos: Pantone 375 U
La diagramación está hecha en una retícula de 3 columnas manteniendo el minimalismo y una correcta jerarquía visual



En la información de colores se agregó el pantone de cada uno de ellos y se modificaron algunas figuras que representaban cada color.

La tipografía utilizada es la secundaria (Titilium)

Las figuras anteriores eran hechas de la unión de 2 semicírculos y cambiaron a ser círculos completos.

6.3.1.7 Papelería Institucional



La tarjeta institucional
Está elaborada con fondo blanco en portada y contraportada ya que por los recursos con los que se cuentan, su reproducción es más económica.

Toda la información está a tamaño real exceptuando la ilustración. Se agregó el imagotipo para tener una idea más clara de la ubicación del mismo.

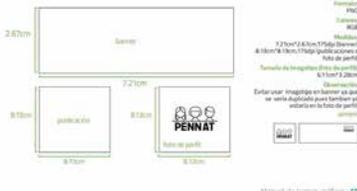
Se agregó información técnica para la elaboración de la tarjeta aparte de las medidas que ya se tenían y se mantuvo la ilustración. La información técnica es parte de la guía con la cual se ayudará el diseñador de la asociación al momento de hacer las tarjetas de presentación.

Los colores empleados son:
Textos: Pantone 375 U
Anomalía: Pantone 116
Semicírculos: Pantone 116 U y Pantone 3262 U
Logotipo: Pantone 375 U
La tipografía empleada en el nombre y apellido del usuario es la tipografía "Century gothic, bold"; el puesto y teléfono es "Century Gothic, regular".

2



Redes Sociales (FB)



información de acceso

Formato: PNG
 Color: RGB
 Resolución: 72 DPI
 21.84cm x 15.24cm (8.58in x 6.00in)
 8.51cm x 7.25cm (3.35in x 2.85in)
 Foto de perfil: 8.51cm x 8.51cm (3.35in x 3.35in)
 Foto de portada: 21.84cm x 15.24cm (8.58in x 6.00in)
 El tamaño de las imágenes debe ser el mismo que el tamaño de la imagen original. Si el tamaño de la imagen es menor, se rellenará con el color de fondo. Si el tamaño de la imagen es mayor, se recortará.

Redes sociales

En la hoja que detalla redes sociales están los tamaños y formatos a emplear en los artes dirigidos específicamente a facebook que es una de las redes sociales que más les ha funcionado a Pennat, por ello se especificó en la información técnica todo lo que el diseñador tiene que tomar en cuenta al momento de hacer los artes.

Se especificó un ejemplo de que no hacer al momento de colocar foto de perfil y banner aparte de las medidas de cada uno de los formatos (Foto de perfil, Publicaciones y Banner)

3



Hoja membretada



información de acceso

Formato: EPS
 Color: CMYK
 Resolución: 300 DPI
 21.84cm x 29.8cm (8.58in x 11.73in)
 8.51cm x 8.51cm (3.35in x 3.35in)
 Ubicación en la página: 2.54cm desde el borde superior izquierdo
 El tamaño de la imagen debe ser el mismo que el tamaño de la imagen original. Si el tamaño de la imagen es menor, se rellenará con el color de fondo. Si el tamaño de la imagen es mayor, se recortará.

Hoja Membretada

Mantiene el mismo diseño, únicamente se sustituye el logotipo por el actual y se modifica el color.

El pantone empleado es 375 U y se agrega en la hoja del manual, la información técnica a emplear al momento de su elaboración.



La tasa

Fue un material muy aceptado tanto para diseñadores como para expertos en el tema, por ello no hicieron ninguna modificación, sólo se sugirió que en la información técnica que lleva el manual se agregara que tipo de sistema de impresión se necesitaría para la reproducción de la tasa.

El color empleado en la elaboración de la tasa es el Pantone 375 U y la tipografía es Century Gothic, regular, para la frase y Century Gothic, italic, para el autor. Las frases empleadas serán un únicamente frases de pedagogos reconocidos o motivacionales relacionadas a la enseñanza.



Camisas

La camisa se modificó y se agregó la camisa para mujeres. Aparte se agregó una ilustración ejemplificando cómo se emplearía el logotipo y la información técnica para la elaboración de cada una de las camisas.

El color empleado es el Pantone 375 U

6.3.2 Validación con grupo objetivo

Se realizó una entrevista al diseñador de la institución junto con el que hace los trámites para imprimir los materiales de la institución, ya que es importante saber si comprendieron el manejo y utilización del manual.

Las preguntas formuladas pretenden recabar información acerca de la funcionalidad, legibilidad e impacto visual de la pieza junto con la línea gráfica.

6.3.2.1 *Fotografía*



6.3.2.2 Resultados

A continuación se presentan los resultados en común de las respuestas obtenidas en la entrevista realizada a cada una de las personas

del grupo objetivo para la recaudación de información necesaria en la elaboración del proyecto.

¿Considera que los colores utilizados para la línea gráfica dan a entender que se trata sobre "educación"?	El 100% respondió que sí
¿Cada uno de los temas abordados en el manual, se comprenden fácilmente?	El 100% respondió que sí
¿La forma en la que lee el documento tiene coherencia	El 100% respondió que sí
¿De 1 a 5 que tan de acuerdo está con los colores utilizados?	El 100% respondió que sí
¿Que tan importantes considera los temas abordados en el manual?	Muy importante
De 1 a 5 ¿Que tan importante considera un manual de normas gráficas en Pennat?	El 100% respondió con 5
¿Tuvo algún problema con el tamaño de la letra?	Ninguno
¿Tuvo algún problema con el color empleado en los textos?	Ninguno
¿Considera que es suficiente la información que contiene? Si su respuesta fuese no, especificar.	El 100% respondió que sí
¿Que calificación le daría en general al avance del proyecto?	El 100% respondió con 5

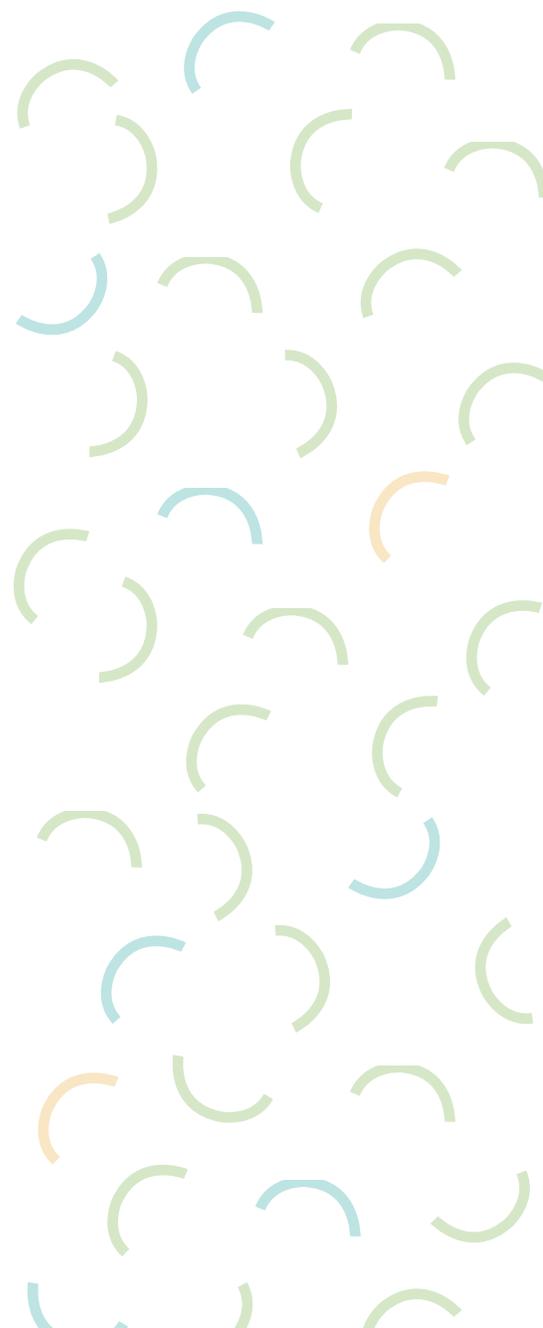
6.4

Fundamentación de la propuesta de diseño y presentación final

6.4.1 Concepto Creativo

El concepto creativo fue modificado y se cambió únicamente el nombre por "Círculos viciosos creativos" QUE hace referencia a los círculos reconstructivos. Fue modificado gracias a las asesorías con profesionales de diseño. El Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador (PENNAT) es una asociación que imparte sus clases de forma recreativa por lo mismo la mayoría de sus clases son basadas en juegos, pero cuando hacen juegos o dan retroalimentación a trabajos hechos por los alumnos, siempre

se sientan en círculos que involucran a los estudiantes como a profesores. Pennat considera que el círculo hace que las personas estén más expuestas y en confianza con los involucrados, pues no está detrás de nadie ni delante de nadie, ésto hace que pueda exponerse de forma más clara y al estar dentro del círculo ser más transparente. El concepto creativo se basó en esta metodología de impartir sus cursos pues es algo muy relevante para la asociación.



6.4.2 Códigos visuales

Los códigos visuales empleados son semicírculos y no círculos completos para no crear una perfección en las formas utilizadas en el manual ya que esto perdería cierto dinamismo que se pretende.

Se utilizaron como códigos visuales 3 ilustraciones básicas de niñas ya que uno de los objetivos de Pennat como asociación es brindarle educación a más niñas de las que se tienen actualmente.



6.4.3 Colores

Los colores principales empleados son el verde y el blanco.

El verde simboliza la esperanza, la buena suerte y no tiene connotaciones negativas, ni positivas por sí mismo; por esta razón, se dice que es intermedio.

También se le asocia con la tranquilidad, la armonía y con lo agradable.

El blanco que refleja pureza y sin mancha. Es un color muy utilizado ya que es un color poco agresivo y muy neutro. Los colores verde y blanco fueron

seleccionados como principales ya que eran los que se tenían con anterioridad y son los colores con los que las personas ya estaban identificadas, aparte de ello, el grupo objetivo confirmó con la validación que son los colores que asocian con la educación.

6.4.4 Diagramación y retícula

Se diagramó en una retícula de tres columnas para crear un recorrido visual dinámico, manteniendo la línea gráfica que es una tendencia minimalista. En su mayoría la justificación de textos dentro de la diagramación es alineada a la izquierda y pocos textos alineados a la derecha, dependiendo el orden de los elementos visuales en el formato. Son alineados ya sea derecha o izquierda, para no connotar perfección al justificarlos al centro; aunque la diagramación si sea al centro, de igual forma se mantiene la justificación a la derecha o izquierda.



6.4.5 Tipografía

Se trabajaron dos tipografías, la corporativa y secundaria.

La tipografía corporativa es la representante del logotipo y ésta es "The next font" ya que es una tipografía imponente por el peso visual que tiene en sus astas; al ser bold tiende a llamar más la atención y se eligió que fuera sans serif para que no tuviese mayor detalle e hiciera mayor impacto visual con el símbolo ya que éste, sí tiene detalles.

Las tipografías secundarias son empleada en textos como la redacción de documentos impresos

ya sean libros, revistas, afiches, inclusive en el contenido de las papelería institucional o textos específicos. Titilium cuenta con una amplia familia tipográfica que permite interactuar con las diferentes variables como el grosor en títulos o subtítulos, sin perder los rasgos básicos de la tipografía. Century Gothic es empleada en titulares de mayor importancia pues es una tipografía geométrica y resaltan mucho los círculos que son parte de la línea gráfica.

Estas tipografías fueron seleccionadas basadas en sus rasgos ya sean geométricos o ligeros, unificando el concepto creativo con el contenido del manual.

6.4.6 Formato y sustrato

El formato del manual es tamaño carta, 8.5 pulgadas por 11 pulgadas. La elección del formato del papel es porque al reproducirlo disminuyen los costos ya que no habría desperdicio de papel.

El tipo de papel para imprimir es couche de 135-200 gramos para prolongar la vida del manual ya que el papel es grueso y es más difícil que se desgaste.

6.4.7 Anomalía

La anomalía empleada en la línea gráfica hace referencia a lo geométrico de la tipografía y hace referencia también al logotipo pues

6.4.8
Propuesta
Final



Manual
de Normas
Gráficas

El Manual de Identidad Corporativa unifica los elementos constitutivos de la Identidad Visual de Pennat. Como elementos constitutivos se establecen las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.



El Manual de la Marca debe ser una herramienta a utilizar en todas las aplicaciones de la marca corporativa y a su convivencia con sus servicios. Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



Índice

Imagotipo	1
Datos relevantes	2
Construcción	3
Cuadrícula	5
Símbolo tipográfico	7
Tipografía Corporativa	8
Tipografía Secundaria	10
Símbolo Gráfico	12

Variaciones y adecuada utilización de imagotipo (FORMA)	13
--	-----------

Imagotipo 1	14-15
Imagotipo 2	16-17

Área de resguardo	18
--------------------------	-----------

Paleta de color	21
------------------------	-----------

Significado del color	22
------------------------------	-----------

Variaciones y adecuada utilización de imagotipo (COLOR)	23
--	-----------

Imagotipo 1	25
Imagotipo 2	27

Papelería y aplicaciones	29
-------------------------------------	-----------

Terminología	47
---------------------	-----------

Sé el cambio
que quieres
ver en el
mundo

Mahatma Gahndi
(1869-1948)



El Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador (PENNAT) es una asociación que lucha por los derechos de la niñez y de sus familias, que vela por el bienestar de los niños, niñas y adolescentes para responsabilizar al Estado de garantizar protección. Promueve una educación alternativa a niños, niñas y adolescentes que por sus condiciones económicas tienen que trabajar para poder sobrevivir.

El programa responde a las expectativas, necesidades, intereses y derechos de la niñez trabajadora de los mercados, calles, avenidas y parques del área metropolitana y de algunos municipios del departamento de Guatemala.

Identidad de Pennat

La metodología de enseñanza que ha utilizado el Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente trabajador no es convencional y por ello se utilizan juegos y clases varias que motivan el aprendizaje de la mano con la creatividad.

Todo ello se refleja en la línea gráfica (colores, retícula, diagramación, tipografía, etc) ya que representa a la institución en su metodología de enseñanza.

Utilización de manual

Se debe velar por la correcta aplicación de los lineamientos definidos en este manual con el fin de mantener una identidad visual coherente y reconocible tanto interna como externamente.

Imagotipo

manual de normas gráficas



Imagotipo

Este es el elemento primordial de la identidad visual de PENNAT.

El nuevo imagotipo ha sido diseñado para proporcionar una imagen sólida aunque discreta que permite la fácil combinación con otros logotipos.

La tendencia utilizada para la elaboración del imagotipo es el "minimalismo".

En las siguientes páginas se especifican una serie de reglas simples para utilizar el imagotipo y la identidad corporativa de la asociación.

Tómese su tiempo para comprender cómo aplicar estas normas y así comunicar de una forma clara el mensaje que desee transmitir manteniendo la identidad de Pennat.

datos relevantes

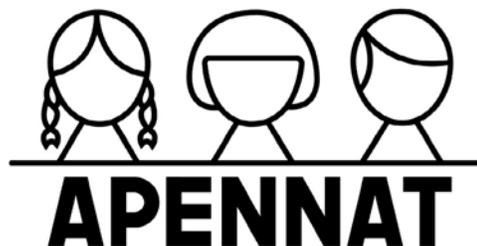
Se forma por la unión de un símbolo gráfico y un estímulo textual representado con signos tipográficos.



Se le agrego una letra "A" que significa "Asociación".

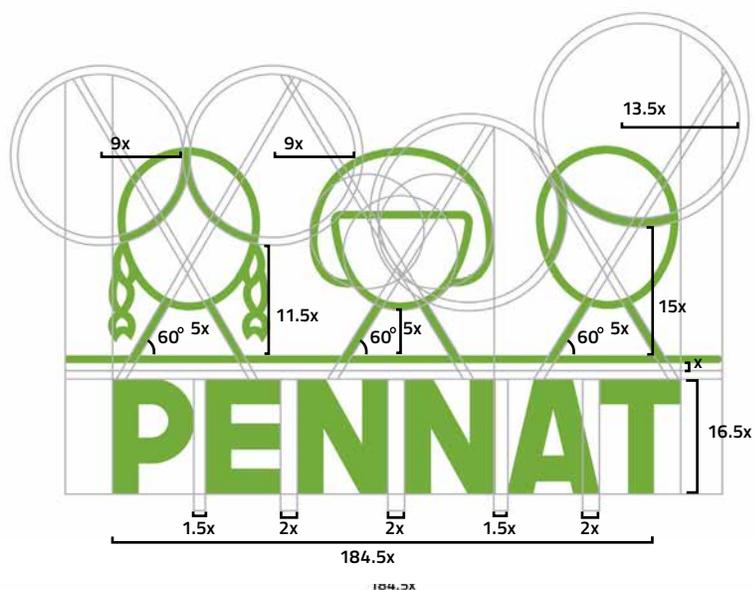
Este imagotipo se utilizará únicamente para documentación institucional de alta importancia.

Sus siglas significan:
**Programa Educativo del Niño,
Niña y Adolescente trabajador.**



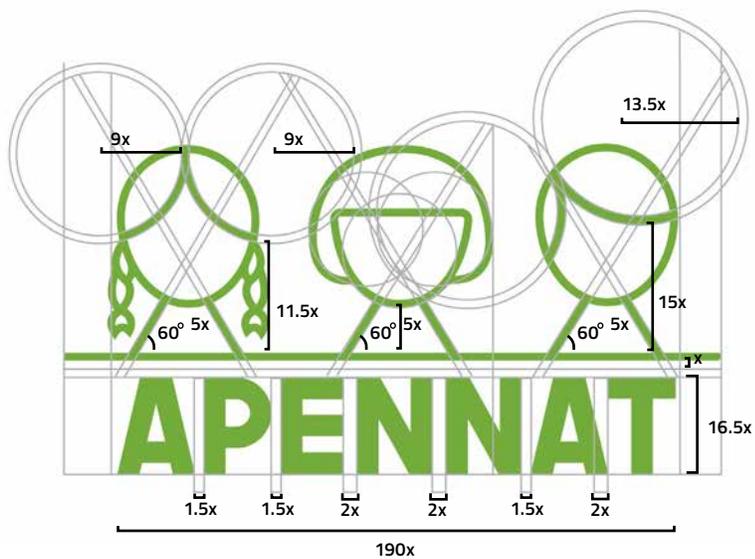


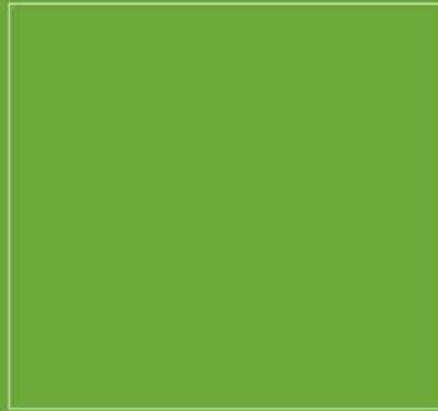
Construcción



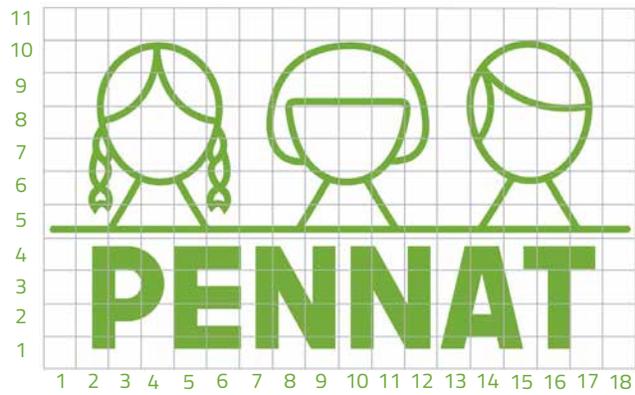
Trazo geométrico

Se presenta de manera clara el detalle de medidas en la construcción del imagotipo para "Pennat" y "Apennat" partiendo de la medida "x" que es la medida más pequeña multiplicable y fácil de dividir en relación a la estructura del imagotipo.



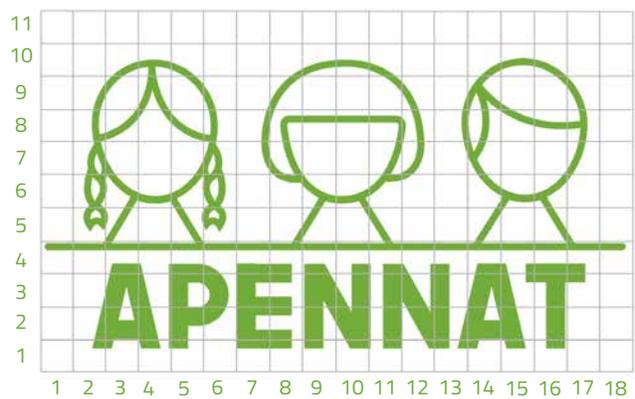


Cuadrícula



Retícula de reproducción

Es una guía que permite reproducir el imago tipo en alguna superficie de mayor escala. Es ideal la adecuada utilización de proporciones para mantener la integración los elementos gráficos.



Símbolo tipográfico

El imagotipo completo omite el texto "Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador" pues se considera que tiene una comunicación más clara y concisa sólo con la palabra "Pennat" y el símbolo gráfico.

PENNAT

APENNAT

Tipografía

CORPORATIVA

THE NEXT FONT

La palabra "Pennat" y "Apennat" fue diseñada en la tipografía "The next font" ya que es una tipografía imponente por el peso visual que tiene en sus astas; al ser bold tiende a llamar más la atención y se eligió que fuera sans serif para que no tuviese mayor detalle e hiciera mayor impacto visual con el símbolo ya que éste, sí tiene detalles.

La tipografía seleccionada crea mayor contraste con el símbolo pues tiene mayor peso visual y el símbolo es totalmente ligero por sus trazos delgados.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! ' \$ % & / () = ? & # ^ * : ; _ - . , i ' + -

Tipografía

SECUNDARIA

Century Góthic (regular)

Century Góthic (regular)

Century Góthic (regular)

Century Góthic (regular)

Century Gothic es empleada en titulares de mayor importancia pues es una tipografía geométrica y resaltan mucho los círculos que son parte de la línea gráfica.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! " . \$ % & / () = ? ¿ ^ * : ; _ - . , ' ` ¡ ' ° + -

Titilium (regular)

Titilium (semibold)

Titilium (bold)

La tipografía secundaria es empleada en textos como la redacción de documentos impresos ya sean libros, revistas, afiches, inclusive en el contenido de las papelería institucional. Titilium cuenta con una amplia familia tipográfica que permite interactuar con las diferentes variables como el grosor en títulos o subtítulos, sin perder los rasgos básicos de la tipografía.

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

! " . \$ % & / () = ? ¿ ^ * : ; _ - . , ' ` ¡ ' ° + -

Símbolo gráfico

La ilustración da a conocer la igualdad de derechos ya sea por género, nivel socioeconómico, étnia, color, religión o alguna otra condición.

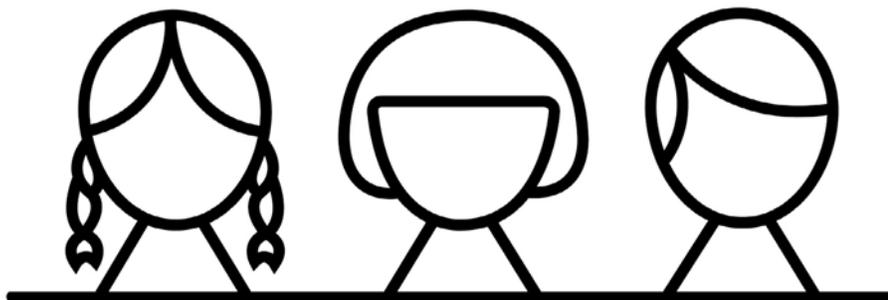
Dos de las ilustraciones son niñas pues en el interior del país, pocas veces se les da estudio a las niñas ya que son consideradas ayuda en el hogar y no reciben la educación que por derecho les corresponde.

personjes

Niña de trenzas: simboliza a niñas indígenas

2da Niña : simboliza la igualdad por género

Niño: representa la igualdad de derechos sin importar la posición económica



Variaciones y adecuada utilización de imago tipo

FORMA



Imagotipo 1

Uso correcto

La correcta utilización del imagotipo creara resultados ya sea positivos o negativos dependiendo las modificaciones que se le realicen; por ello, se específica, cual es el uso correcto en su utilización en cuanto a forma.



Versión vertical:

El gráfico de proporcionalidades indica la relación entre símbolo gráfico y el tipográfico; no podrá ser alterada a fin de conservar intacta la identidad visual de Pennat.



Símbolo gráfico

Es correcto sólo usar el símbolo gráfico que representa la institución si así se desea o necesite.



Versión horizontal:

Se podrá utilizar esta posición cuando el formato donde se aplique lo determine indispensable.

El nombre "Pennat" tiene que estar alineado al símbolo gráfico sin modificar el tamaño.

Imagotipo 1



Omitir trazos

Esta prohibido omitir trazos que hacen parte del imagotipo

PENNAT

Omitir símbolo

Esta prohibido omitir el símbolo gráfico representante del imagotipo

Uso incorrecto

Se establecen ejemplos de la mala utilización del imagotipo en cuanto a forma



Inclinación

Es incorrecto utilizar el imagotipo con algún tipo de inclinación sin importar el ángulo



PENNAT



PENNAT



PENNAT

Dimensiones

Es incorrecto cambiar dimensiones ya sea en el símbolo gráfico o tipográfico.

Imagotipo 2

Uso correcto

El logotipo "Apennat" será utilizado únicamente de forma vertical ya que será utilizado para necesidades más institucionales.



Imagotipo 2

Uso incorrecto

Se establecen ejemplos de la mala utilización del imagotipo en cuanto a forma



Inclinación

Es incorrecto utilizar el imagotipo con algún tipo de inclinación



Símbolo gráfico

Es incorrecto sólo usar el símbolo gráfico que representa la institución.

PENNAT

Omitir símbolo

Esta prohibido omitir el símbolo gráfico representante del imagotipo



Dimensiones

Es incorrecto cambiar dimensiones ya sea en el símbolo gráfico o tipográfico

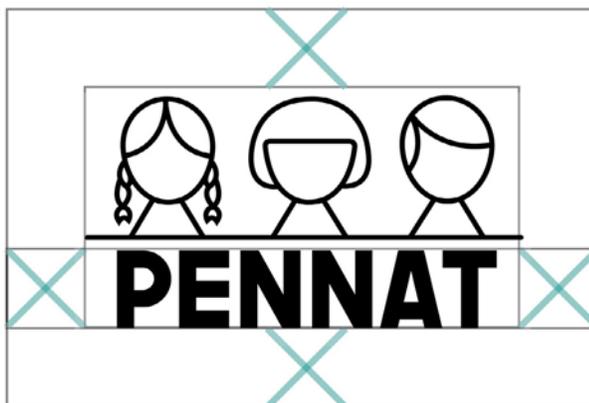


Versión horizontal:

El nombre "Pennat" tiene que estar alineado de forma VERTICAL al símbolo gráfico sin modificar el tamaño.

Área de Resguardo



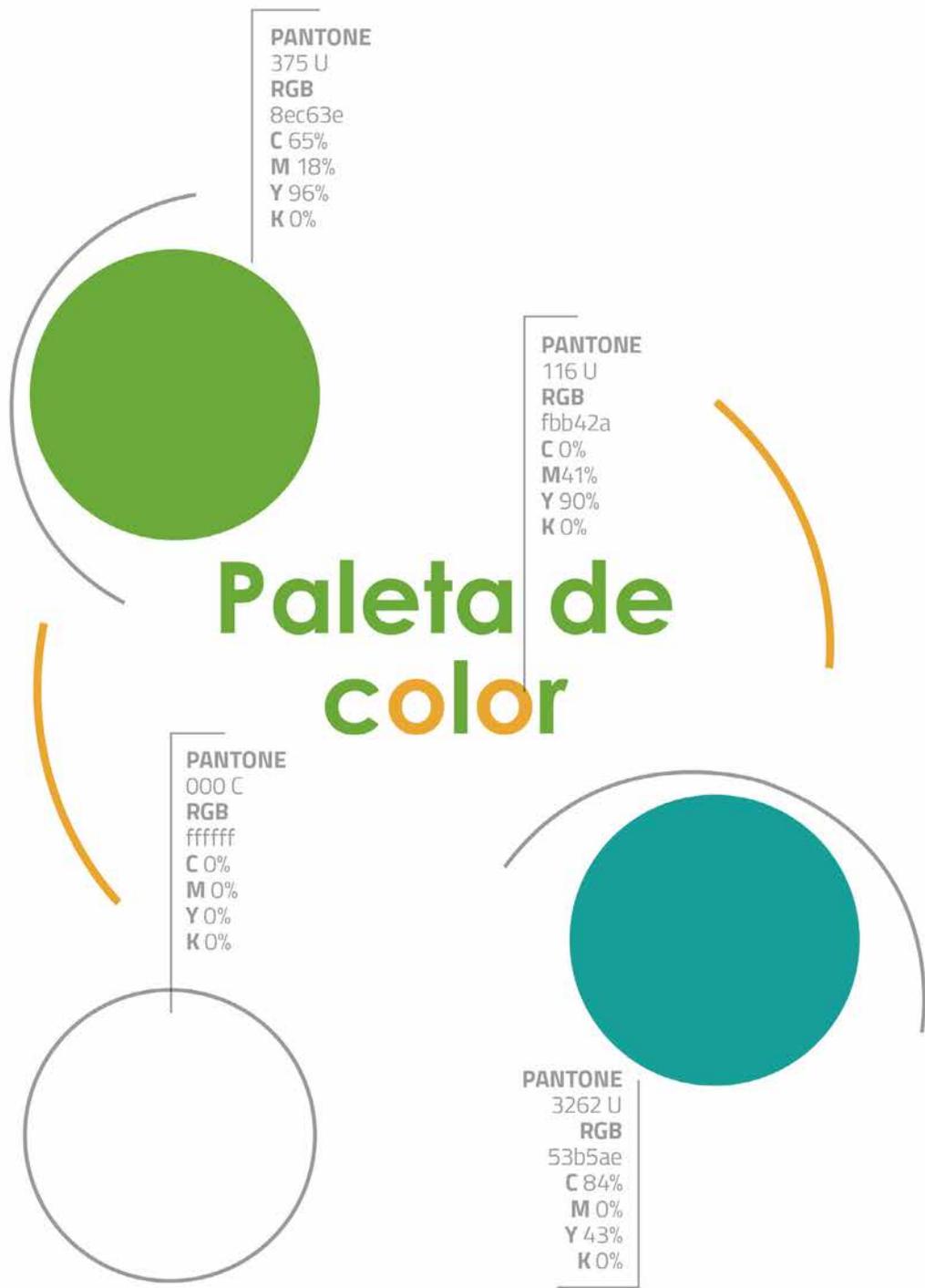


Área de resguardo

Para asegurar una correcta aplicación del imagotipo de Pennat se debe mantener el área de resguardo mínimo de "X" que equivale a la medida del alto de la tipografía en la palabra "Pennat".



Los educadores
deberían guiar
sin dictar
y participar sin
dominar
C.B. Neblette.



Colores principales

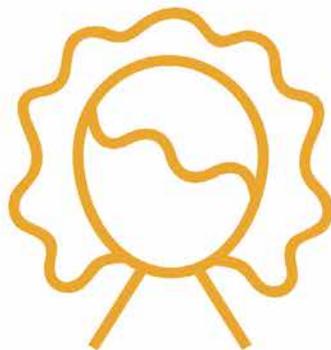
El verde simboliza la esperanza, la buena suerte y no tiene connotaciones negativas, ni positivas por sí mismo; por esta razón, se dice que es intermedio.

También se le asocia con la tranquilidad, la armonía y con lo agradable. El blanco refleja pureza y sin mancha.



Variaciones y adecuada utilización de imagotipo

COLOR



Versión a color

El color del imagotipo puede servir como elemento de identificación cuando sean usado de manera independiente.

En esta página se presentará la versión color y la escala de grises.

En las páginas siguientes se establecen con mayor detalle otras versiones del imagotipo para ser utilizadas cuando existan restricciones técnicas que impidan el uso de la versión preferencial.



Versión en escala de grises

La escala de grises se utilizará en sistemas de reproducción que así lo necesiten.



Imagotipo 1

Variantes de color

El color define un escenario de valores emocionales concretos que se deben considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del imagotipo, es el color verde (Pantone 375 U).



Utilización Incorrecta

Cualquier variante de color, orientación, proporción o combinación planteada en los siguientes ejemplos es incorrecta y por tanto está prohibida.



Cambio de color:

No es permitido cambiar el color del imagotipo a colores que no esten normados en este manual.



Relleno:

Esta prohibido modificar el empleo del color en las diferentes áreas del imagotipo.



Saturación de colores:

Esta prohibido la modificación de la saturación del color en el imagotipo.

Imagotipo 2

Variantes de color

La utilización de este logotipo será únicamente para documentación en la que la institución considere pertinente. El color a utilizar es el Pantone 375 U



Utilización Incorrecta

Variante en la tonalidad del color o cambio de dimensiones es considerada incorrecta.



Cambio de color:

No es permitido cambiar el color del imagotipo a colores que no esten normados en este manual.



Relleno:

Esta prohibido modificar el empleo del color en las diferentes áreas del imagotipo.

Aprendemos en círculos

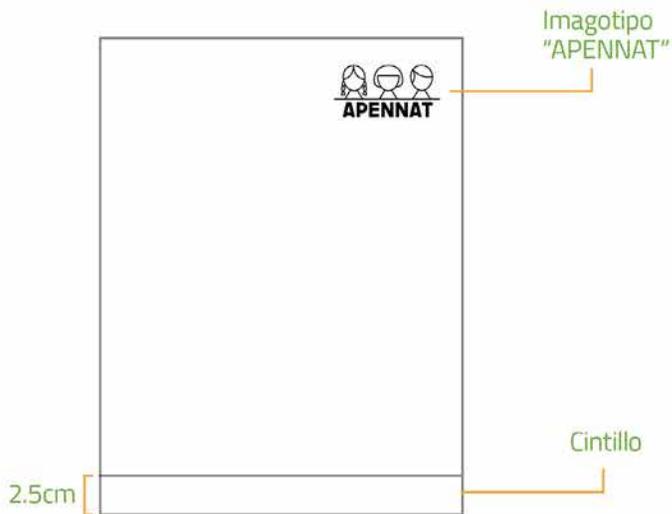
Pennat

Papelería y aplicaciones





Hoja membretada



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:
21.59cm*27.94cm (tamaño carta)
21.59cm*35.56cm (tamaño oficio)

Color:
Utilizar el pantone 375 U

Cintillo:
La medida es de 2.5cm de alto,
contiene datos de ubicación
de la institución

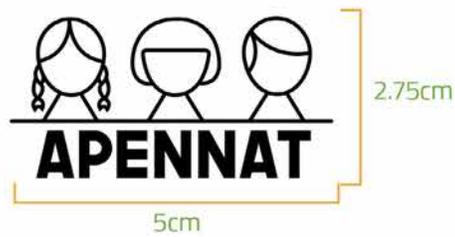
Tamaño de imagotipo:
3.5cm*4.5cm
a 2cm de distancia entre el imagotipo y
margen de la hoja

Texto:
Tipografía:
Century Góthic, regular, 13pt
(datos de ubicación, cintillo)
Interlineado 13pt
Kerning óptico

SopORTE:
Hojas carta u oficio, papel bond,
80 gramos



Sello



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK
Pantone P Process Black C

Medidas:
5cm*2.75cm

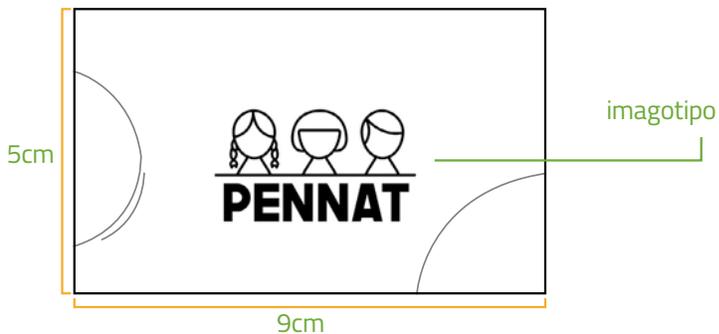


Tarjeta de Presentación

Tiro



Retiro



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:
9cm * 5cm

Uso adecuado de Anomalía:
Utilizar anomalía únicamente en las vocales "O" del nombre y apellidos del usuario (Si no tuviese vocal "O" omitir la anomalía")

color de anomalía:
Utilizar el pantone 116 U

Texto:

Tipografía:
Century Gothic, bold, 18pt (usuario)
Century Gothic, regular, 9pt (datos)

Interlineado 13pt

Kerning óptico

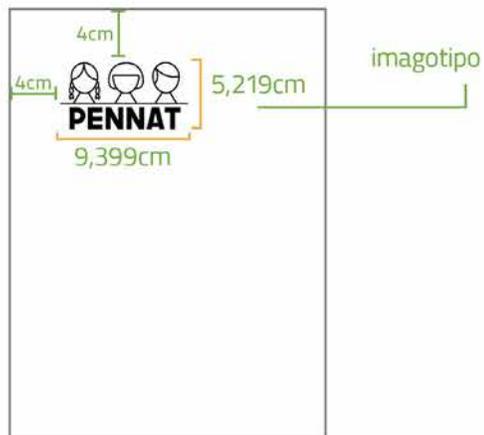
Ubicación: Esquina inferior derecha
Margen: 1.8cm de distancia entre la información y el margen de tarjeta.

Tamaño de imagotipo:
Utilizar el imagotipo a un 1/4 del tamaño de la tarjeta de presentación y centrarlo.

Soporte:
Opalina, 350 gramos



Agenda



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Margen:
4cm*4cm de distancia entre el
imágenes y el margen de la agenda

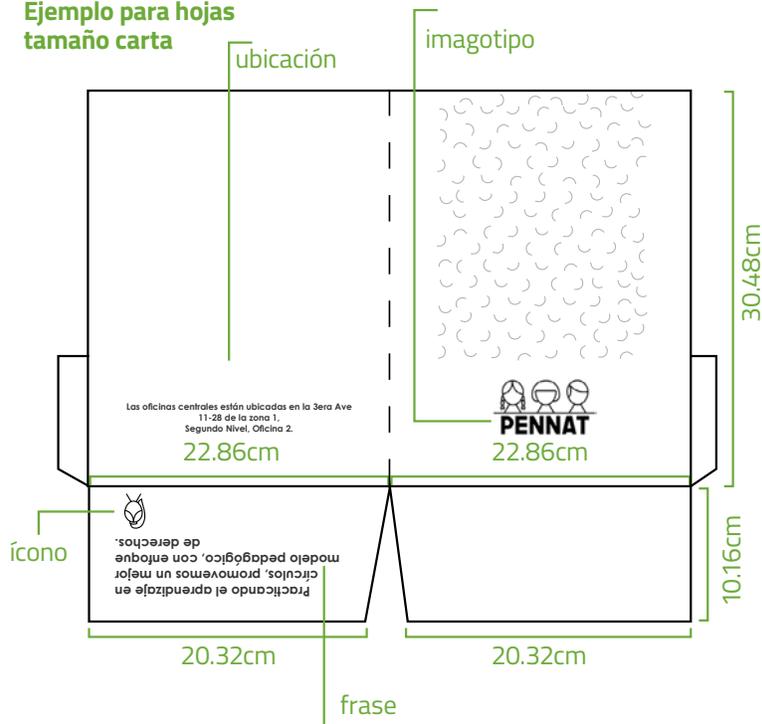
Color:
CMYK
Pantone P Process Black C

Tamaño de imágenes:
9.399cm*5.219cm (imágenes)
No importando el tamaño del
soporte de la agenda



Carpeta de Presentación

Ejemplo para hojas tamaño carta



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:
Para hojas oficio, agregar 7.6cm de alto

frase:

Tipografía:
Century Góthic, bold, 26pt (frase)
Interlineado 29pt
Kerning óptico

Margen: 4cm de distancia entre la información y el margen de carpeta

Tamaño de imatotipo:
Utilizar el imatotipo a un 1/10 del tamaño de la portada de la carpeta y centrarlo en la parte inferior.

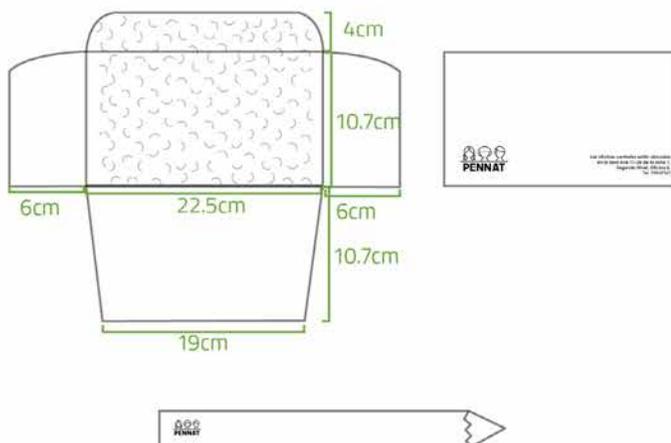
Soporte:
Husky calibre 8

ícono:
1.8cm*2.9cm

contraportada:
Información de ubicación
Century Góthic, regular 15pt (ubicación)
Alineado paralelo al logotipo



Sobre y lápiz



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

SOBRE

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:

22.5cm*10.7cm (armado)
34.5cm*25.4 (formato completo)

Tamaño de imago tipo:
4.52cm*1.87cm

Soporte:

Papel bond 80 gramos.

Texto:

Tipografía:
Century Gothic, bold, 11pt (dirección)
Century Gothic, regular, 11pt (teléfono)
Interlineado 14pt

Kerning óptico

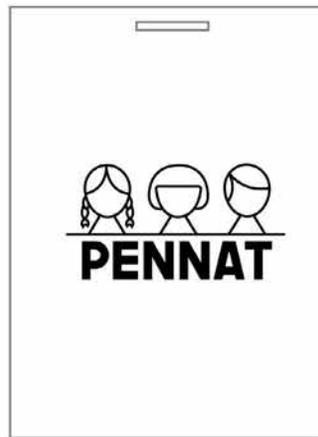
Margen: 4cm de distancia entre la información y el margen de sobre

LÁPIZ

Tamaño de imago tipo:
2.53cm*1.34cm



Gafete Empresarial



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:
6cm*9cm

Texto:

Tipografía:
Century Gothic, bold, 18pt (usuario)
Century Gothic, regular, 9pt (datos)

Interlineado 19pt

Kerning óptico

Ubicación: Esquina inferior derecha
Margen: 1cm de distancia entre la información y el margen de tarjeta.

Soporte:
Husky C8

foto:
2.7cm*2.7cm

contraportada:

Tamaño de Imagotipo:
4cm*2.26cm centrado
en el soporte de impresión



Rollup



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:

80cm*200cm (rollup estándar)

Si el tamaño aumenta, la medida del imagotipo cambiaría proporcionalmente.

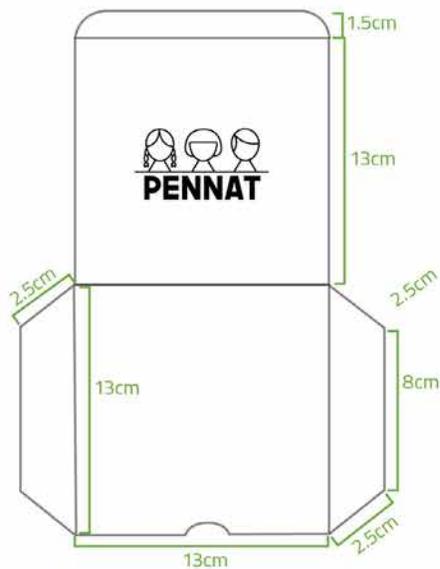
Tamaño de imagotipo (rollup estándar):
26.6cm*13.9cm

Margen: 9.8cm de distancia entre el imagotipo y el margen del rollup.

Soporte:
vinil, tela o poliéster



CD y sobre



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:
18cm*27.5cm (tamaño total de hoja)
2.5*13cm (pestañas laterales)
13cm*13cm (cuadros principales)
13*1.5cm (pestaña superior)

Tamaño de imagotipo:
6.1cm*3.2cm, centrado (sobre)
3.cm*2cm, centrado entre el margen del disco y el círculo de enmedio (disco)

Soporte:
Husky C8 (sobre)
Disco



Camisa



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas imatipo (sin importar las
medidas de playera):
8cm*4cm (esquina superior derecha)

Soporte:
Algodón, poliéster.

Sistema de impresión:
Serigrafía.

Color:
Pantone 375 U.



Playera mujer



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas imagotipo (sin importar las
medidas de playera):
8cm*4cm (esquina superior derecha)

Soporte:
Algodón, poliéster.

Sistema de impresión:
Serigrafía.

Color:
Pantone 375 U.

Playera hombre



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas imagotipo (sin importar las
medidas de playera):
8cm*4cm (esquina superior derecha)

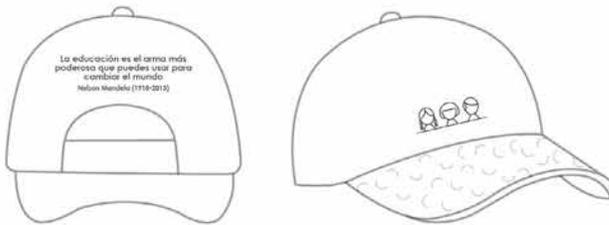
Soporte:
Algodón, poliéster.

Sistema de impresión:
Serigrafía.

Color:
Pantone 375 U.



Gorra



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Tamaño de imagedotip:
5.75cm*3.04cm

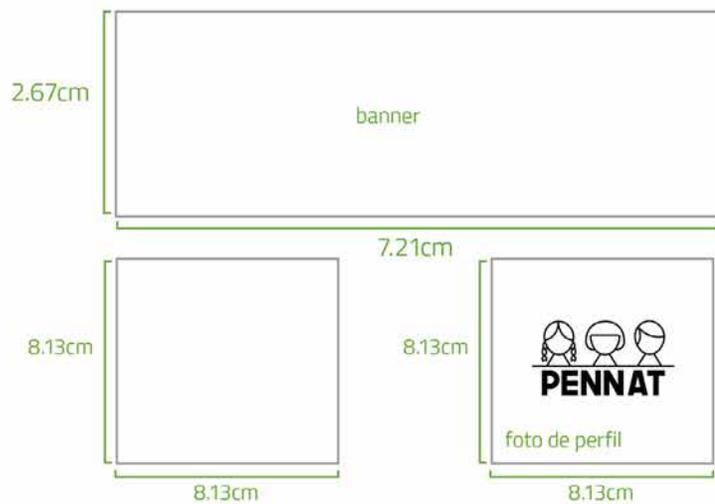
frase:

Tipografía:
Century Góthic, bold, 26pt (frase)
Interlineado 29pt
Kerning óptico

Sistema de impresión:
Sublimación



Redes Sociales (FB)



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
PNG

Colores:
RGB

Medidas:
7.21cm*2.67cm,175dpi (banner)
8.13cm*8.13cm,175dpi (publicaciones o foto de perfil)

Tamaño de imagotipo (foto de perfil):
6.11cm*3.28cm

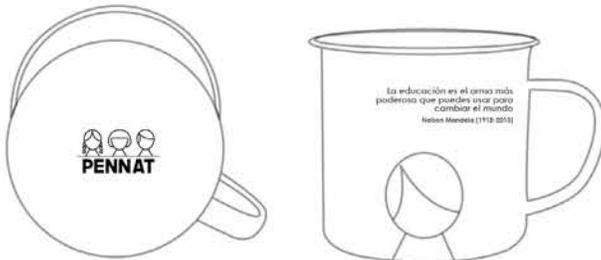
Observación:
Evitar usar imagotipo en banner ya que se vería duplicado pues también ya estaría en la foto de perfil.

ejemplo:





Tasa



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Tamaño de imatipito:
4cm*2.201cm, centrado en la parte superior de la tasa

Soporte:
Porcelana, cerámica o peltre

Ilustración:
4cm*3cm

Texto:
Tipografía:
Century Góthic, bold, 10pt (frase)
Century Góthic, regular, 6pt (autor)
Interlineado 15pt
Kerning óptico

Color:
Pantone 375 U.

Sistema de impresión:
Sublimación.



Bolsa



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

BOLSA

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:
29.5cm*30cm*7cm

frase:

Tipografía:
Century Góthic, bold, 163.96pt
("gracias")
Century Góthic, regular, 96.6pt ("por tu
aporte")

Interlineado 88.06pt

Kerning óptico

Soporte:

Bold 120 gramos

TARJETA

Medidas:
9cm * 5cm

Tamaño de imatipo:

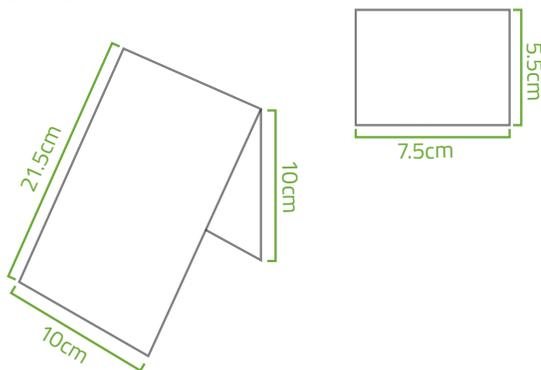
Utilizar el imatipo a un 1/4 del tamaño
de la tarjeta de presentación y centrarlo.

Soporte:

Opalina, 350 gramos, grofada



Etiqueta de información y marca



INFORMACIÓN DE ARCHIVOS

ETIQUETA DE INFORMACIÓN

Formato:
JPG

Colores:
CMYK

Medidas:
10cm* 31.5cm

Soporte:
Husky C8

Texto:

Tipografía:

Century Góthic, bold, 11pt (dirección)
Century Góthic, regular, 11pt (teléfono)

Interlineado 14pt

Kerning óptico

Margen: 4cm de distancia entre la información y el margen de sobre

LÁPIZ
Tamaño de imagotipo:
2.53cm*1.34cm

Terminología

Asociación

Un grupo de individuos que entran en un común acuerdo como voluntarios para lograr un propósito específico.

Identidad visual

Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

Imagotipo

Unión del isotipo y el logotipo con los que se identifica a una marca.

Minimalismo

Tendencia artística que reduce al mínimo sus medios de expresión.

Tipografía

Hace referencia a los elementos letras, números y símbolos pertenecientes a un contenido impreso, ya sea en soporte físico o digital.

Familia tipográfica

Conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con características estructurales y estilísticas comunes, que permiten reconocerlas como pertenecientes a una misma tipografía.

Pantone

Sistema de control de colores muy empleado en la producción de pinturas de color por mezcla de tintas.

CMYK

Mezcla de pigmentos de los siguientes colores para crear otros más:

C = Cyan (Cian).

M = Magenta (Magenta).

Y = Yellow (Amarillo).

K = Black o Key (Negro).

RGB

Composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios de la luz.

JPG

Algoritmo diseñado para comprimir imágenes con 24 bits de profundidad o en escala de grises. Normalmente se le llama JPG debido a la extensión que tiene en sistemas operativos que sólo aceptan tres letras de extensión.

Serigrafía

Técnica de impresión que consiste en grabar imágenes por medio de una pantalla de seda o tela metálica muy fina.

Sublimación

Tipo de impresión que se caracteriza por el hecho de que realiza la transferencia de lo que es la tinta al papel mediante el calor y una cinta de tinta que tiene cuatro colores y que se llaman CMYK.

“Conéctate con la niñez trabajadora”

Practicando el aprendizaje en
círculos, promovemos un mejor
modelo pedagógico, con enfoque
de derechos.



6.5

Lineamientos para puesta en práctica

6.5.1 Lineamientos de uso

La línea gráfica será implementada en sus materiales y artes digitales desde que se entregue el manual de normas gráficas y la institución considere pertinente.

El manual de normas gráficas será utilizado por los diseñadores de la institución como guía a seguir y poder mantener una unidad visual en la identidad de

la asociación. Para poder reproducir algún material impreso o digital, será necesario guiarse con los aspectos técnicos a seguir que detalla el manual.



6.5.2 Lineamientos técnicos

Para poder hacer uso del archivo de origen del manual, deberá ser utilizado Adobe Indesign 2014 o alguna de las versiones de Indesign más actualizadas. Se entregará el archivo editable en formato IDML e impreso. Para poder entregar

el archivo de origen se entregará junto con ello, todas las imágenes en alta resolución utilizadas, tipografías o fuentes, el archivo editable y un PDF a tamaño real para impresión. Para poder imprimir el manual deberá ser enviado a imprenta o

litografía a 300dpi, imágenes en alta resolución y en colores CMYK.

Pieza	Medio de Publicación o reproducción	Especificaciones Técnicas	Distribución
Rediseño de logotipo y manual de normas gráficas del Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador.	Impreso	<p>Litografía o imprenta. Archivo en formato PDF a 300dpi, colores CMYK, tamaño carta.</p> <p>Soporte: La portada y contraportada impresa en adhesivo, pegado en pasta dura de 3mm con barniz UV brillante</p> <p>Contenido: Papel couché 120 gramos encuadernado en espiral en la parte superior del documento para que pueda abrirse de forma vertical</p>	El material será entregado la institución PENNAT.

6.5.3 Lineamientos para puesta en práctica

Con el propósito de facilitar el uso y manejo de piezas gráficas a la asociación, se elaboró un listado de aspectos técnicos para el control de archivos entregados.

Carpeta	Subcarpeta	Contenido
Manual de Normas Gráficas y Logotipo	Fuentes	GOTHIC.ttf GOTHICB.ttf GOTHICI.ttf MinionPro-Regular.otf TheNextFont_1.ttf Titilium-Bold.otf Titilium-Regular.otf Titilium-RegularItalic.otf Titilium-Semibold.otf Titilium-SemiboldItalic.otf
	Manual editable	Manual de Normas Gráficas.pdf Manual de Normas Gráficas.indd Manual de Normas Gráficas.idml
	Ilustraciones	Ilustraciones.ai
	Logotipos	Editables.ai Blanco y negro, APENNAT.jpg Blanco y negro, PENNAT.jpg APENNAT.jpg APENNAT.jpg

Carpeta	Subcarpeta	Contenido
Manual de Normas Gráficas y Logotipo	Mockups	agenda.jpg bolsa.jpg camisa hombre.jpg camisa mujer.jpg carpeta.jpg disco.jpg etiqueta.jpg gafete.jpg gorra.jpg hoja membretada.jpg playera hombre.jpg playera mujer.jpg pocillo.jpg redes sociales.jpg roll up.jpg sello.jpg sobre.jpg tarjeta de presentación.jpg
	Páginas, jpg	Portada.jpg introducción.jpg portadilla 1.jpg índice.jpg portadilla 2.jpg Intro2.jpg Imagotipo0.jpg Imagotipo.jpg datos relevantes.jpg construcción1.jpg construcción2.jpg cuadrícula1.jpg cuadrícula2.jpg símbolo tipográfico.jpg t.corporativa1.jpg t.corporativa2.jpg t.secundaria1.jpg t.secundaria2.jpg simbolo gráfico.jpg v.forma1.jpg v.forma2.jpg v.forma3.jpg v.forma4.jpg v.forma5.jpg Areaderesguardo1.jpg Areaderesguardo2.jpg Portadilla3.jpg paleta de color.jpg significado del color.jpg v. de color 1.jpg v. de color 2.jpg v. de color 3.jpg v. de color 4.jpg v. de color 5.jpg portadilla 4.jpg

Carpeta	Subcarpeta	Contenido
Manual de Normas Gráficas y Logotipo	Páginas, jpg	papeleria y aplicaciones.jpg agenda.jpg bolsa.jpg camisas.jpg carpeta.jpg disco.jpg etiquetas.jpg gafete.jpg gorra.jpg hoja membretada.jpg playera hombre.jpg playera mujer.jpg pocillo.jpg redes sociales.jpg roll up.jpg sello.jpg sobre.jpg tarjeta de presentación.jpg terminología.jpg terminología2.jpg contraportada.jpg



6.6 Presupuesto

RESUMEN ANUAL 2018: PROGRAMAS Y PROYECTOS		
ACTIVIDAD	HORAS ESTIMADAS	COSTO TOTAL Q25 c/hora
Investigación 1. Antecedentes 2. Definición y delimitación de comunicación visual 3. Justificación del Proyecto 4. Objetivos 5. Perfil de la Institución 6. Perfil del Grupo Objetivo 7. Marco Teórico	5 días 4 hrs diarias 20 horas	Q500
Planeación Operativa 1. Ruta crítica o flujograma 2. Cronograma de trabajo	2 días 3hrs diarias 6 horas	Q150
Briefing de Diseño	10 días 2hrs diarias 20 horas	Q500
Recopilación de Referentes visuales	2 días 5hrs diarias 10 horas	250
Diseño de estrategia creativa de las piezas de diseño	9 días 6hrs diarias 54 horas	Q1,350
Definición de Concepto Creativo 1. Técnicas creativas 2. Concepto teórico	15 días 1 hrs diarias 45 horas	Q1,125

Producción gráfica y validación <i>Nivel 1 de Visualización</i> 1. Bocetaje Rough (mano alzada) 2. Fundamentación teórica <i>Nivel 2 de Visualización</i> 1. Bocetaje digital y acabados de pieza. 2. Fundamentación teórica 3. Validación con expertos 4. Modificaciones	Nivel 1: 13 días 8hrs diarias 104 horas	Q2,600
	Nivel 2: 15 días 9hrs diarias 135 horas	Q2,700
Producción gráfica final 1. Diseño (códigos visuales: tipografía, color e imagen) 2. Diagramación (retícula, jerarquía, formato, páginas interiores, portada y contraportada) 3. Iconografía 4. Fotografía	50 días 8hrs diarias 400 horas	Q8,000
Subtotal estimado	794 horas	Q17,175
INSUMOS ESTIMADOS		
Luz	500 horas	Q300
Teléfono		Q600
Transporte (gasolina, parqueo)		
Depreciación de equipo	500 horas	Q500
Internet	968 horas	Q800
Comida		Q800
Impresiones		Q3500
TOTAL INSUMOS ESTIMADOS	1960 horas	Q6,800
COSTO TOTAL DE ACTIVIDADES		Q17,175
COSTO TOTAL INSUMOS		Q13,300
TOTAL ESTIMADO DEL PROYECTO		Q30,475

6.7 Cotización



CONTÁCTENOS, S.A.
NIT. 4436888-7

COTIZACIÓN NO. **15,295**

FECHA: **29/10/2018**

CLIENTE: **Sucely López**

ATENCIÓN A:

DIRECCIÓN:

NIT:

EMAIL: **suceelopez@gmail.com**

COTIZACIÓN VÁLIDA: **Por 15 días hábiles**

TIEMPO DE ENTREGA: **03** DÍAS HÁBILES

FORMA DE PAGO **Efectivo / Crédito**

PREPARADA POR **Pablo Villela**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
01	Ejemplar portadas en pvc de 2mm con adhesivo blanco con uv mate o brillante con 54 pg interiores en couche 100 con espiral plastico negro.	Q 175.00	Q 175.00
			Q 175.00

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% — Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega
Una vez firmada la cotización, ésta puede ser tomada como orden de compra y el Cliente acepta los diseños como artes finales

NOTA: Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión

Firma de Aceptado

Fecha Aceptado

☎ 2473-8095 // 4740-6809

✉ cotizaciones@lastminute.net.gt

www.lastminute.net.gt





Contamos con impresión de:

- Papelería comercial
- Volantes
- Folletos
- Afiches
- Trifoliales
- Calendarios
- Invitaciones
- Revistas
- Libros
- Cajas
- Etiquetas
- Tarjetas de presentación

Empresa:		No Cotización:	No. 181013
		Fecha:	24 / Octubre / 2018
Atención:	Sucely López		
Teléfono:		Vendedor:	Sully Pérez
E-mail:		Cel:	

A continuación sometemos a su consideración nuestra propuesta para la impresión de:

DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNIDAD	TOTAL
Encuadernacion e impresión en papel couché 120 gramos, encuadernado en espiral portada y contraportada pasta dura 3mm	1	620	620
El cliente entrega: Artes finales en alta resolución.			
Los costos incluyen: Impresión. Materiales. Acabados finales. Entrega.			
Tiempo de entrega litográfica: Diseño Autorizado 3 días hábiles.			
Total en letras: Seiscientos veinte quetzales exactos.		TOTAL:	Q 620.00

Realizado Por: Firma y sello:	Aceptado Por: Firma: _____ Fecha: _____ Nombre: _____ Departamento: _____
---	--

5ta. Calle 4-63 zona 2, Guatemala. Tels.: (502) 2230-5759 / 2253-3709
 E-mail: litografiadinamica@gmail.com

Capítulo 7

Síntesis del **Pro**ceso



7.1

Lecciones aprendidas

7.1.1 Al iniciar el proceso

Es de alta importancia realizar una investigación profunda del tema a tratar para tener la capacidad de raciocinio, a fin de evitar las ideas erróneas con respecto a determinadas situaciones y disciplinas, esto ayudará a brindar una solución más acertada y optimizar recursos obteniendo ese conocimiento previo.

La comunicación clara y constante con las personas involucradas tanto en la asociación como en la universidad facilitó que desde el principio se obtuviera una guía adecuada a seguir a lo largo de la elaboración del proyecto.

Poder ampliar información sobre las carencias que como asociación creían tener, facilitó mucho la investigación ya que se delimitaron las piezas gráficas a trabajar y el enfoque se mantuvo en esas carencias aunque se investigaran los demás aspectos.

7.1.2

Durante la etapa de visualización, evaluación y validación.

La fase de visualización es un paso muy importante a seguir pues se investigan datos más específicos que ayudan a resolver ciertas dudas que se tengan con relación al avance del proyecto, por otro lado la evaluación y validación ayuda a obtener información de otras fuentes y permite ampliar el conocimiento que muchas veces uno no posee; todo ello permite poder visualizar los errores para poder solucionarlos o brindar puntos a favor del proyecto.

En la fase de visualización se ampliaron temas importantes a tratar en el manual, la fase de validación con profesionales de diseño aportó mucho al proyecto pues se lograron tomar en cuenta carencias que no se habían considerado y se pudo trabajar en ello.

7.1.3

Al finalizar el proceso

Poder ampliar conocimientos en la fase de investigación y poder obtener retroalimentación sobre el proyecto que se esté realizando es de gran importancia, porque no siempre la persona que esté haciendo el proyecto tendrá la razón.

La planificación y la creación de estrategias también es importante para poder llevar un mejor control en tiempos de entrega y dejar un margen de error para concluir en el tiempo estipulado por los involucrados en el proyecto.



7.2

Conclusiones

Se fortaleció la imagen corporativa del Programa Educativo de Niños, Niñas y Adolescentes Trabajadores creando notoriedad para adultos entre 21-25 años de la sociedad guatemalteca.

Se cumple la funcionalidad en el manejo del uso adecuado de parte de los diseñadores de la institución ya que cada una de las normas estipuladas en el manual tiene información técnica clara para un mejor desempeño y fue validada con éxito por los diseñadores de Pennat.

El manual de identidad institucional integra y certifica las piezas de diseño propiciando la difusión de información.

Se rediseño de logotipo exitosamente y el manual de identidad gráfica define tipografías, aplicaciones cromáticas de la institución, iconografía y demás aspectos que garantizan una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

La Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala aporta en gran manera al desarrollo de la sociedad guatemalteca ya que con proyectos como éste, se benefician muchas personas que no cuentan con los recursos suficientes para lograr sus objetivos.

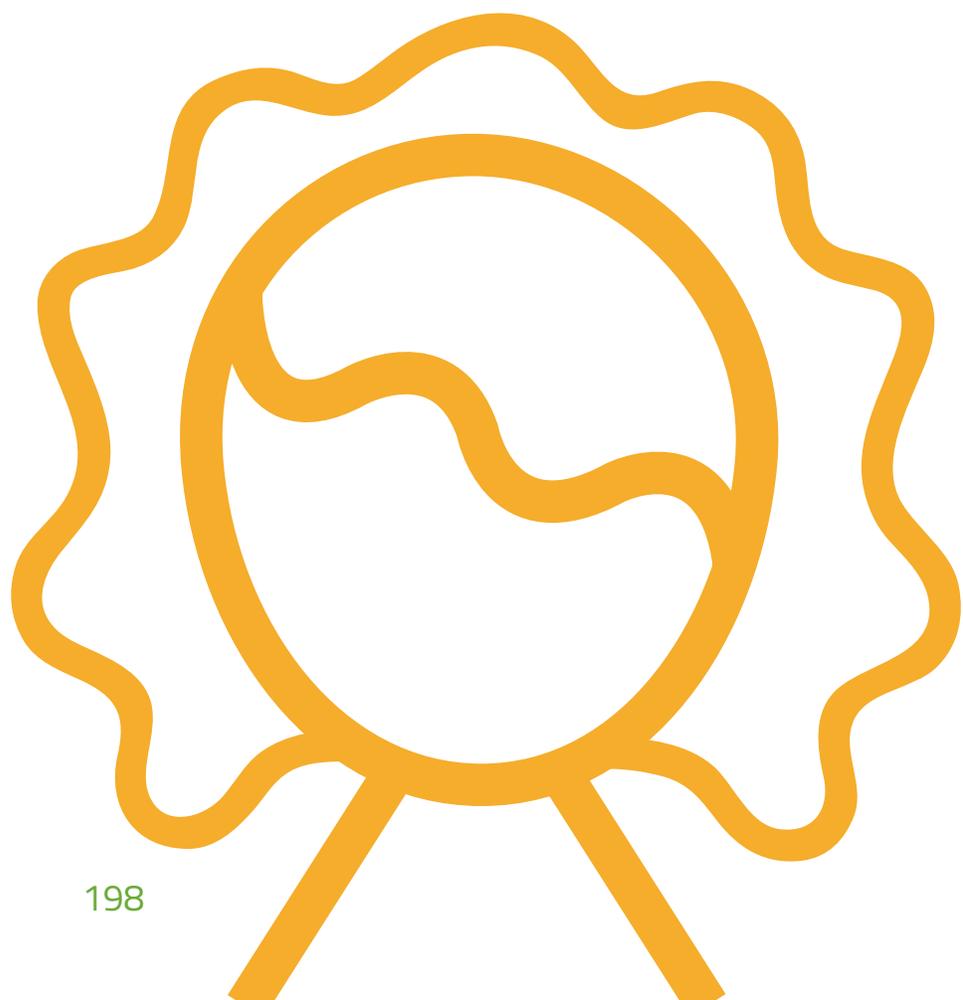


7.3

Recomendaciones

7.3.1 A Institución

Al Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador (PENNAT) seguir impartiendo cursos de la forma tan creativa e interesante y aportando tanto a la niñez guatemalteca como a los padres de familia que de una u otra forma buscan salir adelante a pesar de la escasez de recursos con la que cuentan; también seguir aceptando las críticas constructivas y retroalimentación de parte de profesionales sobre aspectos a mejorar en la asociación.



7.3.2

A futuros estudiantes de Proyectos de Graduación

A estudiantes futuros a graduarse de la Escuela de Diseño Grafico, poder pulir sus conocimientos en su carrera profesional y mantener una constante comunicación con sus jefes inmediatos para entregar resultados óptimos y eficaces.

Validar de una forma transparente para poder obtener una mejor retroalimentación y recabar la mayor información posible para que el trabajo que se realice, sea más rápido pues se cuenta con todos esos recursos disponibles.

7.3.3

A la Escuela de Diseño Gráfico

A la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de Guatemala seguir realizando este tipo de proyectos que aportan a Guatemala devolviendo con trabajo profesional, las facilidades de educación que la población guatemalteca nos brinda.

Especificar de forma clara al principio de cada proyecto y con tiempo, cada uno de los aspectos a tomar en cuenta para mejorar los tiempos de entrega y la calidad de cada trabajo.





Referencias Consultadas

Páginas Web

- Alex F. (28 Enero, 2014). "Baja cobertura en educación primaria".** Recuperado de: http://www.prensalibre.com/noticias/comunitario/Baja-cobertura-primaria_0_1074492560.html
- Colmenero, B(2014),Técnica de Relaciones Forzadas.** Recuperado de: https://prezi.com/rb1noyxh3w_s/tecnica-de-las-relaciones-forzadas/
- Cooperación para la Educación (COED)"La pobreza y la educación".** Recuperado de:<http://www.coeduc.org/es/guatemala/pobreza.html>
- Creatividad: la fase de conceptualización.(1 de Enero, 2016).** Recuperado de: <https://javierdisan.com/2016/01/11/creatividad-conceptualizacion/>
- Creatividad (2018)** Recuperado de: <https://www.significados.com/creatividad>
- Definición de briefing.** Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/briefing>
- Definición de diseño gráfico.(22 de Agosto, 2016).** Recuperado de: <http://conceptodefinicion.de/disenio-grafico/>
- Delgado,M (2013).Lenguaje Icónico.** Recuperado de: <http://mildredcolaborativo.blogspot.com/>
- Identidad Gráfica e Imagen Corporativa.** Recuperado de: http://enfoque5.com/Grupo_Enfoque_5/Identidad_Grafica.html
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Un enfoque de la Educación para todos basado en los derechos humanos (2008).** Recuperado de: https://www.unicef.org/spanish/publications/files/Un_enfoque_de_la_EDUCACION_PARA_TODOS_basado_en_los_derechos_humanos.pdf
- ¿Qué es el Insight en publicidad? (2014)** Recuperado de: <https://pixel-creativo.blogspot.com/2010/10/que-es-el-insight-en-publicidad.html>
- Súares, S,(2016),Técnica para generar ideas: análisis morfológico.** Recuperado de: <https://mprende.es/2014/06/18/tecnica-para-generar-ideas-analisis-morfologico/>

Tesis

Aguilar, M. (2006). El mapa conceptual una herramienta para aprender y enseñar. San José. Costa Rica.

Dután, Y. & León, I. (2013). Creación de una identidad corporativa para la empresa Megacom del cantón Naranjito. Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

Granizo, D. (2011). Análisis de la campaña BTL Movistar; uso responsable del celular para segundo bachillerato del colegio chiriboga riobamba. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.

Ramírez, A. (2014). Fundamentos del diseño aplicados en el proceso de composición de los tejidos indígenas comercializados por la Asociación "Corazón del lago" del municipio de San Juan La Laguna en Sololá. Rediseño de imagen visual y desarrollo de material informativo, para la Asociación de Microempresarios de la Industria del Mueble (AMIM). Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Libros

Capriotti, R. (2009), Branding Corporativo, Santiago, Chile, Libros de la Empresa.

Coon, D. (2005): Psicología. México D. F.: Thomson.

Edelman, G. M. (1992): Bright air, brilliant fire. On the Matter of the Mind. New York: Harper Collins.

Lamónaca, V. (2010), Diseño Tipográfico, Tipos formales, La tipografía como forma, Argentina, La Utopía.

Molina, E. (2012), "Branding (construcción de marca) para Organizaciones No Gubernamentales de Protección y Bienestar Animal", Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

Walsh, S. (2014), What is Creativity, Creative Commons.

Glosario



Asociación

Un grupo de individuos que entran en un común acuerdo como voluntarios para lograr un propósito específico.

Familia tipográfica

Conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con características estructurales y estilísticas comunes, que permiten reconocerlas como pertenecientes a una misma tipografía.

RGB

Composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios de la luz.

Identidad visual

Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

Pantone

Sistema de control de colores muy empleado en la producción de pinturas de color por mezcla de tintas.

JPG

Algoritmo diseñado para comprimir imágenes con 24 bits de profundidad o en escala de grises. Normalmente se le llama JPG debido a la extensión que tiene en sistemas operativos que sólo aceptan tres letras de extensión.

Imagotipo

Unión del isotipo y el logotipo con los que se identifica a una marca.

CMYK

Mezcla de pigmentos de los siguientes colores para crear otros más:

C = Cyan (Cian).

M = Magenta (Magenta).

Y = Yellow (Amarillo).

K = Black o Key (Negro).

Serigrafía

Técnica de impresión que consiste en grabar imágenes por medio de una pantalla de seda o tela metálica muy fina.

Minimalismo

Tendencia artística que reduce al mínimo sus medios de expresión.

Tipografía

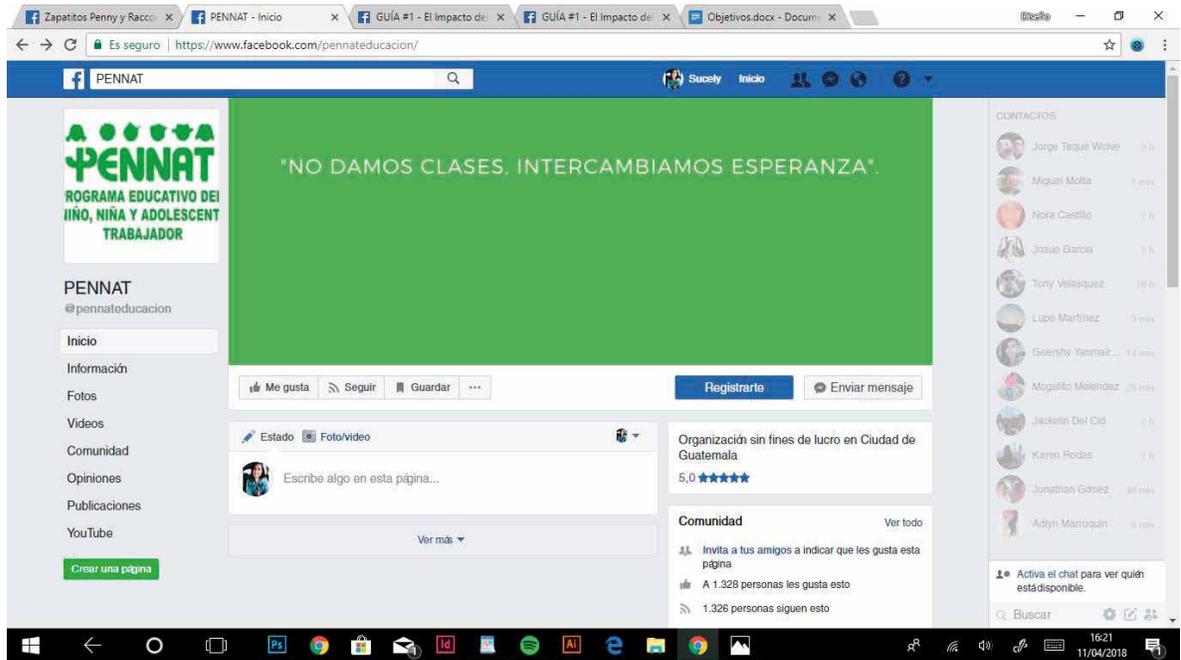
Hace referencia a los elementos letras, números y símbolos pertenecientes a un contenido impreso, ya sea en soporte físico o digital.

Sublimación

Tipo de impresión que se caracteriza por el hecho de que realiza la transferencia de lo que es la tinta al papel mediante el calor y una cinta de tinta que tiene cuatro colores y que se llaman CMYK.

Anexos







Encuesta
Manual de Normas Gráficas

Encuestado:
 Profesión:

Buenas tardes, agradeciendo su atención y tiempo para la elaboración de esta encuesta. La información brindada será de gran utilidad para validar los avances del proyecto de graduación con el Programa Educativo del Niño, Niña y Adolescente Trabajador.

Luego de haber revisado el contenido del manual de identidad corporativa de "Pennat", responde las siguientes preguntas marcando la opción o el número según la calificación que consideres (1 muy malo o desacuerdo a 5 muy bueno o de acuerdo).

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| • ¿Considera que los colores utilizados para la línea gráfica dan a entender que se trata sobre "educación"? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ¿Cada uno de los temas abordados en el manual, se comprenden fácilmente? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ¿La forma en la que lee el documento tiene coherencia? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ¿de 1 a 5, que tan de acuerdo está con los colores utilizados? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ¿Que tan importantes considera los temas abordados en el manual? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • De 1 a 5, ¿Qué tanto considera que es importante un manual de normas gráficas en Pennat? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ¿Tuvo algún problema con el tamaño de letra? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ¿Tuvo algún problema con el color empleado en los párrafos de textos? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ¿Considera que es suficiente la información que contiene?
Si su respuesta fuese "no", por favor especificar: | | | | | |
| • ¿Que calificación pondría en general al avance del proyecto? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

¿Tiene algún comentario a favor o en contra del proyecto?

Encuesta
Pennat

La siguiente encuesta es realizada con fines únicamente académicos, con el afán de conocer acerca del conocimiento de la población Guatemalteca sobre fundaciones que brindan educación gratuita al país.

¡Se valora su respuesta!

- Género
Masculino Femenino
- Nacionalidad

- Edad
13-20 21-35 36 - adelante
- Ocupación
Trabajador Estudiante Ambas Ninguna
- ¿Conoces alguna fundación que brinda educación gratuita?
Sí No
- De haber respondido "Sí" ¿Qué fundación es y de dónde la conoces?

- ¿Conoces acerca de Pennat (Programa Educativo para niños, niñas y adolescentes trabajadores)?
Sí No
- ¿Consideras importante la divulgación de información acerca de estas fundaciones?
Sí No
- De haber respondido "Sí" ¿Cuál consideras que es el mejor medio para hacerlo?
Facebook Instagram Twitter Email T.V Radio

Guatemala, junio 04 de 2020.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **YOSSELIN SUCELY LÓPEZ RUANO**, Carné universitario: **201325634**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **REDISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL PARA COMUNICAR Y GENERAR NOTORIEDAD EN TORNO AL PROGRAMA EDUCATIVO DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES TRABAJADORES (PENNAT)**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

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

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: 3122 6600 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com

“Rediseño de imagen visual para comunicar y generar notoriedad en torno al Programa Educativo de Niños, Niñas y Adolescentes Trabajadores (PENNAT)”

Proyecto de Graduación desarrollado por:

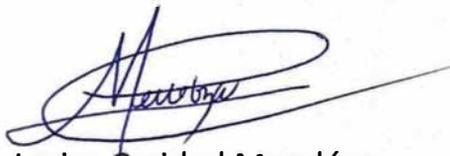


Yosselin Sucely López Ruano

Asesorado por:



Licda. Migdalia Reyes
No. de Colegiado 22697



Licda. Larisa Caridad Mendóza
No. de Colegiado G-47



Licda. Erika Grajeda Godínez
No. de Colegiado G03

Imprímase:

“ID Y ENSEÑADA A TODOS”

MSc. Arq. Edgar Armando López Pezós
Decano



