



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

PROYECTO DE GRADUACIÓN

**Diseño de manual de identidad para el fortalecimiento de la imagen
dirigido al personal de la Fundación Olímpica Guatemalteca
ubicada en Zona 4 Guatemala**

Julio Hugo Castro Aldecoa



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

**Diseño de manual de identidad para el fortalecimiento de la imagen
dirigido al personal de la Fundación Olímpica Guatemalteca
ubicada en zona 4 Guatemala**

Desarrollado por:

Julio Hugo Castro Aldecoa

Previo a optar el título de:
Licenciado en diseño gráfico

Guatemala, abril de 2021.

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

NOMINA DE AUTORIDADES

Junta Directiva de la facultad de Arquitectura

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 Velasco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Tribunal Examinador

Licda. Andrea Elisa Valle Pineda
Asesora Metodológica

Licda. Ana Carolina Aguilar Castro De Flores
Asesora Gráfica

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Tercer Asesor

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Tabla de contenidos

Capítulo 1

Introducción 12

Capítulo 3

Definición creativa 30

Capítulo 5

Marco teórico 48

Capítulo 2

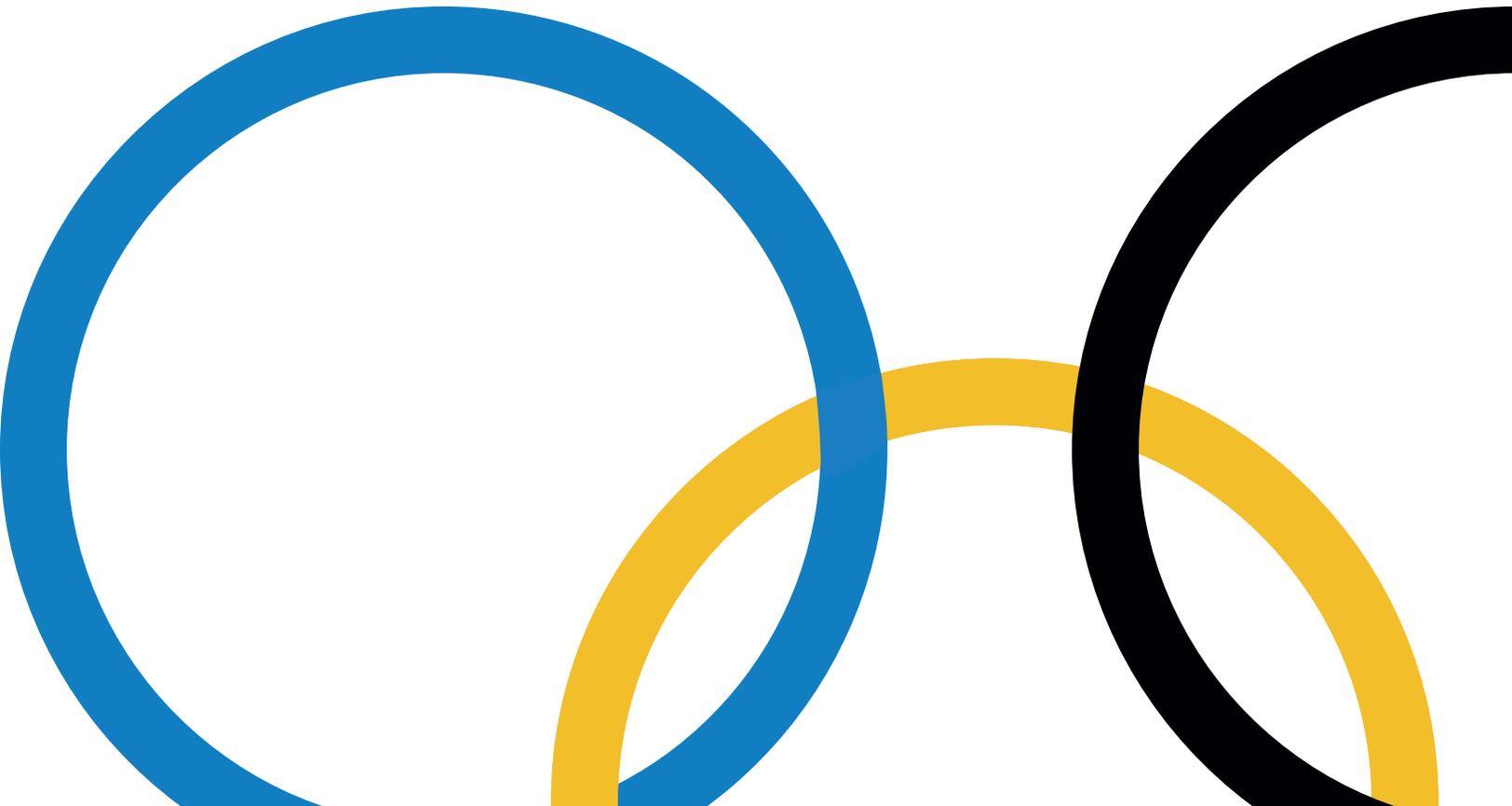
Perfiles 18

Capítulo 4

Planeación operativa 42

Capítulo 6

Proceso de producción 58



Capítulo 7

Lecciones aprendidas **104**

Capítulo 8

Conclusiones **108**

Capítulo 9

Recomendaciones **112**

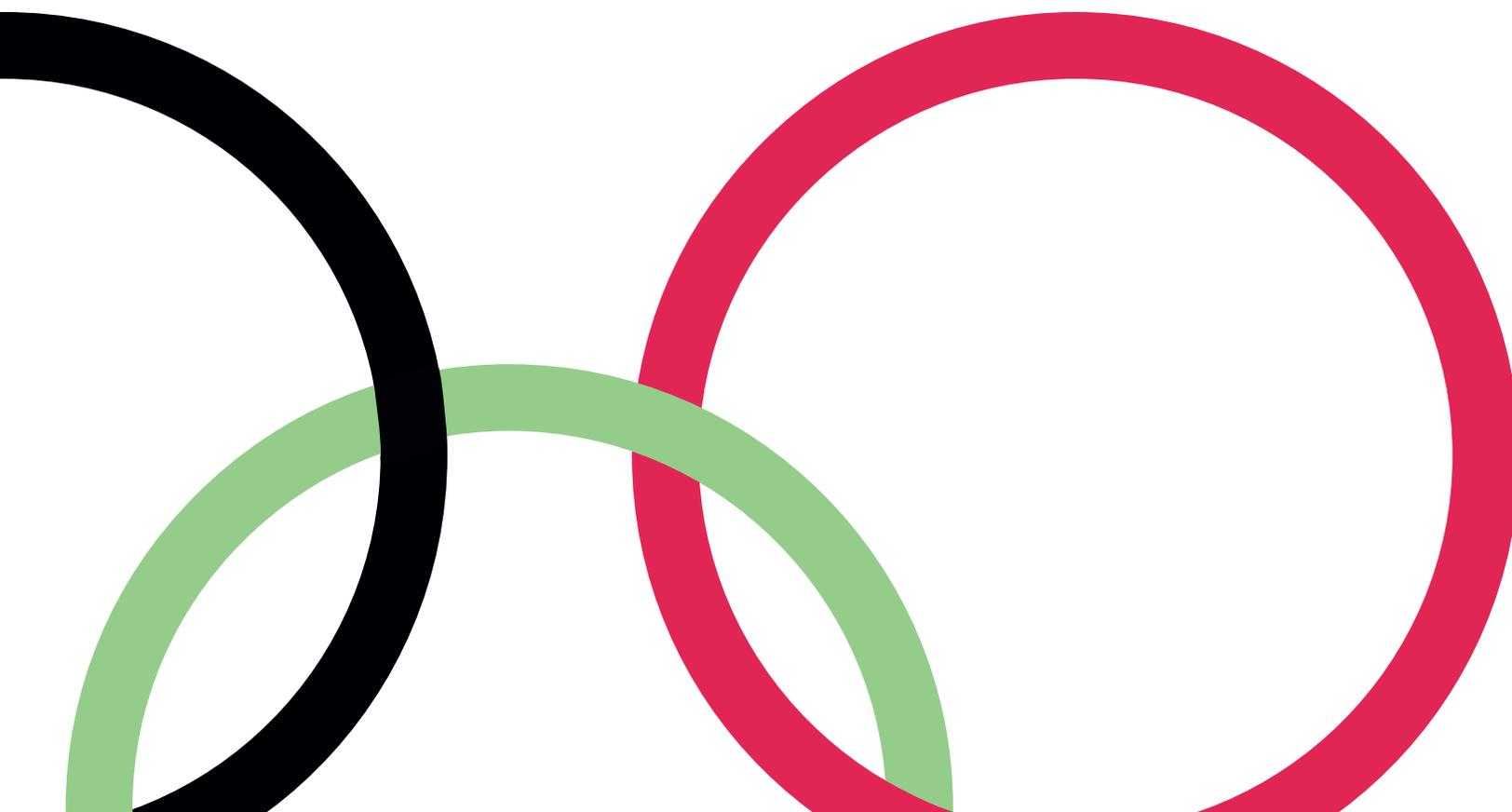
Fuentes

consultadas

Fuentes consultadas **116**

Anexos

Anexos **120**





Agradecimientos y dedicatoria

A mi madre: que es una es la columna de mi vida, me ha dado enseñanzas y me ha dado su apoyo incondicional.

A mi padre: que ha partido antes, pero me ha dejado un ejemplo de un hombre de bien y que siempre está conmigo como mi ángel guardián.

A mis hermanos: que me llevan por un camino de sabiduría y siempre me están incentivando a dar más.

A mis abuelas, tíos, primos: que han sido un soporte fundamental que han estado ahí en todo momento, nunca me dejaron solo durante todo este proceso.

A mis amigos: que han compartido esta experiencia de 5 años junto a mí y que me han ayudado a crecer como persona.

A mis asesores: Carolina Aguilar, Andrea Valle e Ilma Prado que han sido un ejemplo de profesionalismo y que gracias a sus consejos el proyecto tiene un alto nivel gráfico.

A Fundación Olímpica Guatemalteca: que gracias a ellos todo esto fue posible al abrirme las puertas y acompañarme en el proyecto.



Capítulo 1



Introducción

1.1 Antecedentes

Guatemala es uno de los países con mayor índice de violencia, en el país a diario se genera mucho crimen de esta categoría, se puede ver solamente en el municipio de Guatemala en el cual muchas de sus zonas principales están catalogadas como zonas rojas, y dentro de estas zonas existen barrios y lugares donde hay más riesgos de que se comentan violación a los derechos humanos se “atribuyen el crecimiento de la violencia y la criminalidad a la expansión del crimen organizado, el tráfico de droga, armas y personas hacia los Estados Unidos, así como a la proliferación de las maras y pandillas juveniles”,¹ (POLJUVE menciona en su informe).

Las oportunidades de los jóvenes que viven dentro de esta zonas son pocas para poder superarse y con el tiempo caen en la tentación del crimen organizado, drogas, dejar los estudios, o se convierten en padres teniendo que generar ingreso económico. La estrategia para combatir este problema son las detenciones masivas de jóvenes, porque se presume pertenecen a maras y pandillas, y la imposición de sentencias drásticas de prisión. (WOLA 2006) Quitando la oportunidad de poder ser jóvenes de bien.

En el ámbito del deporte olímpico, los Juegos Olímpicos es una competencia deportiva que abarca varios deportes con más de 300 competiciones, en Guatemala El Comité Olímpico Guatemalteco se fundó en 1947, la primera participación de atletas nacionales fueron en los Juegos Olímpicos de Helsinki en 1952 la delegación estaba integrada por 22 atletas. La única vez que Guatemala ha estado en el podio fue en 2012, Erick Bernabé Barrondo ganó la medalla de plata en Londres en la competición de 20 kilómetros de marcha.²

¹“Violencia Juvenil, Maras y Pandillas en Guatemala.” Consultado en: November 19, 2020. https://www.interpeace.org/wp-content/uploads/2009/10/2009_CYG_Interpeace_POLJUVE_Violencia_Juvenil_Maras_Pandillas_GUATEMALA_SPANISH.pdf.

²López Angulo Graco Adolfo “HISTORIA DE LAS OLIMPIADAS.” Consultado en: November 19, 2020. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_1785.pdf.

1.2 Identificación del problema

La investigación diagnóstica da como resultado una fundación con trayectoria y recorrido en su ámbito, pero no se ve reflejada en la imagen que muestran al grupo objetivo o a donadores potenciales ya que se ve poco profesional lo cual genera desconfianza y no llega a ser reconocida ni recordada.

Al no tener una imagen establecida los departamentos dentro de la fundación no cuentan con una coherencia visual ya que no hay algo que respalde la toma de decisiones, Fundación Olímpica Guatemalteca se rige en querer transmitir valores deportivos a niños y jóvenes, pero personas externas que no estén involucradas a los proyectos no lo entenderán de estos y se llegará a perder a ese grupo.

1.3 Justificación

1.3.1 Trascendencia

Fundación Olímpica Guatemalteca genera gran importancia en la sociedad y en puntos críticos de violencia, siendo una de las pocas que promueve el deporte como una vía de escape de los malos caminos.

El manual de identidad gráfica fortalecerá la imagen institucional de FUNOG y mejorará el reconocimiento de la institución en la sociedad ya que esta basada en los valores olímpicos que esta fundada la institución esto genera valores y filosofía en las piezas que se generen para el manual, creando una coherencia visual entre ellas y dando el uso adecuado para que se siga usando de manera correcta durante los años.

1.3.1 Incidencia

El motivo de darle una imagen definida a Fundación Olímpica Guatemalteca es transmitir la identidad, sus valores que se basan en los deportes con los parámetros adecuados de uso con el fin de transmitir la esencia de la fundación, optimizará el tiempo de producción de los departamentos de la fundación y el cual dará soporte a la veracidad y confianza que se verá reflejada en la reacción del mercado.

1.3.3 Factibilidad

FUNOG es una de las mejores organizaciones dentro del país, por el alcance que genera, los recursos que maneja y el reconocimiento internacional que han sido merecedores de premios de talla mundial. Cuenta con la experiencia de un profesional que está pendiente del proyecto en conjunto a los catedráticos que asesoran lo cual hace viable este proyecto. La Fundación Olímpica Guatemalteca reconoce la necesidad de contar con una imagen sólida para ser identificada por personas externas, la producción de este material en su mayoría sería digital lo cual hace factible la producción y la distribución de este. Mientras que la parte impresa la fundación cuenta con los recursos para la producción así mismo cuentan con alianzas con medios de comunicación para la divulgación de contenido.

1.4 Objetivos del proyecto

1.4.1 Objetivo general

Colaborar con la Fundación Olímpica Guatemalteca al fortaleciendo la imagen institucional para lograr un sentido de pertenencia a los deportistas, donadores, instructores, personas particulares y personal administrativo.

1.4.2 Objetivo específico de comunicación

Establecer parámetros de coherencia visual que serán basados en valores deportivos, con una imagen profesional que genere confianza y llegue a ser recordada.

1.4.3 Objetivo Específico de diseño

Diseñar un manual de identidad gráfica de Fundación Olímpica Gráfica, para impulsar una imagen basada en la filosofía de la fundación, proyectando unidad visual con parámetros para futuras campañas sigan contando con la línea gráfica.



**Capítulo
2**



Perfil de la Fundación
Olímpica Guatemalteca

Grupo objetivo

Perfiles

2.1 Perfil de FUNOG



2.2 Historia

La Fundación Olímpica Guatemala surge por un grupo de dirigentes con trayectoria deportiva y empresaria.³ FUNOG cuenta con un gran repertorio de proyectos en relación con mejorar la calidad de vida en zonas rojas del departamento de Guatemala, Alta Verapaz y Escuintla a principios de este año 2,020 cuentan con 1,300 integrantes de los distintos programas. Entre los que tienen más participantes se encuentra “Hoodlink” Enlace entre Barrios este apoya a niños, niñas y jóvenes que residen en zonas alto riesgo, los lleva a la práctica de los Principios y Valores Olímpicos, como una filosofía de vida, por medio del entrenamiento deportivo diario.

La fundación ha recibido numerosos premios a nivel nacional como internacionales entre el que más se destaca está el premio ganado en “Premios Peace And Sport” en 2019 este fue otorgado gracias a la iniciativa “Récords vs. Récords” instó a las personas a convertir sus récords en una donación para que más niños y jóvenes que viven en zonas de riesgo puedan transformar sus vidas a través del deporte. Con esta iniciativa, FUNOG buscó brindar conciencia y transformar los récords negativos del país en ejes de cambios. Cada uno de los participantes retaban a los demás ciudadanos a convertir sus propios récords en aportes. Con las donaciones recibidas por la iniciativa “Récords vs. Récords”, la FUNOG abrió 5 nuevas sedes.

³Fundación Olímpica Guatemala, “¿QUIÉNES SOMOS?”. Acceso el 19 de marzo de 2020, www.fundacionolimpicaguatemala.org/sobre-la-fundacion

2.3 Características del sector social

Fundación Olímpica Guatemalteca, FUNOG, es una fundación que se basa en el los deportes olímpicos busca contribuir en la sociedad haciendo que los niños y adolescentes puedan pertenecer a un círculo sano, no se involucren en malas prácticas.⁴

2.4 Filosofía de FUNOG

2.4.1 Misión

Contribuir a la transformación de niños y jóvenes que viven en zonas de riesgo en Guatemala, a través de la educación de los Principios, Valores Olímpicos y la práctica deportiva como herramienta para la prevención de la violencia y la delincuencia, con el propósito de promover una cultura de paz y una sociedad mejor.⁵

2.4.2 Visión

Ser un proyecto catalizador para la formación de alianzas público-privadas, en beneficio de las comunidades en desarrollo, en donde los ciudadanos participen activamente de la resolución de sus problemas.⁶

2.4.3 Objetivo General

Aplicar un modelo socio deportivo integrador en las zonas de riesgo de Guatemala, enfocado en la niñez y juventud, que sea capaz de contrarrestar las tendencias hacia las disfunciones sociales y la exclusión, generando ciudadanos de alto rendimiento comprometidos con su barrio o comunidad.⁷

⁴Fundación Olímpica Guatemalteca, "SOBRE LA FUNDACIÓN". Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

⁵Fundación Olímpica Guatemalteca, "MISIÓN". Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

⁶Fundación Olímpica Guatemalteca, "VISIÓN". Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

⁷Fundación Olímpica Guatemalteca, "OBJETIVO GENERAL". Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

2.4.4 Objetivo Específicos

1. Proporcionar a los niños y jóvenes que viven en zonas de riesgo, la oportunidad de practicar deporte de manera activa, para desarrollar su cuerpo, mente y voluntad en el espíritu olímpico, ocupando su tiempo libre.
2. Promover la práctica de los Principios y Valores Olímpicos, como una filosofía de vida, por medio del entrenamiento deportivo diario.
3. Beneficiar a las federaciones/asociaciones nacionales involucradas, al masificar el deporte y buscar atletas prospecto.
4. Desarrollar programas de gestión de conocimiento, enfocados al aprendizaje y a la práctica de los Valores Olímpicos, dirigidos a:
 - Padres de familia, tutores y/o encargados.
 - Niños y adolescentes que formen parte del Proyecto, a fin de formar líderes y deportistas que transformen su vida en beneficio de su comunidad y de la sociedad guatemalteca.
 - Entrenadores del Proyecto.
 - Medios de comunicación.
 - Líderes de las comunidades.
 - Atletas embajadores.
 - Entrenadores de los atletas embajadores.
 - Voluntarios.
 - Escuelas de los niños integrantes del Proyecto.
 - Administración.
 - Consejo Directivo de la Fundación.
5. Crear un punto de encuentro para compartir experiencias dirigidas a la comunidad local, y a las comunidades vecinas, contribuyendo así al desarrollo social.
6. Replicar el modelo en otras áreas de riesgo de Guatemala.⁸

⁸Fundación Olímpica Guatemalteca, "OBJETIVO ESPECIFICO". Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

2.5 Organigrama



Mazariegos Mynor, Encargado de comunicación, Correo electrónico, "Memoria de Labores", Fundación Olímpica Guatemalteca, 19 de marzo de 2020.

2.6 Programas

Proyecto Enlace Entre Barrios “Hoodlinks”: Contribuir a la transformación de niños y jóvenes que viven en zonas de riesgo en Guatemala, a través de la educación de los Principios, Valores Olímpicos y la práctica deportiva como herramienta para la prevención de la violencia y la delincuencia, con el propósito de promover una cultura de paz y una sociedad mejor.

Programa de Asistencia Técnica Brinda a los integrantes del Proyecto: La oportunidad de contar con un entrenador especializado en cada una de las disciplinas deportivas impartidas, ofreciendo entrenamientos deportivos diarios y una formación en Principios y Valores Olímpicos.

Programa de Desarrollo Deportivo: Brinda la oportunidad de contar con una metodología orientada a la participación en competencias escolares, invitacionales y federadas; y así obtener resultados deportivos y la viabilidad de ser parte de la selección nacional del deporte que practica.

Programa de Becas Académica: Este programa beneficia a niños que son constantes en sus entrenamientos deportivos y carecen de recursos económicos para continuar estudiando.

Programa de Becas: Técnicas Dirigido a jóvenes egresados del ciclo básico que quieren continuar sus estudios en una carrera técnica para poder ingresar al ámbito laboral.

Programa de Capacitaciones Para Fundación Olímpica Guatemalteca: Es de suma importancia brindarle a su personal administrativo, entrenadores, integrantes y padres de familia, conocimientos actualizados en temas relevantes y específicos que les sirvan de apoyo a sus actividades diarias de trabajo y desarrollo personal. Temas: Administrativas - Preparación Técnica - Psicológicas -Valores - Motivación - Empoderamiento de la mujer.

Programa de Valores Olímpicos: Está basado en el Programa Educativo de Valores Olímpicos (PEVO), del Comité Olímpico Internacional (COI), en donde se utiliza el juego como una herramienta de aprendizaje: “Aprender haciendo”. Este Programa se trabaja aproximadamente 230 días al año, generando así hábitos positivos, formando ciudadanos íntegros y de alto rendimiento.

Programa de Tutorías: Proporciona a los integrantes del Proyecto un refuerzo para mejorar el rendimiento académico y así evitar la repitencia y deserción escolar.

Programa de Inserción: Laboral Este programa está dirigido a los integrantes que terminaron sus estudios de diversificado o carreras técnicas, para que a través de una recomendación y/o gestión de la Fundación puedan encontrar fácilmente una oportunidad de obtener un trabajo formal en una empresa prestigiosa.

Programa de Asistencia Médica: A través de este programa los integrantes de Fundación Olímpica Guatemalteca, tienen un respaldo médico a través de: un seguro contra accidentes, evaluaciones morfo funcionales (con el apoyo de CDAG), tratamiento psicológico y/o citas con médicos especialistas; con el fin de mantener su salud física y emocional.

Programa de Actividades Sociales y Culturales: Se realizan actividades diferentes y de sano entretenimiento para que los niños y adolescentes de la Fundación, adquieran nuevos conocimientos y puedan poner en práctica los Principios y Valores Olímpicos, elevando así su nivel de conciencia para diseñar y construir sus sueños, como acceso a una vida mejor.⁹

⁹ Mazariegos Mynor, Encargado de comunicación, Correo electrónico, “Memoria de Labores”, Fundación Olímpica Guatemalteca, 19 de marzo de 2020.

2.7 Sedes (cobertura)

<p>Judo Integrantes:40 Avenida Moctezuma 25-45 zona 7, Colonia La Bethania</p>	<p>Gimnasia Integrantes:60 Parque Erick Barrondo 28 avenida 14-02, Colonia Ciudad de Plata II</p>	<p>Atletismo Integrantes:45 Asentamiento Las Torres</p>
<p>Taekwondo Integrantes:50 23 avenida zona 6, Salón Comunal, Parque La Madre</p>	<p>Fútbol Integrantes:100 18 calle y 16 avenida, zona 6 Campo Cipresales</p>	<p>Judo Integrantes:75 20 avenida 13 Calle, Zona 18, Colonia El Limón, Asociación La Merced Taekwondo</p>
<p>Boxeo Integrantes:30 Escuela Técnica Municipal</p>	<p>Ajedrez, atletismo, balonmano y taekwondo Integrantes:450 Cobán, Alta Verapaz - Comunidad Esperanza</p>	<p>Boxeo, atletismo y taekwondo Integrantes:250 Banco Industrial -Cañadas de Guatelinda, Escuintla ⁹</p>

2.8 Recaudación de fondos

FUNOG cuenta con tres métodos de recaudar fondos los cuales son mediante campañas, junto a empresas que se crean alianzas para apoyarse mutuamente y patrocinadores.¹⁰

2.8.1 Campañas

Campaña #RécordsVrsRécords

Esta campaña se realizó con el objetivo de concientizar al guatemalteco sobre los riesgos diarios a los que está expuesto debido a los altos índices de violencia y delincuencia que le afectan, y sobre el impacto que genera Fundación Olímpica Guatemalteca en la reducción de los mismos. Esta campaña se efectuó en dos etapas:

¹⁰Mazariegos Mynor, Encargado de comunicación, Correo electrónico, "Memoria de Labores", Fundación Olímpica Guatemalteca, 19 de marzo de 2020.

Etapa 1: Posicionamiento de FUNOG Dar a conocer la labor que realiza FUNOG en Guatemala y el impacto que ha logrado en la vida de miles de niños y jóvenes que viven en zonas rojas y marginales.

Etapa 2: Lanzamiento del reto Invitar al guatemalteco a donar sus récords positivos, convirtiéndolos en quetzales para disminuir los récords de violencia. Actividades de apoyo • Clase de cocina • Charlas de interés general • Buzones recolectores • Actividades deportivas – Pasos y Pedales • Presentación en clubs sociales con objetivos filantrópicos • Venta de artículos promocionales • Stands en empresas patrocinadoras con niños de la Fundación.

Endurance Challenge: Durante el último semestre del año, todos los domingos últimos de cada mes, se realizó una competencia deportiva, en Pasos y Pedales Avenida Las Américas, con el objetivo de recaudar fondos y promover la actividad física y los Valores Olímpicos en la sociedad guatemalteca.¹¹

2.8.2 Alianzas

- Estratélicas Share
- MacEwan University
- Peace and Sport

2.8.3 Patrocinadores

- Banco Industrial
- Cementos Progreso
- Cervecería Centro
- Americana
- Cofiño Stahl
- Del frutal
- Mcdonalds
- Tigo
- VisaNet
- Soy 502
- Nuestro Diario
- Canal 3 y 7
- Radio Sonora

¹¹ Mazariegos Mynor, Encargado de comunicación, Correo electrónico, “Memoria de Labores”, Fundación Olímpica Guatemalteca, 19 de marzo de 2020.

2.9 Comunicación

La fundación Olímpica Guatemalteca cuenta con un departamento de mercadeo y comunicación en los cuales están integrados por 2 personas un diseñador freelance que se encarga de las fotografías y edición de post, y un mercadólogo que realiza las estrategias y se encarga de publicar en redes sociales.

Los medios de comunicación que ellos usan son:

- Páginas Web
- Prensa Escrita
- Televisión
- Radio
- Redes Sociales

2.10 Antecedentes visuales

FUNOG en 2012 crean el logo institucional que sigue en la actualidad. Junto a este logo existen: tarjetas de presentación, hoja membretada y uniformes para atletas integrantes y entrenadores en redes sociales que es donde tienen una gran influencia existe una gran incoherencia con relación a usos de logo, patrocinadores, información, etc.

Baner de Facebook



Imagotipo



Post redes

Tarjeta de presentación



2.11 Caracterización del Grupo Objetivo

2.11.1 Características geográficas

Habitantes de departamento de Guatemala que residen en zonas roja tales como zonas 6, 7, 18. Lugares aledaños a las sedes de los proyectos.¹²

2.11.2 Características sociodemográficas

Niños y jóvenes de ambos sexos de 10 a 17 años que puedan tomar decisión propia de asistir a los cursos, masculinos y femeninos, estudiantes de primaria hasta técnico.¹³

2.11.3 Características socioeconómicas

No cuentan con ingresos y los padres o encargados tienen un nivel E - D2, no pueden pagar una academia deportiva o a clases extracurriculares, y que no los obligan a trabajar.

2.11.4 Características psicográficas

Estilo de vida con obligaciones de ayudar en casa, de querer pasar más tiempo en la calle, con habilidad deportiva, que demuestre pasión y dedicación en lo que se proponga, que quieran sobresalir en el ámbito deportivo.¹⁴

2.11.5 Relación entre Grupo Objetivo e Institución

FUNOG les da la oportunidad de superen sus esperanzas de vida, motivación a salir adelante, con valores y principios basados en los deportes Olímpicos. Con la ayuda de los programas los alejan del camino de la delincuencia e igualmente les da la oportunidad de continuar sus estudios mientras cumplen sus metas deportivas.¹⁵

¹² Mazariegos Mynor, Encargado de comunicación, Correo electrónico, "Memoria de Labores", Fundación Olímpica Guatemalteca, 19 de marzo de 2020.

¹³ Mazariegos Mynor, Encargado de comunicación, Correo electrónico, "Memoria de Labores", Fundación Olímpica Guatemalteca, 19 de marzo de 2020.

¹⁴ Mazariegos Mynor (Encargado de comunicación), en conversación con el autor, 19 de marzo de 2020.

¹⁵ Mazariegos Mynor (Encargado de comunicación), en conversación con el autor, 19 de marzo de 2020.



Capítulo

3



Definición Creativa

3.1 Estrategias de diseño

3.1.1 Brief

Brief es una técnica de investigación en la cual se recopila información importante del proyecto, para conocerlo y establecer parámetros de cómo se podrá llevar a cabo el proyecto.

¿Cómo lo hacen? Con programas y capacitaciones dando una capacitaciones a padres de familia con un seguimiento de cerca para crear vínculos.

Cliente: Fundación Olímpica Guatemalteca Vía 5,5-34 zona 4, Centro Financiero Torre 3, Nivel 6 Oficina 6, Banco Industrial, Ciudad de Guatemala

Proyecto: Diseño de identidad corporativa.

Objetivo general: Colaborar con la Fundación Olímpica Guatemalteca a mejorar los procesos de comunicación basados en fundamentos de diseño gráfico que serán reflejadas sobre los deportistas, donadores, instructores, personas particulares y personal administrativo dando un sentimiento de pertenencia.

¿Qué hacen?

Ayudan a la reconstrucción de vidas en los niños y jóvenes en zonas rojas del departamento de Guatemala, inculcando valores deportivos basados en los promueven el comité olímpico, contribuyen con alimentación, estudios y dando la oportunidad de poder superarse.

3.1.2 6 W

La técnica de “6W” permite analizar los antecedentes previamente recolectados en la investigación, la cual responde interrogantes como: Qué tipo de persona están involucrado, el tema de se va a trabajar, el propósito que tiene el proyecto, el método que se llevará a cabo, la ubicación donde se realizará y el tiempo que tomará.

¿Quien?

Niños y jóvenes de ambos sexos de 10 a 17 años que puedan tomar decisión propia de asistir a los cursos, masculinos y femeninos, estudiantes de primaria hasta técnico.

¿Qué?

Diseñar un manual de identidad gráfica de Fundación Olímpica Gráfica, para proyectar una imagen basada en la filosofía de la fundación, proyectando unidad visual con parámetros para futuras campañas sigan contando con la línea gráfica.

¿Por qué?

Mejorar los procesos de comunicación basados en fundamentos de diseño gráfico que serán reflejadas sobre los deportistas, donadores, instructores, personas particulares y personal administrativo dando un sentimiento de pertenencia.

¿Cómo?

Diseñar un manual de identidad gráfica de Fundación Olímpica Gráfica, para proyectar una imagen basada en la filosofía de la fundación, proyectando unidad visual con parámetros para futuras campañas sigan contando con la línea gráfica.

¿Dónde?

Fundación Olímpica Guatemalteca ubicada en zona 4 Guatemala en conjunto con la escuela de Diseño Gráfico de la facultad de Arquitectura de la Universidad San Carlos de Guatemala en Zona 12.

¿Cuándo?

Un plazo de agosto a octubre.

3.1.3 Cuadro comparativo

El cuadro comparativo es una técnica la cual permite organizar información en tablas, para colocarse a la par y poder ver que ventajas y desventajas existen para el proyecto la finalidad de este es exponer si realmente es beneficioso.

Ventajas

- Vincular la identidad y filosofía de la fundación junto al concepto de la imagen visual.
- Unificarán criterios de diseño para campañas ya que se establecerán los criterios de uso.
- Fomentar el uso de pieza que se tenga en la fundación para uso de oficina y uso promocional.
- Establece parámetros que ayudan a una correcta aplicación de las piezas.
- Comunica las normas y guías que se debes de seguir en la reproducción de los materiales.
- Establecer una imagen consistente y coherente.

Desventajas

- Tiene costo elevado a la hora de reproducción.
- El material puede llegar a dañarse.

3.2 Conceptualización

3.2.1 Cerca - Lejos

Cerca lejos es una técnica en la cual es una variación de brainstorming, de Alex Faickney Osborn, consiste en crear dos listados uno de las cosas que están cerca y luego en otra columna se trata de colocar cosas sin relación a la institución, luego se trata de escoger dos palabras al azar y crear analogías, para poder sacar un concepto.

Felicidad	Pijama
Deportes	Animales
Olimpiadas	Computadoras
Juventud	Música
Niñez	Tecnología
Sonreir	Videojuegos
Futuro	Europa
Disiplinas	Carro
Juegos	Mouse
Valores	Cocinar
Balones	Peine
Redes	Flores
Árbitro	Verduras
Instrumentos	Puertas
Amistad	Reloj
Competencias	Cama
Luchar	Agua
Torneo	Religión
Reglas	Mantel
Disciplina	Enlace
Constancia	Escalera
Salud	Luna
Sistema	Alumbrado
Entrenamiento	Ruido
Medallero	Asia

Instrumentos - Ruido

Los atletas usan instrumentos para competir, el ruido siempre está en todo, se van a desgastar, tienen un ciclo, tienen un ritmo, los instrumentos generan un ruido específico, ambiente en las competiciones, el ruido genere frecuencias de sonido.

Concepto: Frecuencia del ciclo

Felicidad - Luna

La felicidad de poder cambiar de aires de un mundo donde normalmente miran todo oscuro o no disfrutan a 100, una vida que miran muy lejos, pero a la vez siempre que miras está ahí, mejorar el humor de su vida con actividades que sean buenas una vida alterna, iluminación a una noche oscura.

Concepto: Universos paralelos

Enlace - Disciplinas

Existen numerosas de disciplinas que se participan durante los juegos olímpicos, una palabra que tiene otro significado que puede dar a entender a la disciplina que se debe tener para triunfar, el enlace es uno de los fundamentos de la parte gráfica de los olímpicos la unión de los países.

Concepto: Unión de disciplinas

3.2.2 Bajara de fotos

Baraja de fotos es una técnica de Ismael Pantaleon que consiste en seleccionar una fotografía de internet y colocar analogías describiendo la imagen luego de tener las imágenes se trata de adaptar a la fundación, creando frases acerca de la fundación con un nuevo sentido.



Describir la imagen

- Tiene muchas cuerdas.
- El agua está en poco movimiento.
- Hay olas pequeñas.
- Al fondo se ven las montañas.
- Un grupo de personas en el bote.
- El viento sopla a favor del bote.
- Existen varios botes dentro del agua.
- El cielo está despejado.

Adaptación de las frases

- La fundación cuenta con gran variedad de programas.
- Siempre están buscando cómo moverse para ayudar.
- Querer llegar a lo más alto.
- Comunidad con un mismo objetivo.

Conceptos generados

- **Montañas del éxito**
- **Olas con objetivos**
- **Cuerdas para ayudar**

3.2.3 Mapa mental

Mapa mental es escoger un tema central e ir desglosando lo más que se pueda la palabra, luego se selecciona 3 palabras creando oraciones con ellas e ir juntando oraciones con nuevos sentidos. El creador es Tony buzan en 1974.



Campañas - amigos - Correr

Se crean campañas para ayudar.

Se genera una sensación de felicidad. **Concepto: Carrera de perseverancia**

Los amigos son para siempre.

Para poder gozar de los beneficios hay que correr.

Futuro - Valores - Participar

La fundación de un futuro a los atletas.

Los deportes se basan en valores.
Se busca que la niñez y juventud puede que cambie sus hábitos.
Se busca que participen más.

Concepto: La base del futuro

Ganado competencias - amigos- deportes

Los juego olímpicos se gana medallas Oro, Plata y Bronce

Al hacer nuevas conexiones ganas nuevos amigos.

Tiene muchos deportes en los cuales se puede competir.

Concepto: Ganando oro

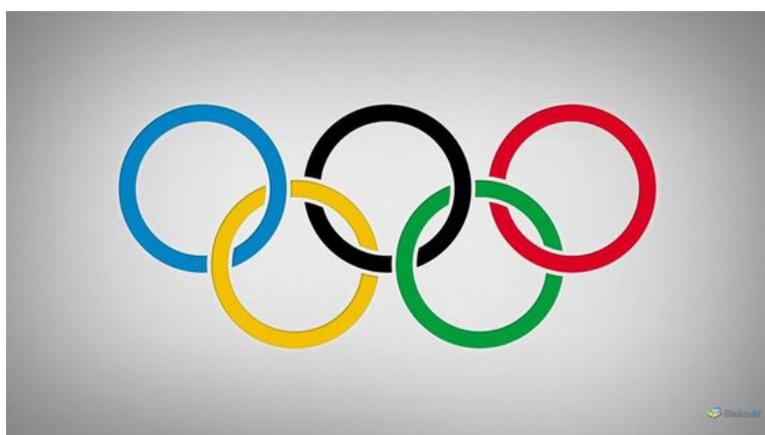
3.2.4 Concepto creativo selecto:

Universos paralelos

El concepto se seleccionó de la técnica Cerca - Lejos este concepto tiene relación hacia los jóvenes que estos ven a los programas deportivos como otro lugar totalmente distinto a su vida diaria, un escape de lo cotidiano, todos los niños y jóvenes tienen un mundo paralelo a su vida. Estableciendo los aros olímpicos como principal figura cada aro representa un mundo y están unidos en una parte para poder dar a entender que estos mundos están unidos ya que los programas deportivos uno de los valores es el trabajo en equipo.

3.3 Propuesta de códigos visuales

Color: Los valores olímpicos son parte de la fundación por lo tanto se quiere dar a entender eso.



Tipografía: Palo seco ya esta establecida la Montserrat para cuerpo de texto y Proxima Nova para titulos, estas ayudan a la facilidad de lectura.

Proxima
Nova
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZÀÁÊÏ
abcdefghijklmnopqrst
uvwxyzàá&123456789
0123456789o(\$£€.,!?)

MONTSERRAT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

MONTSERRAT HAIRLINE
MONTSERRAT ULTRA LIGHT
MONTSERRAT LIGHT
MONTSERRAT REGULAR

MONTSERRAT SEMI BOLD
MONTSERRAT BOLD
MONTSERRAT EXTRA BOLD
MONTSERRAT BLACK

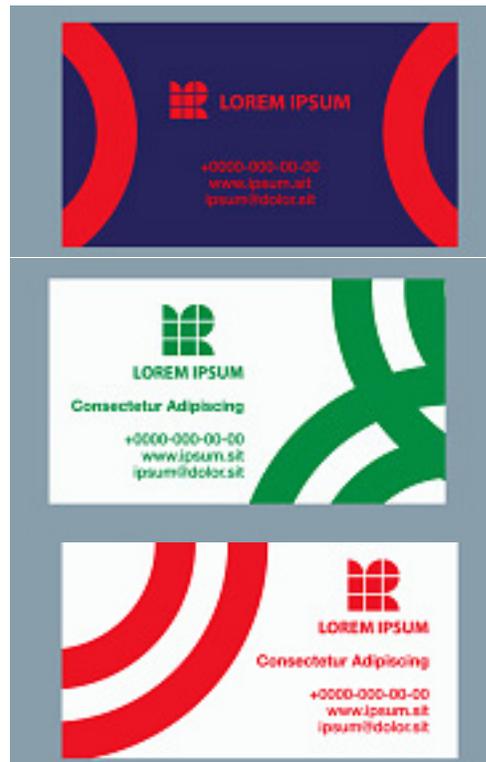
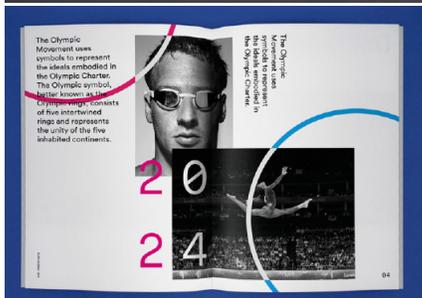
Diagramación:

Una a 4 columnas para dar más dinamismo al documento ya que se puede jugar con las columnas



Tendencia Gráfica:

El aro es la principal figura para las piezas.



3.3 Retrato visual

Manual de identidad gráfica

Al no tener una imagen establecida los departamentos dentro de la fundación no cuentan con una coherencia visual ya que no hay algo que respalde la toma de decisiones, Fundación Olímpica Guatemalteca se rige en querer transmitir valores deportivos a niños y jóvenes, pero personas externas que no estén involucradas a los proyectos no lo entenderán de estos y se llegará a perder a ese grupo.

 <p>Características geográficas</p> <p>El grupo objetivo está centralizado en las zonas 1, 4, 6, 7, 18, cercanas a las sedes en los distintos departamentos de Guatemala.</p>	 <p>Características sociodemográficas</p> <p>Niños y jóvenes de ambos sexos de 10 a 17 años que puedan tomar decisión propia de asistir a los cursos, masculinos y femeninos, estudiantes de primaria hasta técnico.</p>	 <p>Características socioeconómicas</p> <p>No cuentan con ingresos y los padres o encargados tienen un nivel E- D2, no pueden pagar una academia deportiva o a clases extracurriculares, y que no los obligan a trabajar.</p>	 <p>Características psicográficas</p> <p>Estilo de vida con obligaciones de ayudar en casa, de querer pasar más tiempo en la calle, con habilidad deportiva, que demuestre pasión y dedicación en lo que se proponga, que quieran sobresalir en el ámbito deportivo.</p>	<h3 style="color: white;">Solución del problema</h3> <p style="color: white;">Diseñar un manual de identidad gráfica de Fundación Olímpica Gráfica, para proyectar una imagen basada en la filosofía de la fundación, proyectando unidad visual con parámetros para futuras campañas sigan contando con la línea gráfica.</p>
 <p>Historia La Fundación Olímpica Guatemalteca aplica un modelo socio deportivo integrador en zonas de riesgo de Guatemala, enfocado en la niñez y juventud, que sea capaz de contrarrestar las tendencias hacia las disfunciones sociales y la exclusión, generando ciudadanos de alto rendimiento comprometidos con su barrio o comunidad.</p> <p>Misión Contribuir a la transformación de niños y jóvenes que viven en zonas de riesgo en Guatemala, a través de la educación de los Principios, Valores Olímpicos y la práctica deportiva como herramienta para la prevención de la violencia y la delincuencia, con el propósito de promover una cultura de paz y una sociedad mejor.</p>		<p>Objetivo Aplicar un modelo socio deportivo integrador en las zonas de riesgo de Guatemala, enfocado en la niñez y juventud, que sea capaz de contrarrestar las tendencias hacia las disfunciones sociales y la exclusión, generando ciudadanos de alto rendimiento comprometidos con su barrio o comunidad.</p> <p>Visión Ser un proyecto catalizador para la formación de alianzas público-privadas, en beneficio de las comunidades en desarrollo, en donde los ciudadanos participen activamente de la resolución de sus problemas.</p>		

3.4 Mapa de empatía



¿Qué piensan y sienten?

Sueñan con llegar a ser alguien importante en la sociedad, sienten la necesidad de tener amigos, querer tener un lugar al cual pertenecer, piensan que el deporte es algo importante para su vida.

¿Qué escuchan?

Están pendientes de la música popular como reggaeton, trap o rap, las declaraciones de sus deportistas referentes, las indicaciones de sus maestros e instructores para seguir mejorando en sus actividades.

¿Qué dicen y hacen?

Tienen sus tiempos bien definidos ya que deben cumplir su rol en la escuela con aprobar sus clases y realizar sus tareas, luego tiene que realizar sus entrenamientos en el deporte que estén participando, en sus tiempos libres salen a las calles junto a sus amigos.



Capítulo

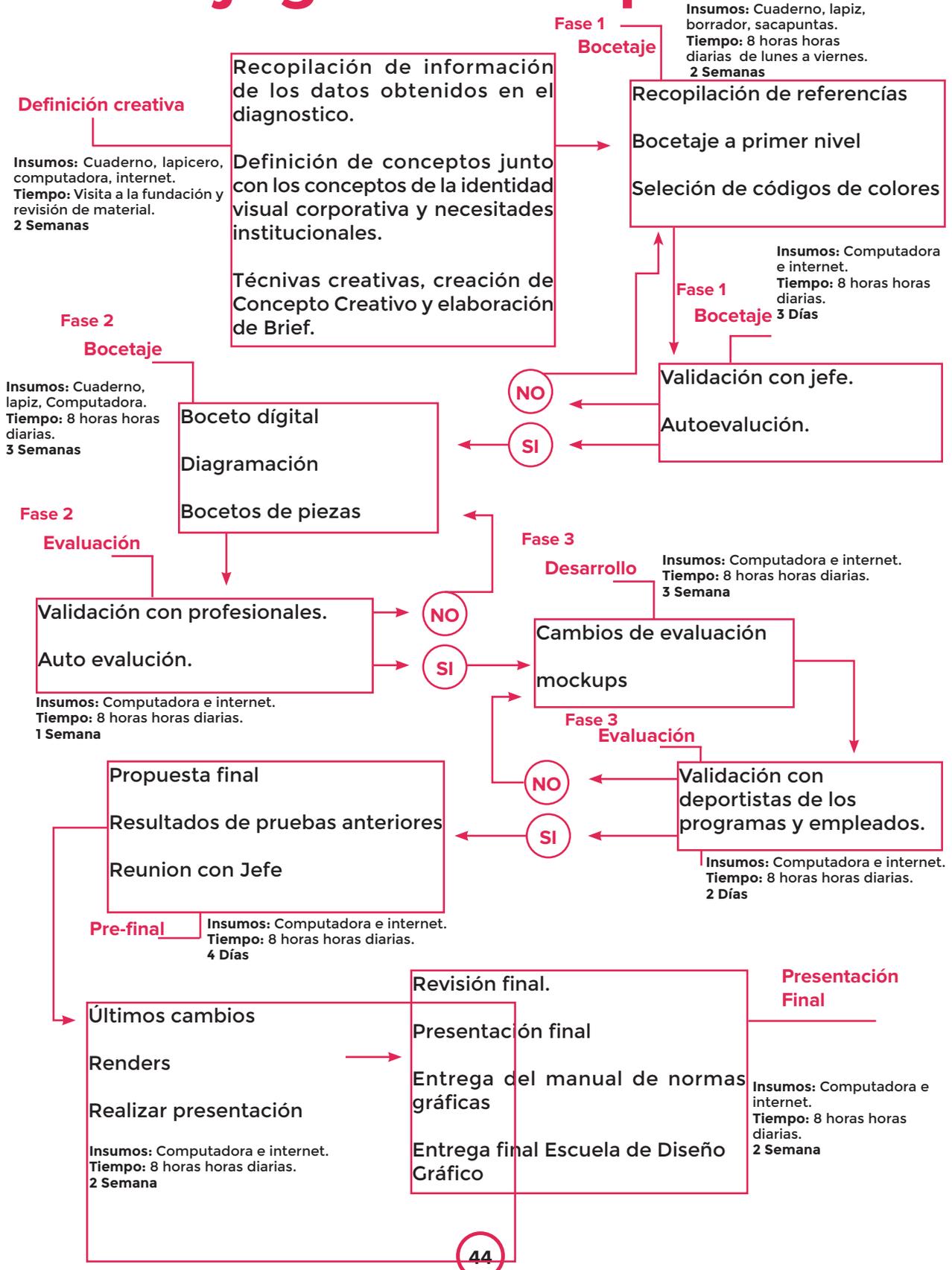
4



Flujograma del proceso
Cronograma de trabajo
Previsión de recursos y costos

Planeación Operativa

4.1 Flujoograma del proceso



4.2 Cronograma de trabajo

Julio				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Recibir protocolo revisado				
Asesoría de correcciones				
Corrección de errores				
Agosto				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Reunión con jefes				
Marco Teórico				
Primera entrega de protocolo				
Corrección de errores				
Definición de horarios de actividades				
Septiembre				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Reunión con jefes				
Recolección de información				
Definición de técnicas gráficas				
Reunión con jefes				
Bocetaje				
Retroalimentación con jefes				
Instrumentos de validación				
Octubre				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Presentación de validación a jefes				
Perfeccionar los diseños				
Aprobación de diseños				
Validación				
Analizar resultados				
Presentación de validación a jefes				
Perfeccionar los diseños				
Aprobación de diseños				
Validación				
Analizar resultados				
Noviembre				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Propuesta final de manual				
Recopilar los datos obtenidos				
Presentación final				

4.3 Previsión de recursos y costos

Servicio	Tiempo	Costo por hora	Total
Investigación y conceptualización	300	Q20.00	Q6,000.00
Bocetaje	25	Q30.00	Q750.00
Digitalización	100	Q30.00	Q3,000.00
16 Aplicaciones	120	Q30.00	Q3,600.00
Métodos de evaluación	12	Q20.00	Q240.00
Epesista	500	Q50.00	Q25,000.00
Asesor metodológico	45	Q80.00	Q3,600.00
Asesora gráfica	45	Q80.00	Q3,600.00
Tercer asesor	45	Q80.00	Q3,600.00
Recursos (Lápiz, Sketch, etc)	120	Q6.00	Q720.00
Equipo (Computadora, tableta, etc)	600	Q5.00	Q3,000.00
Servicios (Luz, internet, etc)	600	Q3.00	Q1,800.00
TOTAL:			Q 54,910.00



Capítulo

5



Ensayo social la juventud en
Guatemala

Ensayo ético el diseño puede
cambiar la sociedad

Marco Teórico

5.1 Ensayo social

La juventud en Guatemala

Guatemala cuenta con el problema de la sobre población y va en aumento ya que se reportan cantidades de nuevos ciudadanos año tras año, en 2018, Guatemala reporta 17.25 millones de habitantes uno de los mayores sectores de la población guatemalteca de 5 a 19 años cuenta con un 22% según el censo realizado en 2018. Existen dos tipos de jóvenes los de área rural y área urbana, la situación con respecto a la educación de los jóvenes se ve preocupante ya que la mayoría no cuenta con una familia que los apoye económicamente ya que al tener mucha familia necesitan que más miembros trabajen, esto limita mucho las oportunidades que puede lograr.

La educación en los jóvenes

En el sistema de educación no cumple los requisitos para dar una educación de calidad en el sector público, y aunque en la constitución prevé la educación pública gratuita a menores de 18 años según los artículos (artículos 2 a 6, 12 a 17, 24, 28, 29 y 31)¹⁷, muchas veces falta de personal, inmueble que no cumple la demanda de los estudiantes, o maestros que no cumplen con sus funciones, mucho de estos jóvenes del sector público que es donde existe mayor número de personas de esta muestra ven a la escuela, una vía de escape de su realidad que viven, y muchas veces se enfocan en otras cosas que no son los estudios, existen bajas en las escuelas por bajo rendimiento, por haber reprobado materias. Se puede observar en las escuelas que cuando están en horarios de escuela muchos jóvenes se encuentran afuera del salón, lastimosamente al pasar los ciclos escolares se ve afectado el joven.

¹⁶ INE, Características generales de la población, Instituto Nacional de Estadística Guatemala.
<https://www.censopoblacion.gt/graficas>

¹⁷ Naciones Unidas Derechos Humanos, Boletín. No.22. "DERECHOS HUMANOS DE LA ADOLESCENCIA." http://ww2.oj.gob.gt/cursos/COMPILACION3/docs/Boletines/boletin_22.pdf.

Trabajo para jóvenes

En la ciudad capital se puede observar puntos de influencia de personas donde existen grupos de jóvenes, por ejemplo: en una gran cantidad de semáforos se encuentran jóvenes y niños intentando obtener ingresos para la familia; en transporte público se pueden observar a la gente que sale con sus hijos a pedir dinero, niños caminando por las calles con sus negocios deambulantes lustrando, vendiendo dulce o cualquier cosa que les alcance. Lastimosamente en Guatemala existe una gran cantidad de pobreza la cual genera que si los hijos no están estudiando o no cuentan con los ingresos mandan a los menores de edad a conseguir dinero. Según el ministerio de trabajo dice “Adolescente Trabajador es la persona física que con la edad legal mínima presta servicios retribuidos subordinados a otra persona, a una empresa o institución. Si su edad es menor a legal establecida, puede ser considerado trabajo infantil es ilegal, para laborar deberá tener el permiso otorgado por el Ministerio de Trabajo.” (Art. 74 de la Constitución de Guatemala 1985; 32 & 148 del Código de trabajo 2001) Aunque se contradice diciendo que es igual si ellos otorgan el permiso es válido para que un menor de edad trabaje en algo legal fuera de la ciudad se puede ver mayor trabajo infantil dentro de fincas o cultivos donde se les pagan muy mal por un trabajo físico de estar cultivando.

Zonas rojas en el municipio de Guatemala

Dentro de la ciudad capital, existen estas denominadas “Zonas Rojas” son sectores dentro de las zonas que la Policía Nacional Civil (PNC) les da el nombre, en estas zonas son catalogadas de peligrosa ya que existe mucha inseguridad, lamentablemente en la ciudad capital existen muchas zonas rojas, muchas Organizaciones trabajan dentro de estas zonas para poder cambiar desde adentro y rescatando. Actuando como actores de cambio, los jóvenes son el futuro del país y entre más jóvenes se les puede dar metas y tengan ambiciones en sus vidas a futuro.

Las oportunidades de niños y jóvenes en zonas roja

Muchos de estos no tienen oportunidad de escoger que hacer ya que un gran porcentaje de esta población vive en un estado de pobreza muy grave como se expone anteriormente se puede ver que la vida para ellos está limitada a estudiar, trabajar o la violencia, actualmente en el país se puede ver en las noticias casos donde se atrapan a menores de edad con armas de fuego o haciendo robos, esto es generado dentro de las áreas rojas ya que dentro de estas zonas se encuentran redes de delincuencia que les ofrecen dinero que quieren y necesitan a cambio de malos servicios, sobre las calles de estas zonas se pueden ver grupos de jóvenes usando sustancias de dudosa procedencia a plena luz del día. Existe un sector de estos jóvenes que aparte de los problemas que sufren jóvenes que sufren de violencia doméstica, tienen baja autoestima, no tienen un sentimiento de pertinencia con el sistema escolar, ni con su comunidad ni con su familia. Puede haber casos que estos sean jóvenes que han desertado del sistema escolar, son padres jóvenes, están desempleados, son adictos a las drogas y han sido arrestados más de alguna vez.¹⁸

UNIFEC propone que es adecuado el crear ambientes dignos, protectores y potenciadores para el apoyo del desarrollo de niños y jóvenes, que les brinden oportunidades de crecimiento académico, moral y de vida. La creación de espacios de recreación, expresión y participación, formación técnica en oficios y emprendimientos.¹⁹

¹⁸Bolaños Lisardo y Pineda Bismarck. Diagnóstico de la Violencia Juvenil en Guatemala. Congreso de la República de Guatemala. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/6CB41548AC57042C0525778600016497/\\$FILE/GRAMO.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/6CB41548AC57042C0525778600016497/$FILE/GRAMO.pdf)

¹⁹UNIFEC, "Oportunidades Para La Adolescencia y Juventud." 2018. Unicef.org. 2018. <https://www.unicef.org/guatemala/oportunidades-para-la-adolescencia-y-juventud>.

El deporte en la juventud

La juventud es una etapa de formación para el individuo esto ayuda mucho a crecer al individuo ya que genera ciertos valores, carácter, beneficios psicológicos, físicos y sociales. La importancia del deporte para la salud física, mental y social adolescente es indiscutible: según la OMS (Organización Mundial de la Salud) un 35% de las enfermedades de adultos se inician en la adolescencia, por lo tanto, es esencial poder cambiar hábitos que muchos no tienen siendo adultos desde esta etapa, el comité olímpico promueve valores con los que se debería poder integrar.

Los valores de excelencia, amistad y respeto fueron los seleccionados para describir la base sobre la que el Movimiento Olímpico une deporte, cultura y educación en beneficio de los seres humanos. Son una inspiración tanto a nivel individual como organizativo que pueden ser definidos de la siguiente manera:

Excelencia: Dar lo mejor de sí mismo, tanto en el campo de juego como en la vida. No se trata de ganar sino también de participar, sobre la superación de las metas personales, esforzarse para ser y hacer lo mejor en nuestra vida diaria.

Amistad: Construir un mundo pacífico y mejor gracias al deporte, a través de la solidaridad, el espíritu de equipo y el optimismo. Considerar al deporte como una herramienta para la comprensión mutua entre individuos y personas de todo el mundo a pesar de las diferencias.

Respeto: Respetarse a uno mismo, a nuestro cuerpo, respetar a otros, así como también respetar las normas y regulaciones, respetar al medioambiente. En relación con el deporte, respeto por el fair play o Juego Limpio y por la lucha contra el doping o cualquier otra forma de comportamiento antiético.

Estos tres valores se transmiten a través de los símbolos olímpicos: el lema (más alto, más lejos, más fuerte) expresa la excelencia al promover a los atletas a esforzarse a dar lo mejor de sí. La llama simboliza la amistad entre los pueblos con la antorcha recorriendo por lo general, diferentes países de mundo. Los anillos representan el respeto, brindando a todas las naciones y a los cinco continentes juntos sin discriminación. Los principios mostrados son universalidad y humanismo.²⁰

²⁰Comité olímpico Argentino. Los Valores Olímpicos. http://www.coarg.org.ar/index.php/comisiones-del-coa/item/download/72_70c4aa3442f0c8af4a47ee63a1863486

5.2 Ensayo ético

El diseño puede cambiar la sociedad

El diseño llega a estar en esta sociedad, se puede llegar a ver en televisión, radio, periódicos, en las paredes, vallas publicitarias, autobuses, centros donde se concentran masas de personas y en verdad le damos la importancia que se merece. La influencia del diseño está ahí en el día a día. Y qué hace el diseño en estos lugares... uno de los grandes objetivos es llevar un mensaje y que puede llegar a ser positivo que le puede sacar una sonrisa a alguna persona. Cambiarle el ánimo a una persona puede llegar a contribuir a la sociedad como un efecto mariposa ya que puede influir a corto o a largo plazo en la vida de esa persona.

Por qué el diseño es tan importante en la vida actual, según teorías basadas en la rama de la psicología por ejemplo la Pirámide de Maslow que describe a menudo como una pirámide que consta de cinco niveles: los cuatro primeros niveles pueden ser agrupados como «necesidades primordiales; al nivel superior lo denominó «autorrealización», «motivación de crecimiento», o «necesidad de ser».²¹ Es una de las bases del diseño y gracias a esta se puede llegar a esta teoría se puede dar ver por qué es tan importante ya que se puede basar en las necesidades básicas del ser humano.

Laia Guarro, 2018, expone en una revista «Creo que el diseño puede transformar la sociedad, porque incide directamente en la actitud de las personas y en su comportamiento»²² lo que hace pensar que el diseño no es una disciplina meramente estética, aunque los diseñadores le damos a veces demasiada importancia. Se debe conocer el comportamiento del grupo objetivo para poder hacer funcional, ya que se está intentando que se realice una acción y que no les guste el “dibujito”.

El diseño puede llegar a transformar la sociedad todos los días. No se puede pasar ni siquiera unos segundos sin tener contacto con algo que haya sido creado por un diseñador, y es que como se relata en este texto, se vive en una sociedad que está tapizada con muchos productos que tiene trabajo de los diseñadores y lo mejor es que este alcance de todas las personas y actualmente ya está muy inspirada en contar una verdad del consumidor no tanto de un estereotipo muy lejos de la verdad.

²¹Acosta, Carolina, “La Pirámide de Maslow”, 2012. Escuela de organización industrial. Disponible en: <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>

²²Guarro Laia, “El diseño no es una disciplina meramente estética”. 2018. Revista Gráfica. Disponible en: <https://graffica.info/laia-guarro/>

La importancia de identidad visual

La imagen de una empresa, asociación o una organización que necesite ser reconocido, generar una marca, una marca tiene un conjunto importante que genera una personalidad para que la gente pueda verlo así, esto se refiere a valores, objetivos, misión, visión, etc. Todo esto ayuda a la imagen percibida por las personas y las respuestas que se tienen hacia la marca que miran.

No se puede construir una identidad visual a partir de un logotipo (o imagotipo), que es lo que comúnmente hacen los no profesionales, ya que la indagación sobre el hecho de la identidad podría llegar a anular el logotipo como material base.²³

La identidad visual son elementos gráficos para ser reconocidos por el público en el momento de la compra o a la hora de tomar una decisión alguno de los elementos que reconocen a una marca son: logo, tipografía, paleta de colores, materiales de divulgación.

Elementos visuales

Un conjunto de elementos gráficos son aquellos que representan el mensaje que transmite la marca que estos conjuntos tengan coherencia y consistente.

a) Forma. Todo lo que pueda ser visto posee una forma que aporta a la identificación principal en nuestra percepción.

b) Medida. Todas las formas tienen un tamaño. El tamaño es relativo si lo describimos en términos de magnitud y de pequeñez, pero asimismo es físicamente mensurable.

c) Color. Una forma se distingue de sus cercanías por medio del color. El color se utiliza en su sentido amplio, comprendiendo no solo los del espectro solar sino asimismo los neutros (blanco, negro, los grises intermedios) y asimismo sus variaciones tonales y cromáticas.

d) Textura. La textura se refiere a las cercanías en la superficie de una forma. Puede ser plana o decorada, suave o rugosa, y puede atraer tanto al sentido del tacto como a la vista.²⁴

²³Caldevilla-Domínguez, David. 2009. "La Importancia de La Identidad Visual Corporativa." ResearchGate. Forum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas - FORUM XXI. March 15, 2009. https://www.researchgate.net/publication/290232760_La_importancia_de_la_Identidad_Visual_Corporativa

²⁴Wong Wucius, Fundamentos del diseño, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1979.42-43

Brandbook

Se le llama brandbook al manual de identidad visual este es una guía de uso correcto de la marca visual teniendo en cuenta que debe tener una coherencia visual para visualizar las diferentes aplicaciones posibles, contribuye a construir la identidad visual de una marca, aumentar la historia, mostrar personalidad y ayuda a otros a entenderla. No existe un método con el cual se pueda realizar con éxito un brandbook ya que en si todas son diferentes marcas cada una con una personalidad totalmente diferente.

Como bien se dice no hay un método para el éxito, lo que se tiene que llegar a tener seguro es que se va a añadir coherencia, valores y beneficios a la marca. Algunos autores definen la Identidad Visual Corporativa como:

“La identidad visual permite reconocer los rasgos fundamentales de una marca por parte de los consumidores especialmente a través de su logotipo. Esto es posible ya que su objetivo es presentar la idea central de la empresa con contundencia, brevedad e inmediatez” (Olins, 2009, p. 30).

“Además de ser un conjunto de normas establecidas le permite a la organización conseguir un grado de unidad y coherencia comunicativa en todas y cada una de las acciones que lleve “(Sanz de la Tejada, 1996)

“Conjunto de elementos, rasgos y características estables y duraderas en la marca (personalidad, valores, creencias, opiniones mantenidas, signos o elementos de identificación, etc.) La identidad viene a determinar la forma de ser, de pensar y de actuar de la marca, en definitiva, su realidad” (Jiménez Zarco, 2004 p. 57).

Que conlleva un manual de identidad

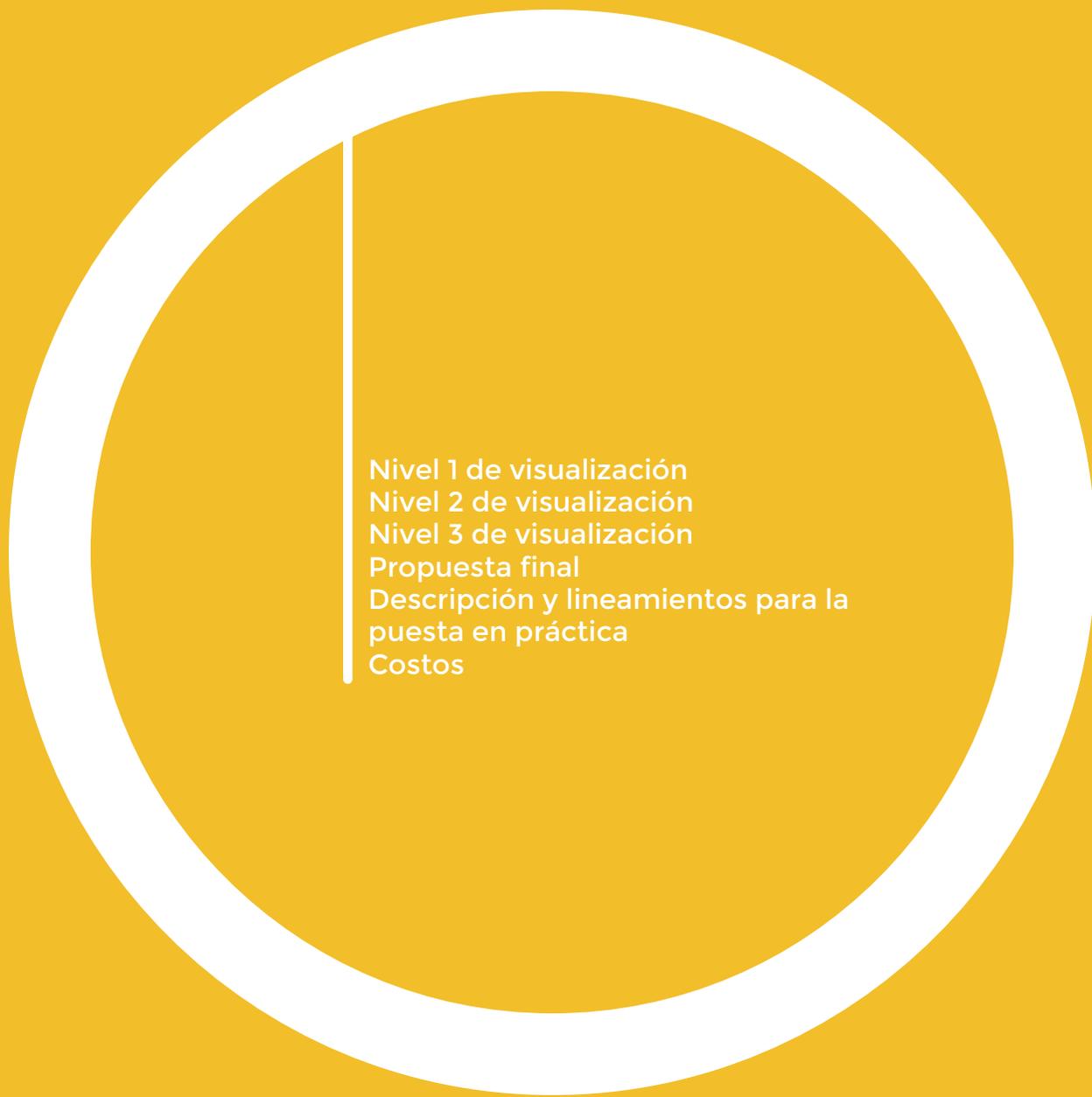
Primero se muestra la esencia de la marca lo que es misión, visión, valores, personalidad y posicionamiento. Luego viene lo principal visual, el logo, viene acompañado de parámetros y sus variantes, diferentes versiones de color, versiones reducidas, etc. Tipografías con sus familias y se mencionan unos parámetros de uso, una muestra cromática en sus distintos sistemas de colores, símbolos que se pueden utilizar.²⁵ Para finalizar se muestran aplicaciones, las corporativas, tarjetas de presentación, sobre, hoja membretada, firma electrónica, gafetes. Luego vienen aplicaciones comerciales pueden ser bolsas, lapiceros, camisas, backwall.

Las marcas necesitan tener un brandbook para proteger la identidad de la marca y que ésta no pierda su esencia, ya que teniendo este manual describe distintas situaciones de cómo se puede usar su identidad.

²⁵ Gil. 2017. “Importancia de La Gestión de La Identidad Visual Corporativa En Las Marcas. Propuesta de Nueva Identidad Visual Para La Marca Arnit.” Uvadoc.Uva.Es. <https://doi.org/http://uvadoc.uva.es/handle/10324/24163>



Capítulo 6

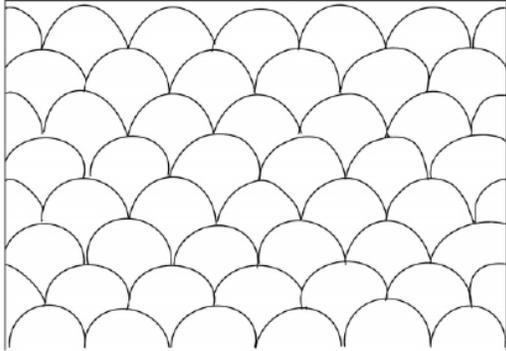


Proceso de Producción Gráfica

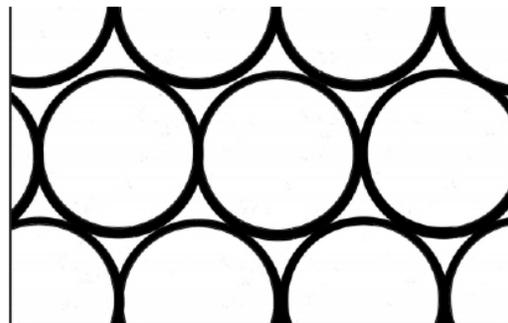
6.1 Nivel 1

6.1.1 Bocetaje propuestas

Los primeros bocetos que se comenzaron fueron formando patrones para partir de estos.



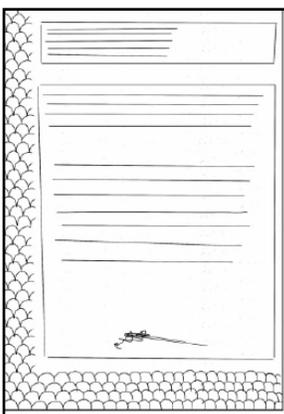
La primeras propuestas fueron basadas en los aros olímpicos donde se colocó de una manera que se pueda confundir con personas simulando que existe una multitud comunidad de atletas.



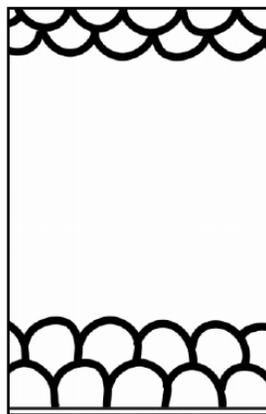
Bajo el mismo concepto de la propuesta previa de los aros olímpicos se quería formar una textura con los aros más grandes y que ocupan más espacios.

Esta propuesta se basaba en los picos que cada uno representaba cada uno de los programas que tiene la fundación.

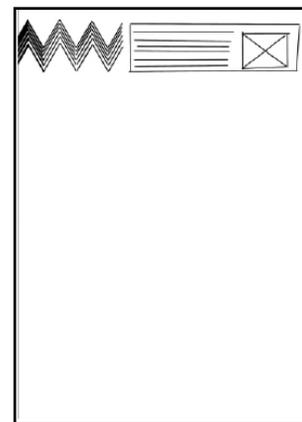
Las hojas membretadas cuenta con los elementos previamente seleccionados.



La primera propuesta se basa en generar un marco con esa multitud del patrón que se quiso hacer.



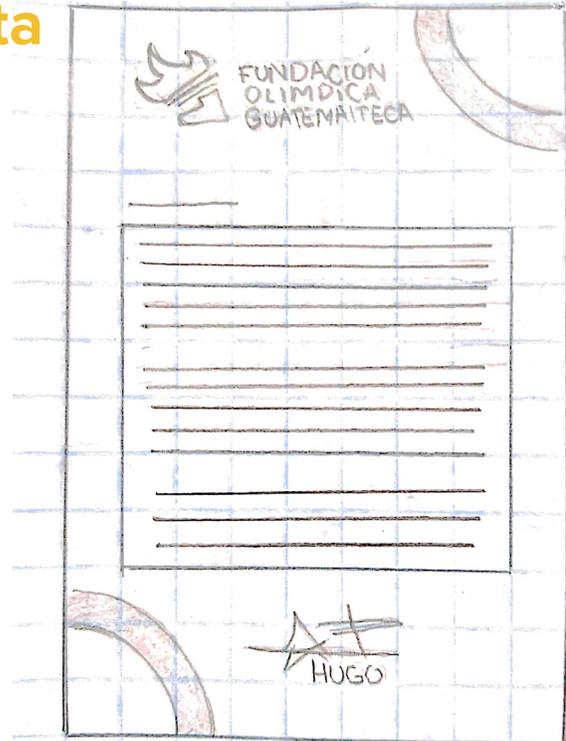
La segunda se generó con márgenes superiores e inferiores para hacer que el texto escrito en las hojas membretadas se vean bien.



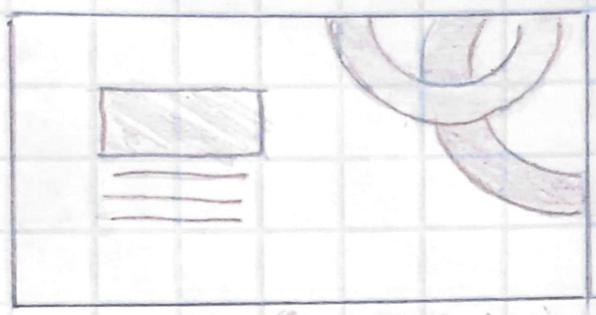
La tercera de la textura de los picos de los programas de la fundación se utilizan como elemento gráfico para poder delimitar los datos de la fundación.

6.1.2 Bocetaje propuesta seleccionada

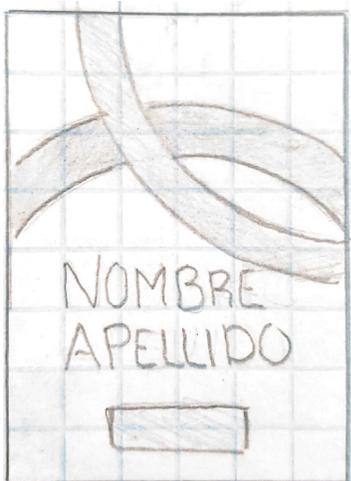
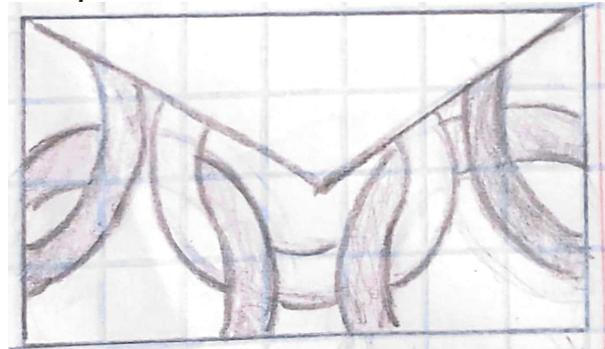
La hoja membretada cuenta con dos aros la parte membretada con los datos de la fundación y el imagotipo.



Los sobres la parte de enfrente cuenta con la parte que son los datos junto a dos aros entrelazado.

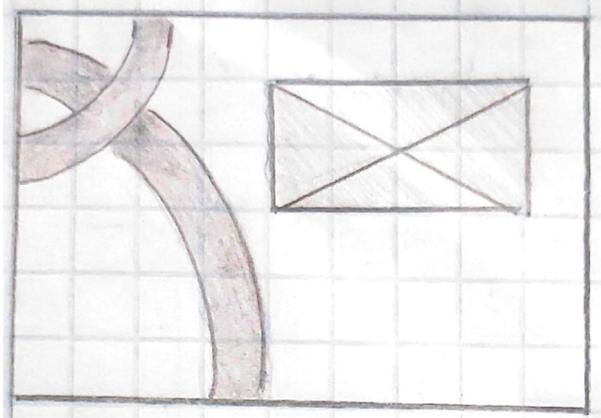


La parte posterior son los 5 aros olímpicos



Los gafetes cuentan con dos aros unidos, el nombre y apellido de la persona que lo porta y del otro lado cuenta con el departamento al que pertenecen junto al imagotipo.

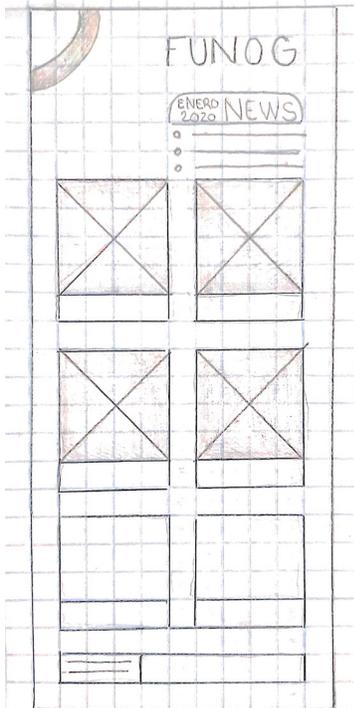




En la parte trasera cuenta con un aro y el nombre y los datos del que pertenece la tarjeta.



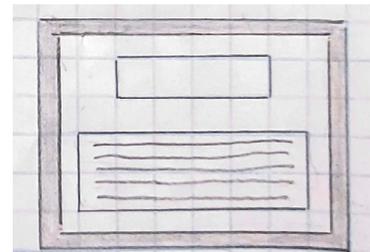
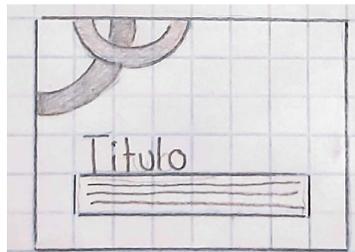
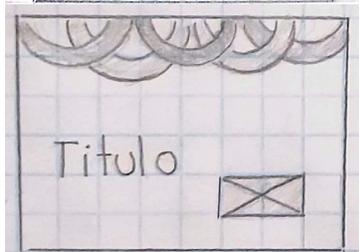
La tarjeta de presentación contará con el color de fondo de un aro y cuenta con dos elementos que son los aros y el imagotipo.



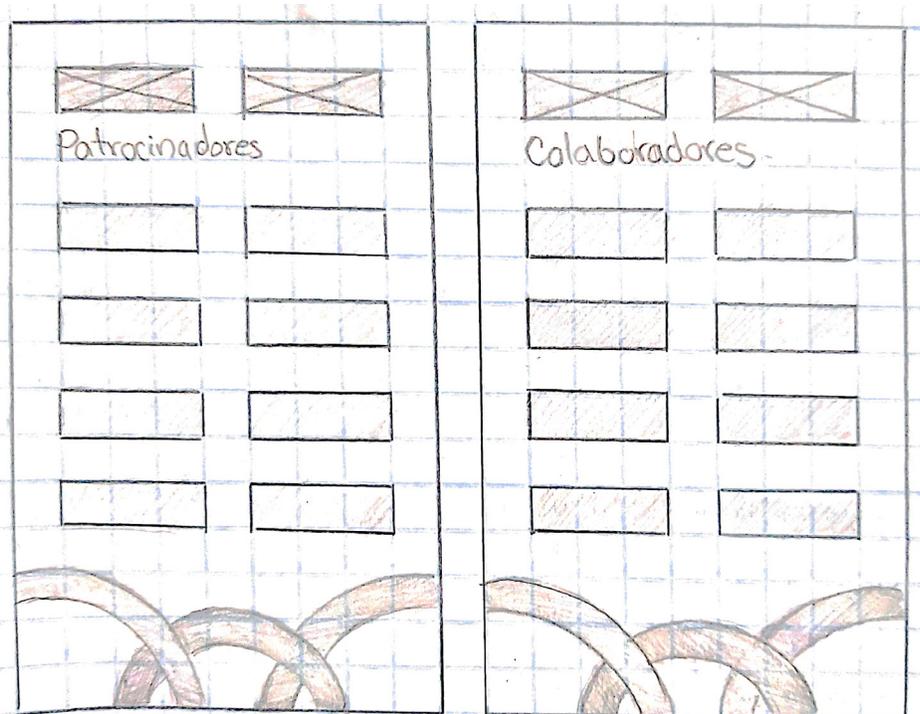
FUNOG NEWS es un boletín informativo en el cual llevan imágenes y abajo con descripción de la imagen, arriba cuenta con en aro el logo de FUNOG NEWS y la información, mientras que abajo tienen próximas actividades que tendrán.



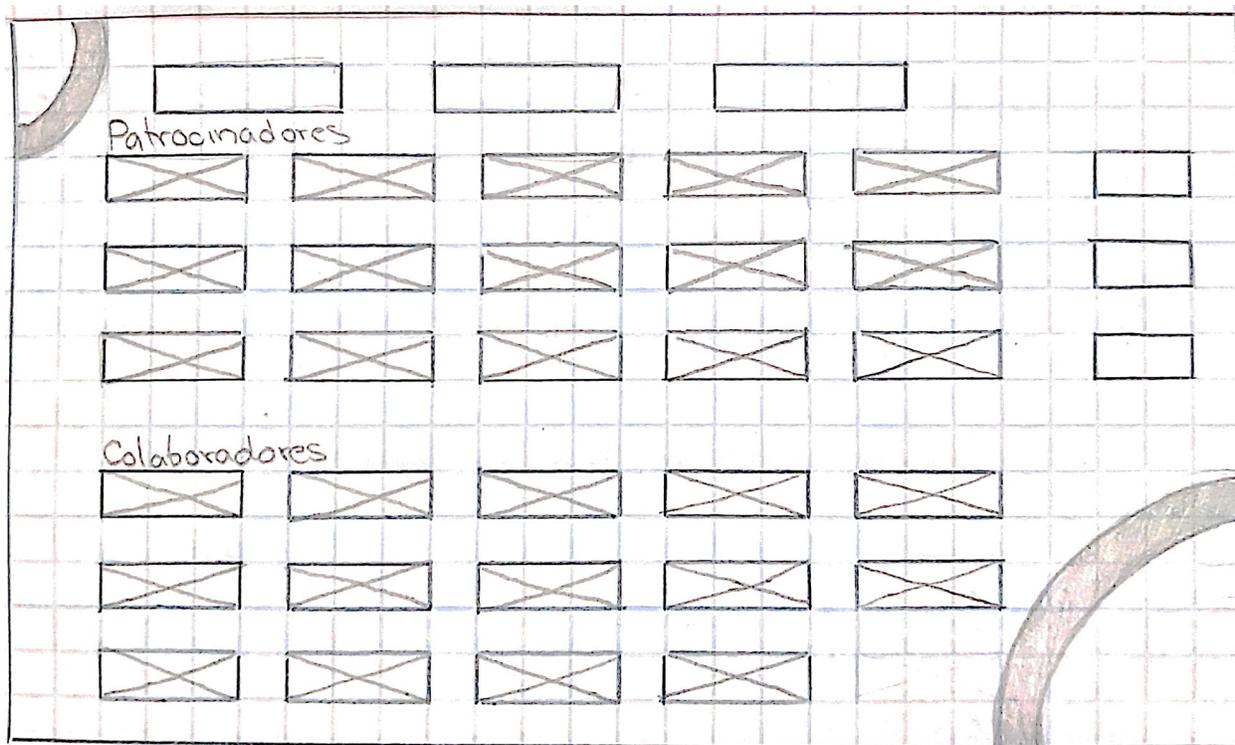
Estas tarjetas son para agradecer a las empresas que apoyan a la fundación cuentan con un texto de agradecimiento y una imagen de la fundación y en cada extremo tienen un aro.



Presentaciones institucionales en las cuales van para títulos que tienen los 5 aros olímpicos, la segunda es para subtítulo y un texto corto con dos aro, mientras que en la tercera tiene un marco de color de un aro, para poner texto o imágenes.



Banners para actividades donde están ubicado los logos de patrocinadores y colaboradores son dos separados y al juntarlos se forman los 5 aros olímpicos, arriba estarán ubicados arriba.



Una Backwall con logos de patrocinadores y colaboradores con un marco del imagotipo de la fundación y en cada extremo tiene un aro olímpico.

6.1.3 Auto-evaluación

Propuesta	Puntuación 0 Más bajo 5 Más alto						
	Jerarquía	Recorrido Visual	Acorde con las premisas	Distribución de elementos	Refleja el concepto creativo	Coherencia visual	Memorabilidad
Propuesta 1	1	1	3	2	3	2	2
Propuesta 2	1	2	3	2	3	2	2
Propuesta 3	4	5	4	5	4	5	4

6.1.4 Conclusión

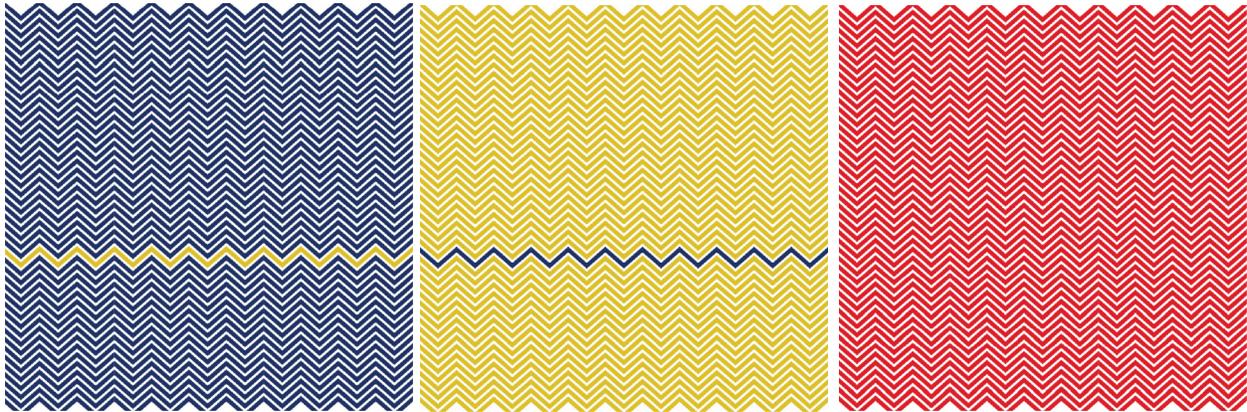
Con la Autoevaluación se vio ventaja de una propuesta ya que se puede dar más sentimiento de pertenencia hacia la fundación ya que se toma un elemento icónico como figura principal y en eso se fue armando piezas para que siguieran con este elemento, al ver los bocetos de las piezas se puede ver como si se crea una coherencia visual que es uno de los principales objetivos de este manual.

6.2 Nivel 2

6.2.1 Propuesta 1

La primera opción que se propuso fue unos patrones como figura principal en la cual tenían 11 picos que cada uno de estos era un programa que cuenta la fundación.

Patrones con anomalía



En la hoja membretada se realiza con el patrón, los picos apuntando hacia los datos de la fundación, el logo y el cuadro de texto.



La tarjeta tiene como principal el patrón, pero con una franja blanca, para destacar más el nombre del dueño de la tarjeta.

En conclusión no funcionó ya que con el concepto y con valores olímpicos había una contradicción entre lo teórico con lo gráfico, por lo tanto se intentó buscar un nuevo elemento principal que sea más reconocido por la gente y lo asocie con los valores de la fundación.

6.2.3 Propuesta 2

La tarjeta utiliza una parte de los elementos, creando contraste con el color de uno de los aros, y en el revés con un fondo blanco para dar mayor legibilidad.



La hoja membretada se crea a partir de dos aros para crear un margen en lo visual, para que el cuadro de texto quede enmedio de este marco.



En el gafete se le da mayor importancia al nombre, de igual manera se va alternando los aros olímpicos, para darle coherencia al elemento.



La parte de enfrente sigue la línea gráfica de las anteriores, partes de los aros, con el logo en grande y los datos abajo. La parte trasera se quiso dar mayor énfasis en la personalidad de la fundación colocando los aros olímpicos.



Esta idea surge de los valores de la fundación que se agarran los aros olímpicos como símbolo principal.

La diagramación se utiliza una retícula a 4 columnas en pliego con los elementos principales sobre la imagen, y agregarle un elemento sobre el cuadro de texto.

6.2.4 Conclusiones

La primera validación (ver **Anexo 1** para revisar el instrumento y resultados) se realizó con una muestra de 11 diseñadores que cuentan con experiencia laboral dentro del ámbito de diseño gráfico.

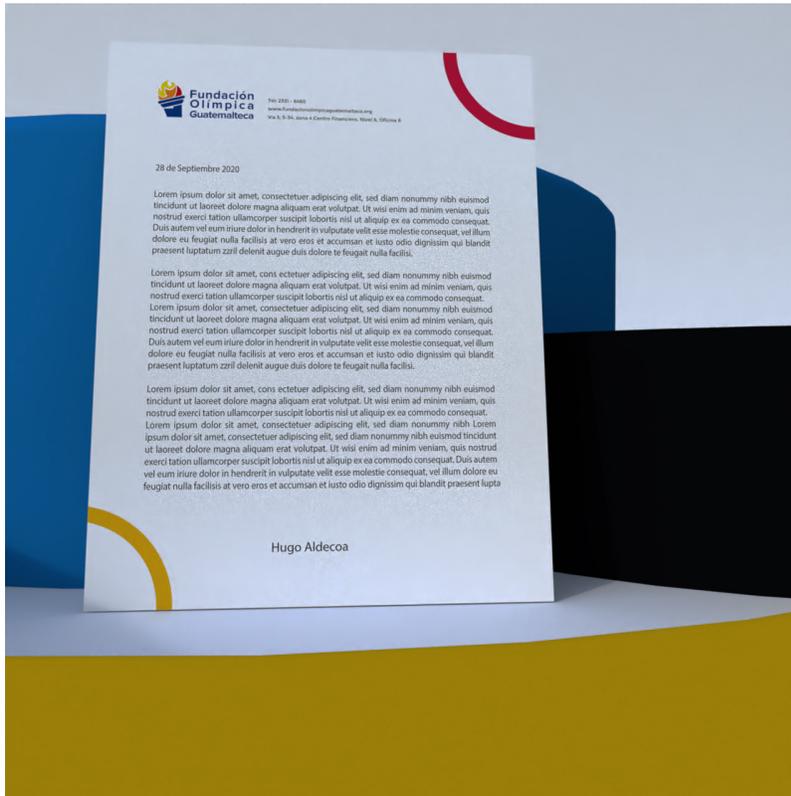
Los aros que representan a las olimpiadas pertenecen al comité olímpico internacional, este comité da autorización a cada país que tenga delegación de poderlos usarlos sin uso comercial.

Decisiones a mejorar

- La primera decisión que se tomará es de cambiar el tamaño de los aros ya que en la validación se dió a que son muy llamativos y crea este ruido donde roba protagonismo a los demás elementos.
- Segunda decisión es acerca del tamaño de los textos por ejemplo: los nombres que identifican a los miembros de la fundación ya que son muy grandes y no deja mucho margen para que respire el diseño.
- Tercera decisión es acerca de los márgenes ya que en algunas piezas queda muy a la orilla y no coinciden con los márgenes de otros elementos.
- Cuarta decisión es acerca del logo ya que en la validación se da que solo está sobrepuesto, no parece integrado a las piezas.
- Quinta decisión que los elementos no se sobrepongan sobre otro elemento ya que puede llegar a hacer ruido.
- Sexta decisión a la hora del mock up no colocar el fondo del mismo color de algún elemento de la pieza.

6.3 Nivel 3

6.3.1 Cambios post-validación



La hoja membretada tiene medidas de una hoja carta 8*11 pulgadas, haciendo marcos con los aros olímpicos.

El lado de enfrente tiene la letra del departamento que pertenece, del otro lado tiene el nombre y el logo de la fundación con dos aros.





Los folders tienen de color de fondo de un aro, con dos aros de colores que contrastan con el fondo, el logo es la versión en blanco, los datos van conforme al contorno del aro.

El sobre por la jerarquía de lectura lo primero que se verá es el logo, seguido de los datos de la empresa, siempre se sigue con los dos mismos patrones de los aros olímpicos. Mientras que la parte trasera son los 5 aros entrelazados.





Las tarjetas de presentación tienen el contraste del color de un aro mientras que se usan 2 aros para dar contraste junto a la versión del color blanco del logo, y del otro lado tienen los datos de la persona.



El manual se utiliza una diagramación de 4 columnas en pliego, en un formato de 10*10 pulgadas con la numeración está dentro de un aro cada capítulo tiene un color de un aro asignado, para identificarlo.

6.3.2 Conclusiones

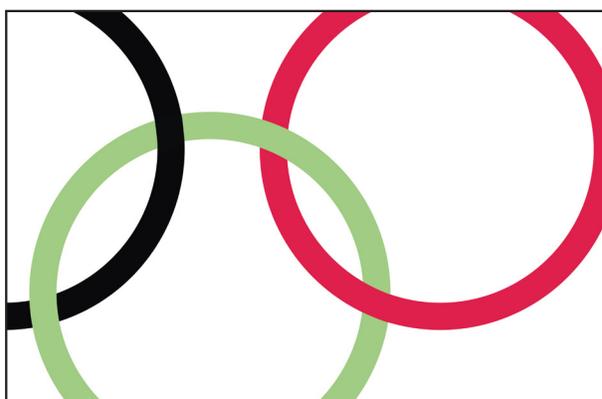
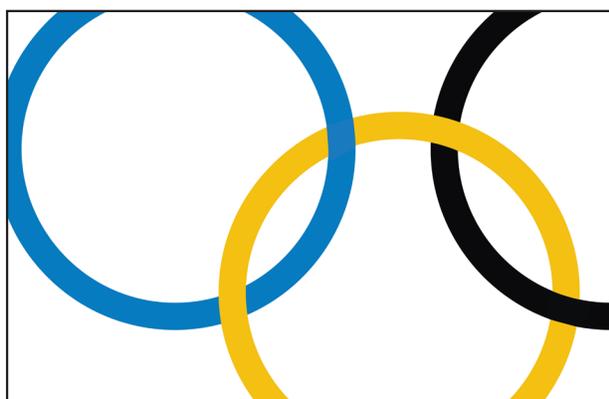
La validación (ver **Anexo 3** para revisar el instrumento y resultados) se realizó en el departamento de comunicación la muestra es de 3 personas que darían uso a este manual.

Decisiones a mejorar

- La encuesta resultó positiva ya que se recibieron comentarios en los cuales decían que les gustó las piezas.
- El manual se les hizo un poco complicado de entender, por lo tanto se cambiará la forma de diagramar.
- Los colores se mantienen ya que se recibió comentario de que les gustó el cambio entre el blanco y el uso de color en el fondo.
- Los aros si son identificados con ellos, por lo tanto se seguirán empleando como elemento principal.
- Por la aprobación recibida da luz verde para poder continuar con las siguientes piezas.

6.4 Propuesta final

6.4.1 Propuesta final



06 VALORES Historia Misión Visión	Sobre Folder Firma electrónica Presentación Sello
12 IDENTIDAD VISUAL Imagotipo Uso correcto Uso incorrecto Tipografía Colores corporativos Elementos	46 Material de difusión Letrero FUNOC news Tarjetas de agradecimiento Banners Backwall Libreta Mochila Pachón
28 Materiales de oficina Hoja membretada Tarjeta de presentación Cafete	64 Creditos Credito



Historía

Se fundó el 27 de septiembre de 1994 por un grupo de dirigentes deportivos, con una larga trayectoria deportiva y empresarial.

Es de naturaleza y carácter privado, no lucrativa, apolítica, no partidista, con fines de contribución al desarrollo del deporte nacional.

9

MISIÓN

Contribuir a la transformación de niños y jóvenes que viven en zonas de riesgo en Guatemala, a través de la educación de los Principios, Valores Olímpicos y la práctica deportiva como herramienta para la prevención de la violencia y la delincuencia, con el propósito de promover una cultura de paz y una sociedad mejor.

10

VISIÓN

Ser un proyecto catalizador para la formación de alianzas público-privadas, en beneficio de las comunidades en desarrollo, en donde los ciudadanos participen activamente de la resolución de sus problemas.

11

2 IDENTIDAD VISUAL

IMAGOTIPO

El imagotipo tiene la tipografía Proxima Nova en su versión bold, la imagen es una representación de la antorcha olímpica encendida, esta tiene una denotación en base a los principios de la empresa.

El área de respeto se toma en base el asta de la letra "F" y se le incrementa el doble, esta área representa que se debe respetar y no se puede poner elementos dentro del área.

14



Área de respeto

15

USO CORRECTO

Mantener un contraste equilibrado entre logotipo color y fondo. Al hacer uso del logotipo sobre un fondo de color que no sea perteneciente a los colores presentes, hacer uso del logotipo en su forma positiva/negativa.

16



17

USO INCORRECTO

No se puede usar cuando se utiliza sobre fondo que no sean los colores de los aros olímpicos, no se puede usar sobre fotografías con los del imagotipo, cambiar el color del imagotipo.

18



19

TIPOGRAFÍA

Proxima Nova

Tipografía selecta para el títulos y subtítulos nivel 1, en los cuales se tendrá que emplear la fuente en estilo bold y el uso será solo en mayúsculas.

20

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

21

Montserrat

Tipografía selecta para subtítulos de nivel 2 en adelante, se hará uso de esta en Bold solamente utilizando la primera letra en mayúscula. Para el cuerpo de texto es utilizada en su versión regular.

22

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Regular

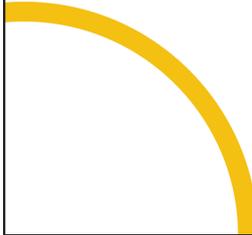
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

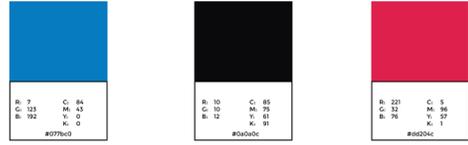
23

COLORES CORPORATIVOS



24

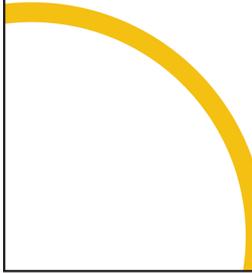
Los colores se basan en los aros olímpicos en los cuales son 5 colores que representan la unión de todo el mundo ya que representa cada color representa un continente.



25

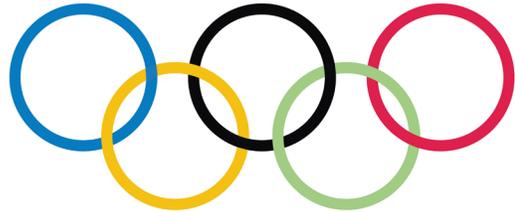


Elementos



26

Los elementos son los aros olímpico estos se crean a partir de un contorno de un círculo de 20 puntos para utilizarlo si se utiliza dos deben estar unidos o creando un marco, no se puede más de 2 al menos que sean los 5 unidos.



27

3 Materiales de oficina

HOJA MEMBRETADA

ENCABEZADO CON DATOS 1.2 in



PATRÓN 2 in

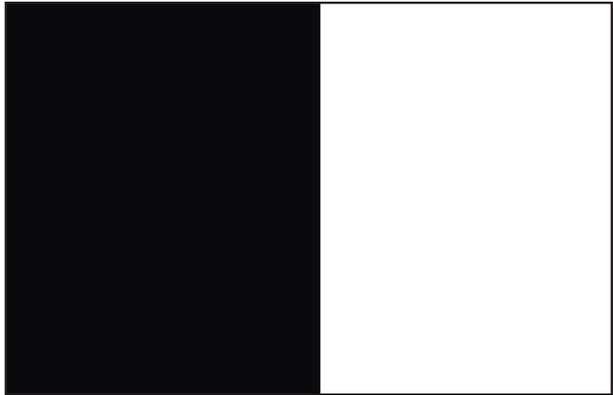
CUERPO DE TEXTO 5 in

PATRÓN 1.2 in



Tamaño: carta 8 in "11 in
Material: Papel bond 60g

30



TARJETA DE PRESENTACIÓN



32



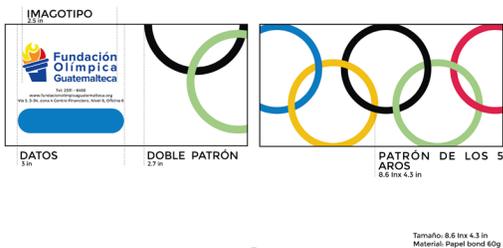
GAFETE



34



SOBRE



36



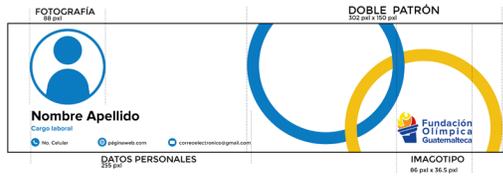
FOLDER



38

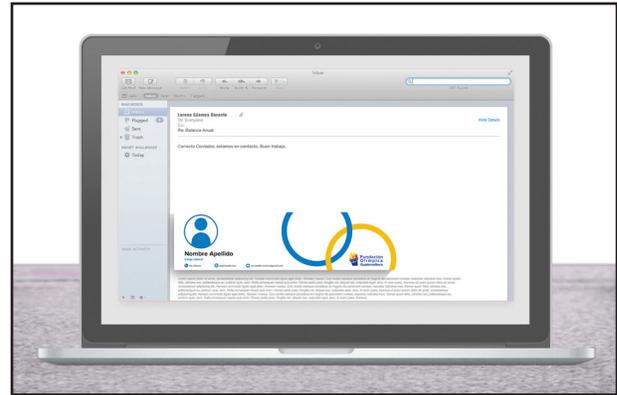


FIRMA ELECTRÓNICA



40

Tamaño: 580px x 150 px



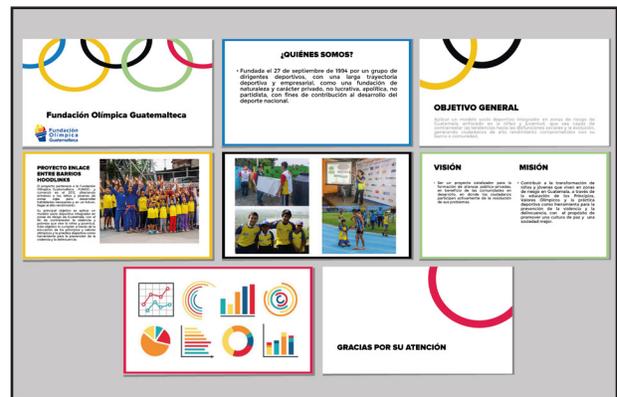
PRESENTACIÓN

La presentación cuenta con 8 estilos en los cuales cuentan con:

- Diapositiva para título principal.
- Diapositiva para subtítulo con texto.
- Diapositiva para texto corto.
- Diapositiva para una imagen con texto que describa.
- Diapositiva para 4 imágenes.
- Diapositiva para texto a dos columnas.
- Diapositiva para estadísticas.
- Diapositiva para despedida.

42

Tamaño: 1920 px x 1080 px



SELLO

1.5 pulgadas



**Fundación
Olímpica
Guatemala**

3 pulgadas

44

Tamaño: 1.5 in x 3 in
Usar tinta negra



4 Material de difusión

LETRERO



48



FUNOG NEWS



50



TARJETAS DE AGRADECIMIENTO



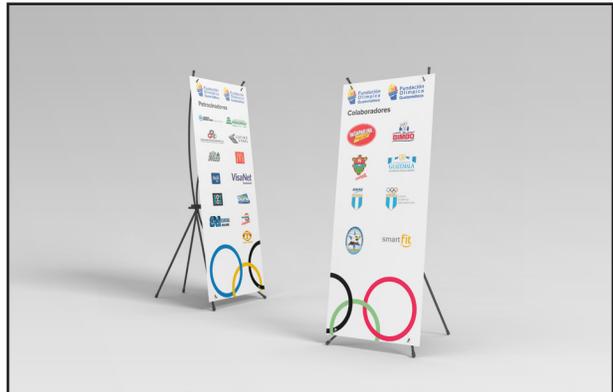
52



BANNERS



54



BACKWALL

IMAGOTIPO 0.4 m

IMAGOTIPO 0.4 m

Doble patrón 0.7 m x 0.5 m

LOGOS DE PATROCINADORES 2.3 m x 0.9 m

LOGOS DE COLABORADORES 2.3 m x 0.9 m

Tamaño: 3.25 m x 2.25 m
Material: Vinilo

56



LIBRETA

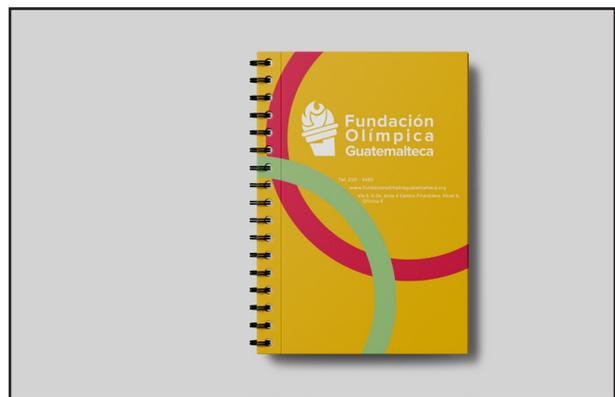
IMAGOTIPO 1.6 m x 0.3 m

Doble patrón

DATOS DE LA FUNDACIÓN

Tamaño: 6 in x 8.5 in
Material: Pasta dura
Encuadernado: Espiral
Tipo: Línea y en blanco

58



MOCHILA

PATRÓN DE LOS 5 AROS 1.2 m

IMAGOTIPO 1.3 m x 0.3 m

DATOS DE LA FUNDACIÓN 2.3 m

Tamaño: 16 in x 12 in
Material: Lona poliéster 210D
Impresión: Serigrafía

60



PACHÓN

IMAGOTIPO 1.7 m x 0.3 m

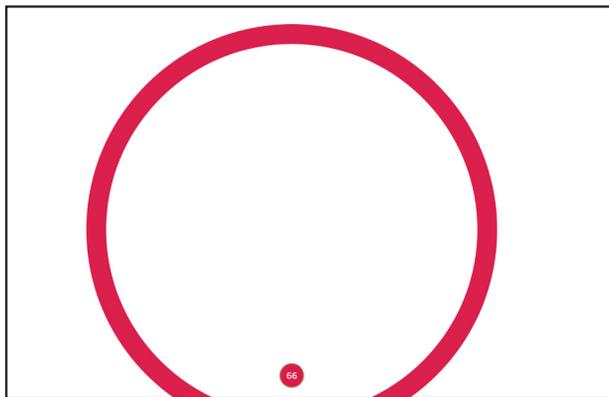
COLOR DE UN ARO

Tamaño: 16 in x 12 in
Material: Plástico
Impresión: Serigrafía

62

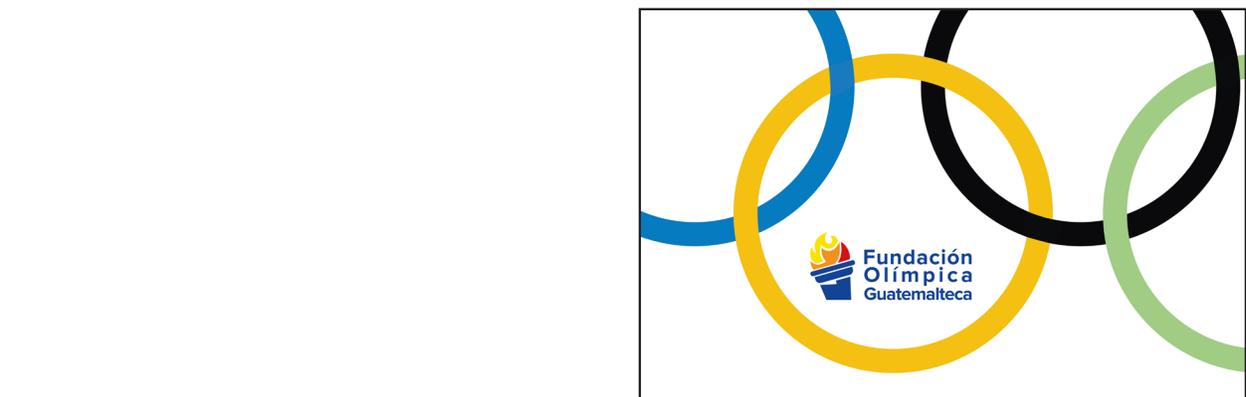
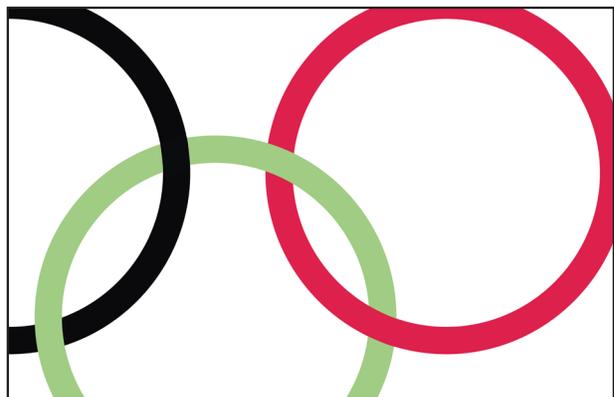
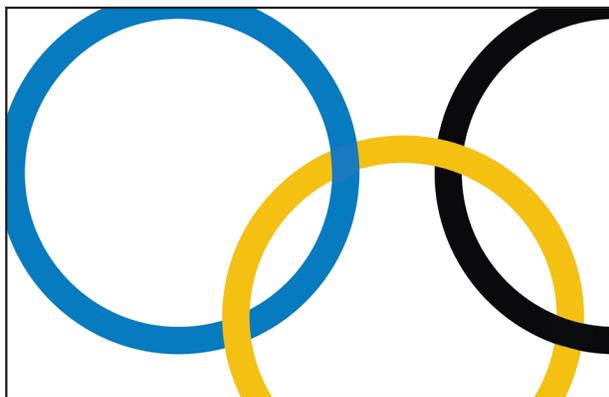


5 CRÉDITOS

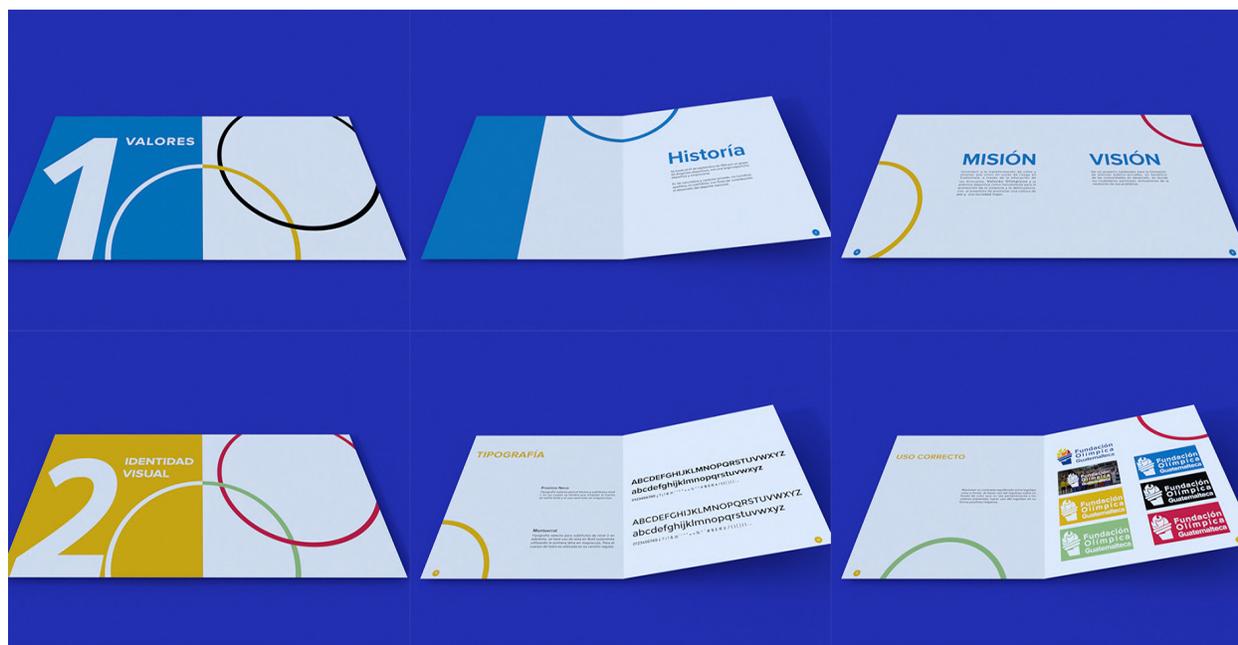


Diseño, diagramación, ilustración y proceso metodológico para la realización de este manual de identidad fue llevado a cabo por el estudiante Julio Hugo Castro Aldecoa - estudiante de la Licenciatura en Diseño Gráfico en la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

67



6.4.2 Descripción y lineamientos para la puesta en práctica



Brandbook

Descripción técnica:

Cuenta con 70 páginas las cuales contienen lineamientos correctos de uso del imagotipo, colores institucionales, tipografía, y de los elementos para componer alguna pieza.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

A la hora de crear una campaña, un nuevo material para la fundación se debe revisar el uso correcto de la marca, para la parte de reproducción es tamaño media carta horizontal (8.5 pulgadas x 5.5 pulgadas) con márgenes interior de 1 pulgada por margen seguro de empastado, el papel de adentro debe ser couche, mientras que la portada de cartón con un papel adhesivo.



Hoja Membretada

Descripción técnica:

La hoja membretada cuenta con dos elementos que sirven de marco en la esquina superior derecha y en la inferior izquierda, en el encabezado cuenta con los datos de la empresa.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

La hoja membretada cuenta en la carpeta compartida a la institución con una plantilla para Word, donde previamente se debe imprimir las hojas membretadas, estas son tamaño carta (8 pulgadas x 11 pulgadas) en papel bond 60g, para que cuando se haga la carta en Word se imprima con los márgenes correctos establecidos.



Tarjeta de presentación

Descripción técnica:

Esta cuenta con fondo de color de un aro olímpico, junto a dos de ellos con el Imagotipo, en la parte del retiro se colocan los nombres del empleado junto al cargo y datos relevantes para ser contactado.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

El tamaño de estas tarjetas son de 2 pulgadas por 3.5 pulgadas, las cuales se deben imprimir en papel Husky 350g, del lado mate irá el retiro, mientras que el lado brillante el imagotipo.



Gafete

Descripción técnica:

Cuenta de dos lados en uno irá la letra inicial del departamento que pertenece, junto al nombre de este, del retiro el nombre de la persona que pertenece.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

Estos gafetes tienen dimensiones de 4.5 pulgadas x 3.4 pulgadas las cuales se deben imprimir en papel Husky 350g, del lado mate irá la parte del nombre, mientras que el lado brillante el imago tipo y a qué departamento pertenece.



Sobre

Descripción técnica:

El sobre americano cuenta con los datos de la fundación junto al imago tipo, con el elemento usado, de la parte trasera se da a resaltar con mayor énfasis el elemento principal de la fundación.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

El material que se utiliza para imprimir estos sobres americanos es papel bond de 60g. cuentan con una medida de 8.6 pulgadas x 4.3 pulgadas, estos los reproducen en imprentas se debe enviar el PDF proporcionado en la carpeta que se entregó.



Folder

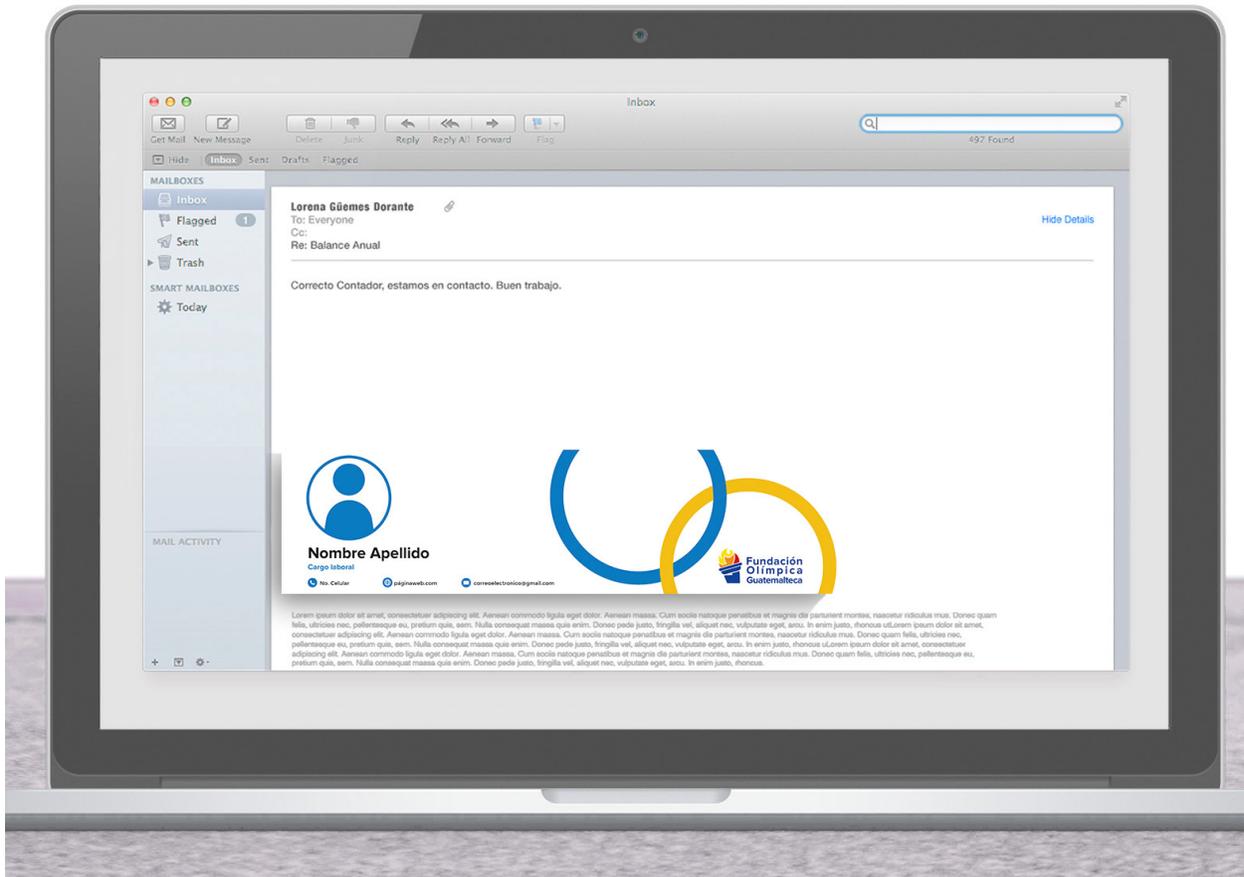
Descripción técnica:

El folder tiene color de fondo que es uno de los aros olímpicos, mientras que se continua con el elemento de dos aros, con los datos de la fundación y los datos de esta. Adentro tiene dos pestañas para el papel guardado del mismo color del fondo mientras en la parte posterior cuenta con el elemento y el imagotipo.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

Para reproducción de este de debe hacer en opalina 300g de tamaño 8.5 pulgadas x 14 pulgadas y debe enviar a la imprenta ya que lleva troquelado si se desea reproducir en grandes cantidades.



Firma electrónica

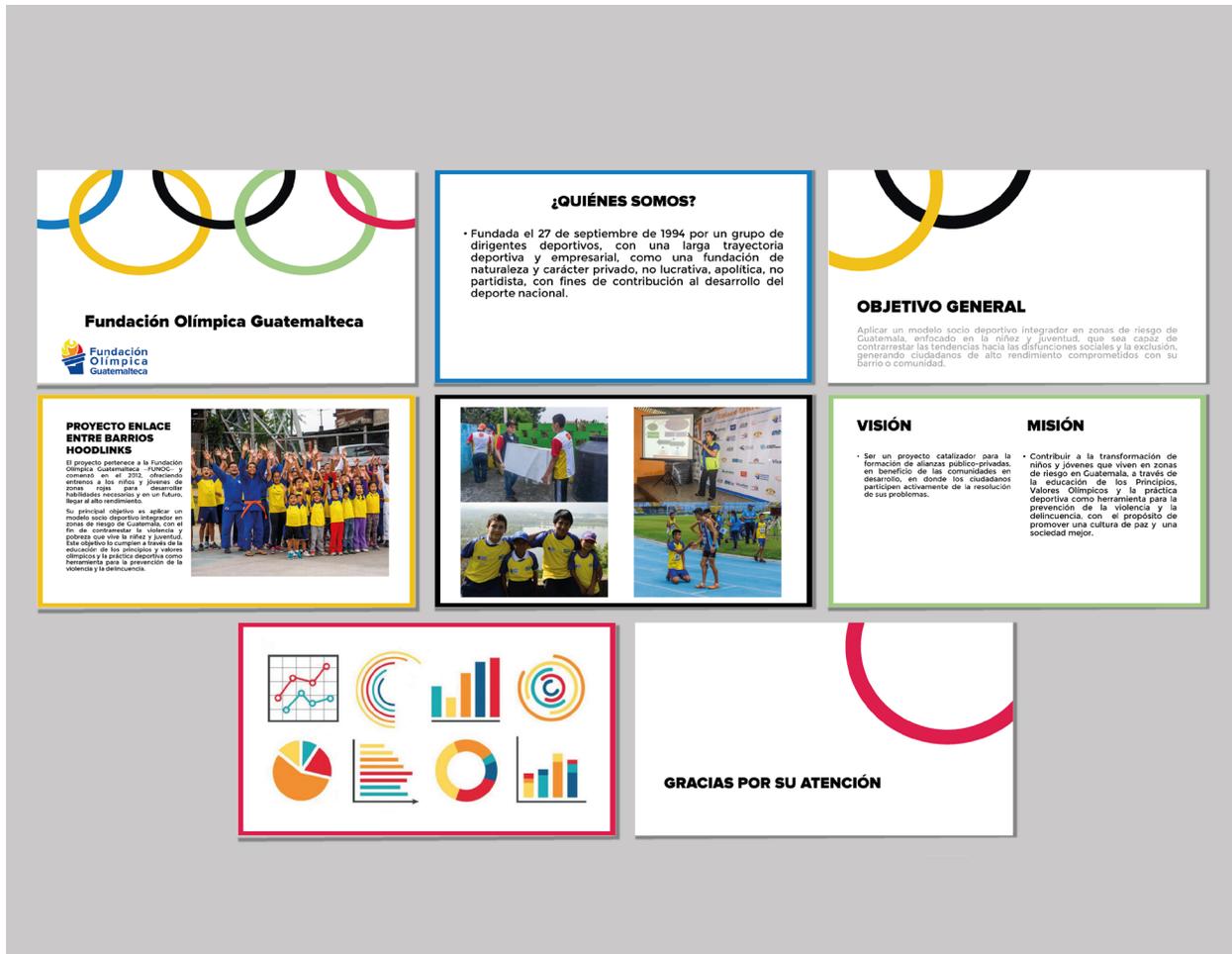
Descripción técnica:

Cuneta con el elemento de doble aro junto al imagotipo, la firma contiene la fotografía del empleado junto a nombre y apellido, cargo laboral y las formas de contacto.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

En la carpeta del proyecto se debe buscar la plantilla de la firma electrónica, para poder sustituir los datos correspondientes y exportar para colocar en los correos futuros.



Presentación

Descripción técnica:

Cuenta con 8 diapositivas para diferentes casos en las cuales van solo con texto, imágenes, imágenes y texto, estadísticas, títulos, despedidas.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

El uso correcto de este tiene dos, desde la plantilla en Adobe Illustrator e ir sustituyendo la información deseada, la segunda es con la plantilla de PowerPoint en la cual se debe agregar la plantilla para ir creando las que se necesiten.



Sello

Descripción técnica:

El sello es el imagotipo para dar la identidad que se necesita a la hora de sellar en documentos, el formato es rectangular.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

El sello de formato es rectangular, las medidas son 1.5 pulgadas por 3 pulgadas el material puede ser de hule, con almohadilla de tinta.



FUNOG NEWS

Descripción técnica:

Cuenta con un aro de los elementos, en el cabezal va los datos de la fundación con la fecha correspondiente. Es un boletín informativo para dar a conocer las actividades de la fundación.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

Las medidas son de A4 (8.5 pulgadas x 14 pulgadas) se imprime en papel bond de 80 g. La reproducción es mensual, para dar a conocer las actividades de la fundación.



Tarjetas de agradecimiento

Descripción técnica:

Las tarjetas para agradecer los patrocinadas en la cual va acompañadas con una imagen de alguna actividad, de fondo van los elementos característicos.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

La tarjeta de agradecimiento cuenta con medidas de 8.5 pulgadas por 14 pulgadas el material en el que irá impreso es en 80g. Las imágenes irán variando igual que los logos de los patrocinadores.



Banners

Descripción técnica:

Estos banners cuentan con dos versiones, la primera es de patrocinadores donde irán los logos de ellos, igual en la otra versión, pero estas con los logos de colaboradores, los dos juntos forman los 5 aros olímpicos.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

Las medidas son 0.8 metros x 2.25 metros el armazón es tipo araña, y el material del banner para imprimir es en vinilo.



Backwall

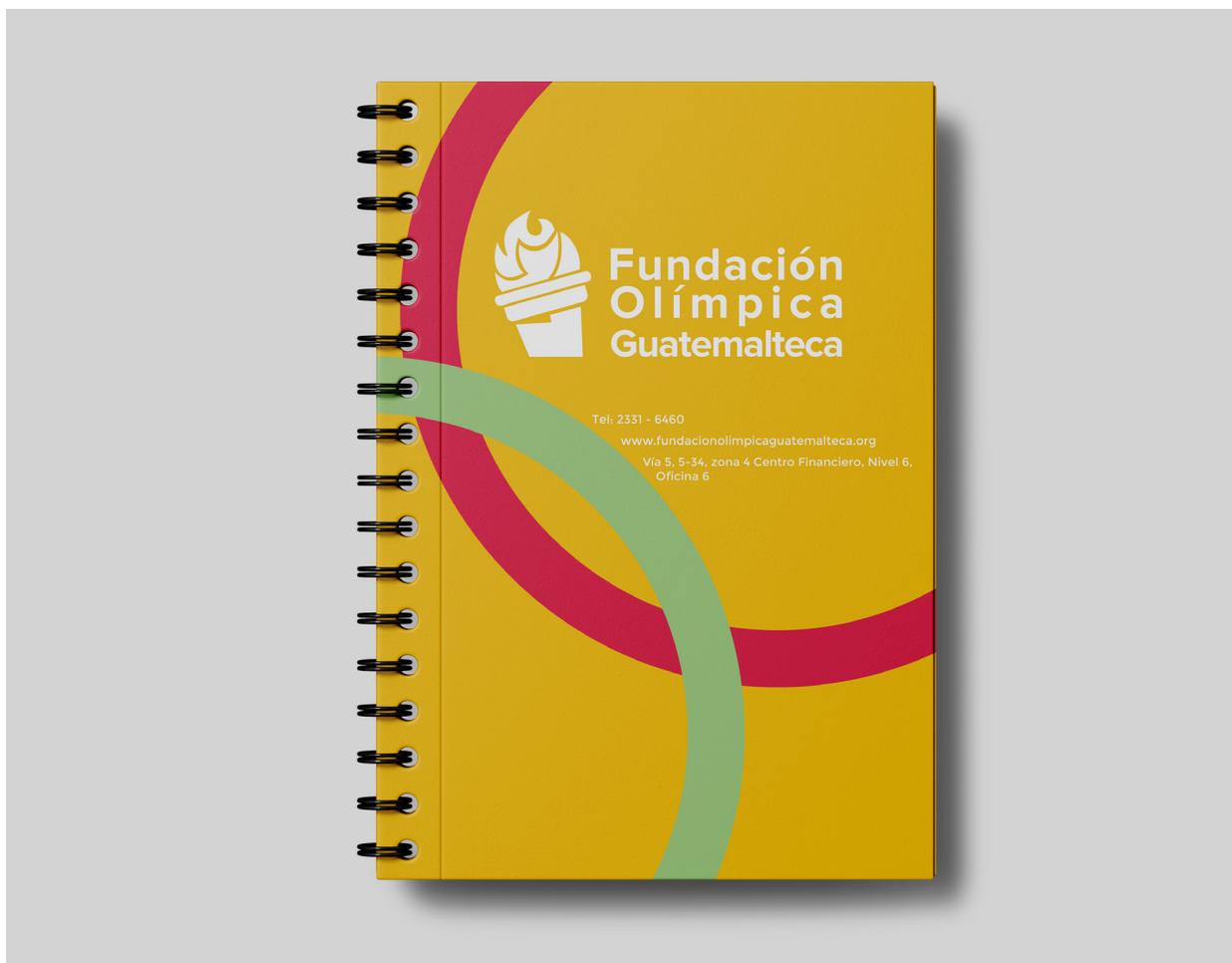
Descripción técnica:

Este material servirá para los eventos cuenta con los logos de patrocinadores y colaboradores, igualmente con los logos de la fundación haciendo un marco con los patrones de los aros olímpicos.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

Las medidas son 3.25 metros x 2.25 metros y el material del banner para imprimir es en vinilo con bases de metal.



Libreta

Descripción técnica:

Para los deportistas cuentas con actividades donde la podrán usar en diferentes situaciones y así publicitar la fundación, el diseño cuenta con el imago tipo, los datos de la fundación y los aros olímpicos, con el fondo de uno.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

El tamaño de esta libreta es de 6 pulgadas por 8.5 pulgadas la pasta es dura, el encuadernado es espiral y el interior es de hojas en líneas.



Mochila

Descripción técnica:

El fondo blanco con el patrón de los 5 aros, junto al imagotipo y los datos de la fundación.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

El tamaño de esta es de 40cm x 30cm el material de las mochilas es lona poliéster 210D y el tipo de impresión es serigrafía.



Pachón

Descripción técnica:

El pachón debe ser el color de un aro olímpico, con el imagotipo a una tinta para darlo a resaltar.

Lineamientos

Instrucciones de uso:

La capacidad de estos son de 850ml, material de plástico para la durabilidad y la impresión de este serigrafía.

6.5 Costos

Descripción	Horas	Precio por horas	TOTAL:
Investigación de diseño Problema Grupo objetivo Objetivos Diagnostico de la fundación Posibles soluciones	270	Q.79.00	Q.21,330.00
Conceptualización Brief Premisas de diseño Concepto	20	Q.79.00	Q.1,580.00
Bocetaje	10	Q.79.00	Q.790.00
Digitalización	40	Q.79.00	Q.3,160.00
Diseño de línea gráfica	60	Q.79.00	Q.4,740.00
16 Diseño de aplicaciones de marca	46	Q.79.00	Q.3,634.00
Manual de identidad corporativa	35	Q.79.00	Q.2,765.00
Insumos Servicios básicos Equipo usado Impresión de materiales	481	Q6.00	Q. 2,886.00
TOTAL:			Q40,885.00

*Este proyecto no presenta costo alguno para la fundación debido que los materiales desarrollados formaron parte del proceso del Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-.

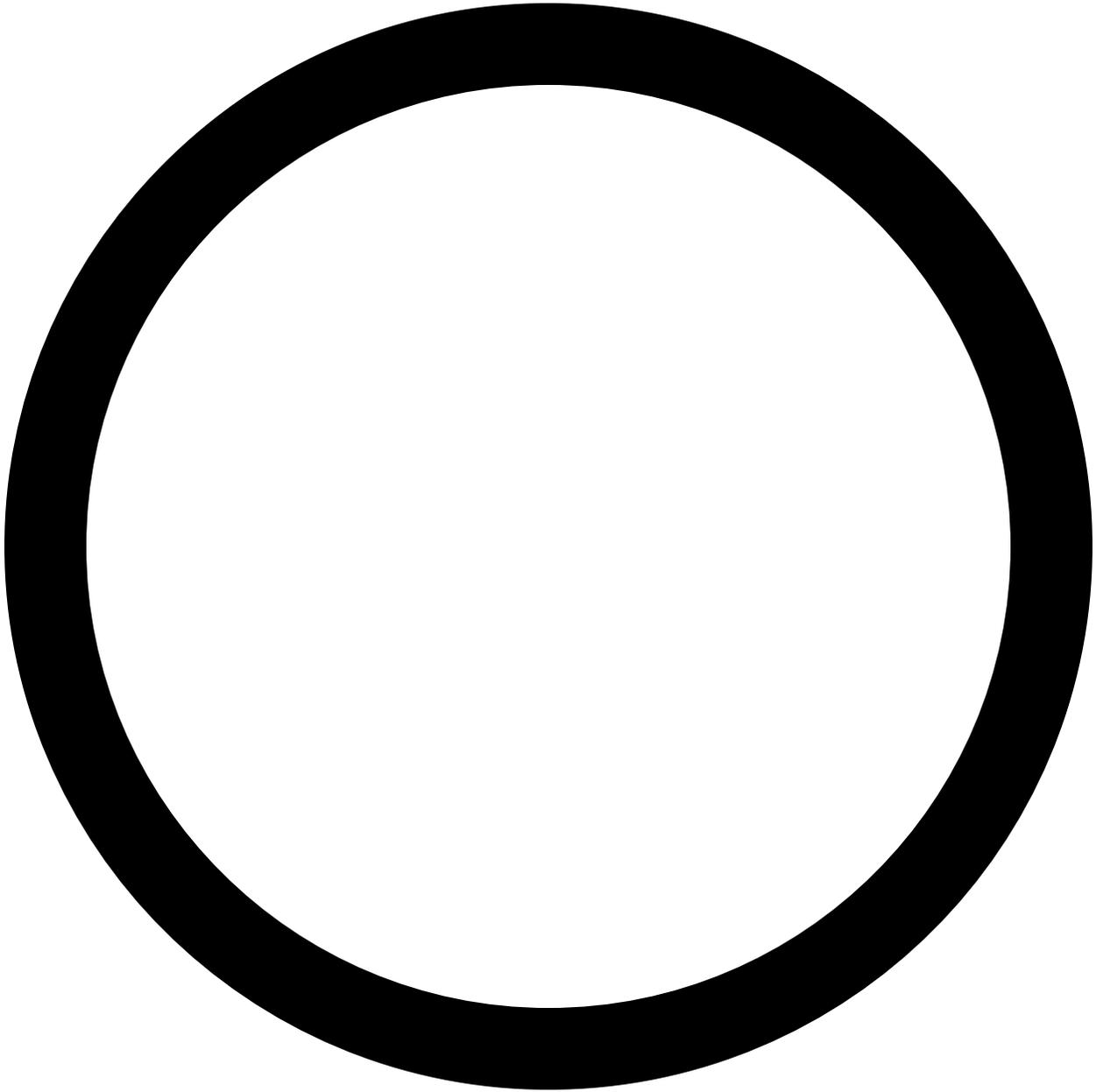


Capítulo
7



En el proceso de gestión y
producción del diseño gráfico

Lecciones aprendidas



7.1 Lecciones aprendidas

- La importancia del primer paso antes de realizar el diagnóstico influye mucho durante todo este proceso, se debe conocer el área temática que se quiere llevar a cabo el proyecto ya que con esta decisión tomada se procede a buscar institución con esas debilidades en el área que se quiere.
- La realización de un buen proceso de diagnóstico ayudará a tener claro las debilidades dentro del ámbito gráfico, identificar las necesidades que se quiere abordar contribuirá a un buen diagnóstico ya que se puede pensar en soluciones directas.
- El protocolo conlleva tiempo que es bien invertido ya que el protocolo es la base del proyecto en la cual comenzará el proceso a lo visual.
- El proceso de conceptualización previo a diseñar es de vital importancia, ya que se define el concepto creativo el cual conlleva saber que decisiones de diseño se deben de tomar, es importante no caer en lo convencional.
- Las técnicas de crear un concepto creativo suele ser desgastante mental, por eso las técnicas que te ayudan a llevar por un camino las ideas y llevarlas a cabo.
- Durante el proceso hay bajos momentos en los cuales habrán contratiempos en la elaboración del proyecto, pero es importante saber controlar las emociones de la situación para salir adelante.
- A la hora de las validaciones es importante tener con diseñadores de alto nivel y dejar un espacio para observaciones por cada pieza ya que la forma en la que piensa varía mucho y te da un enfoque de ver las piezas.
- Al realizar mockups propios con identidad de la fundación que se trabajó genera impacto para el que lo vea.
- A la hora de la selección de las aplicaciones se debe tomar en cuenta la institución y pensar en aplicaciones que le puedan servir a ellos.
- Dejar constancia de como se trabaja y los pasos que se realizaron para llegar al resultado ya que se entiende mejor en los informes a la hora de demostrar las horas de trabajo.



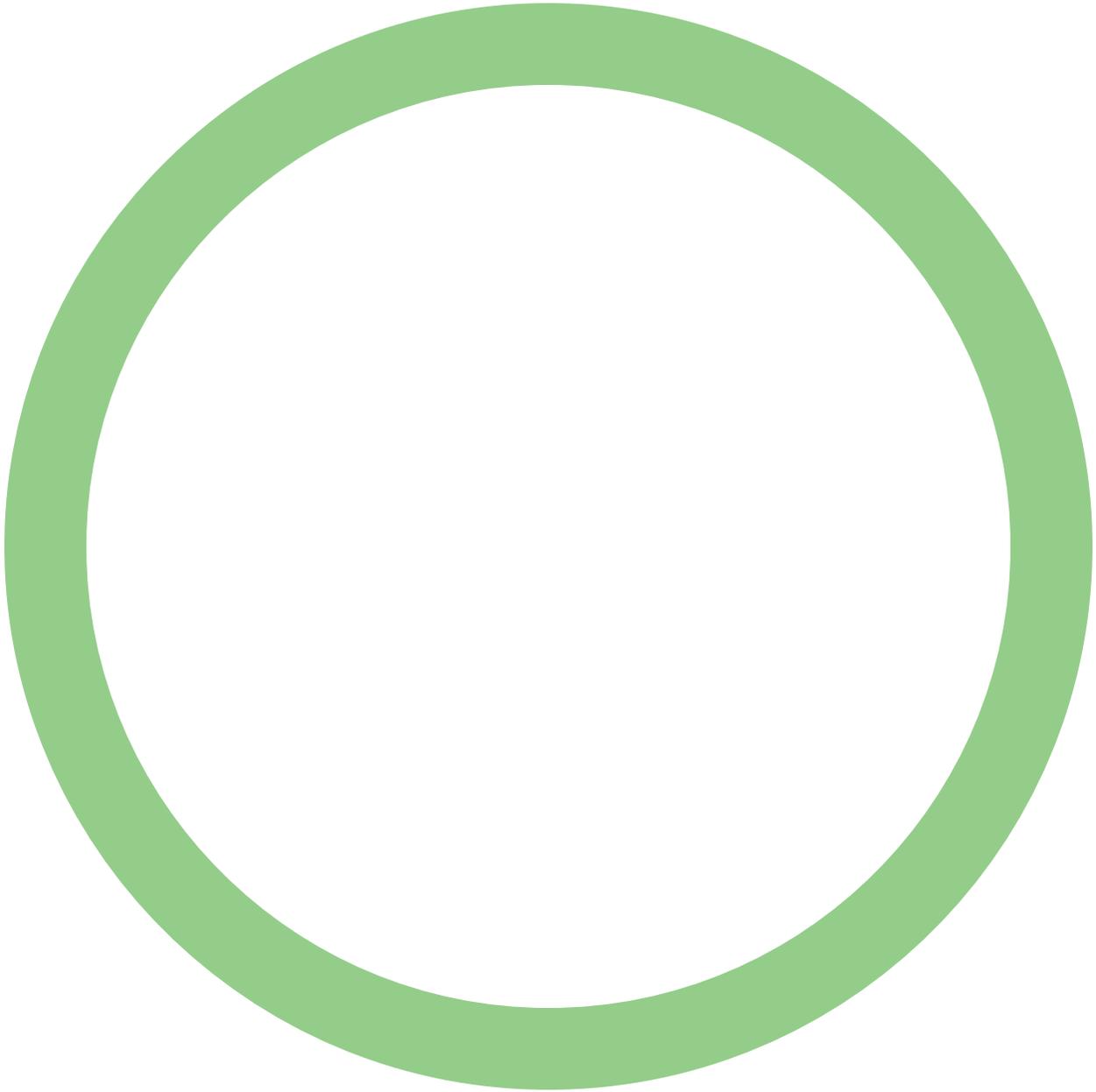
Capítulo

8



En el proceso de gestión y
producción del diseño gráfico

Conclusiones



8.1 Conclusiones

- El manual de identidad realiza un fortalecimiento institucional ya que conlleva a tener una imagen única y sólida basada en los valores olímpicos, como principal elemento se utilizaron los aros representativos de las olimpiadas.
- Al tener una imagen institucional con los valores de la fundación genera una confianza que llega a ser recordada por la gente externa de la fundación de igual manera se da un sentimiento de pertenecía a los que forman parte de la fundación, ya sea empleados, entrenadores y deportistas ya que con las aplicaciones son pensadas para el uso de todo miembro, siguiendo una coherencia visual entre piezas.
- La coherencia visual ayudará a futuras campañas ya que se seguirán los lineamientos establecidos dentro del manual institucional, ya que se logra establecer familias tipografías, colores institucionales y uso adecuado de los elementos con instrucciones adecuadas para darle el seguimiento correcto.
- El EPS de la escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala ayuda a que instituciones sin fines de lucro puedan proyectarse ante la población y pueda llegar a darse a conocer para poder adquirir más fondos para llevar a cabo su obra social valorada en Q40,885 para devolver lo que el estado invierte en la universidad.



Capítulo

9



A la institución cliente para la
reproducción, difusión y aplicación
de las piezas diseñadas.
A la Escuela de Diseño Gráfico
A futuros estudiantes del curso
de Proyecto de Graduación.

Recomendaciones

9.1 A la institución cliente

Una buena comunicación con las partes involucradas dentro del proceso, hará que se tenga confianza y un rango de mejora muy superior, ya que se tendrá un buen feed durante todo el proceso. Con la ayuda de las personas de la fundación y de los asesores se puede llevar a tener resultados muy profesionales.

Al definir los proyectos con mayor detalle de ellos para poder llegar a acuerdos mutuos de que es lo mejor para la fundación.

Se recomienda a la institución dar seguimiento a las normativas y crear campañas para redes sociales ya que tienen un buen número de seguidores y pueden dar a conocer mucho de su material en este canal de comunicación.

9.2 A la Escuela de Diseño Gráfico

El seleccionar una buena temática con lo que el diseñador se sienta cómodo con los resultados gráficos y le apasiona esa área, conlleva a buenos resultados ya que no encontrará cargada la producción del material.

El trabajar primero los proyectos C y B ayuda a que luego de terminarlos se queden de lleno con el proyecto A y poder enfocarte solo en este.

A la hora de validar es mejor si se tienen entre la muestra profesionales fuera de la universidad ya que es un enfoque diferente y tienden a ser muy honestos con sus críticas constructivas.

9.3 A futuros estudiantes

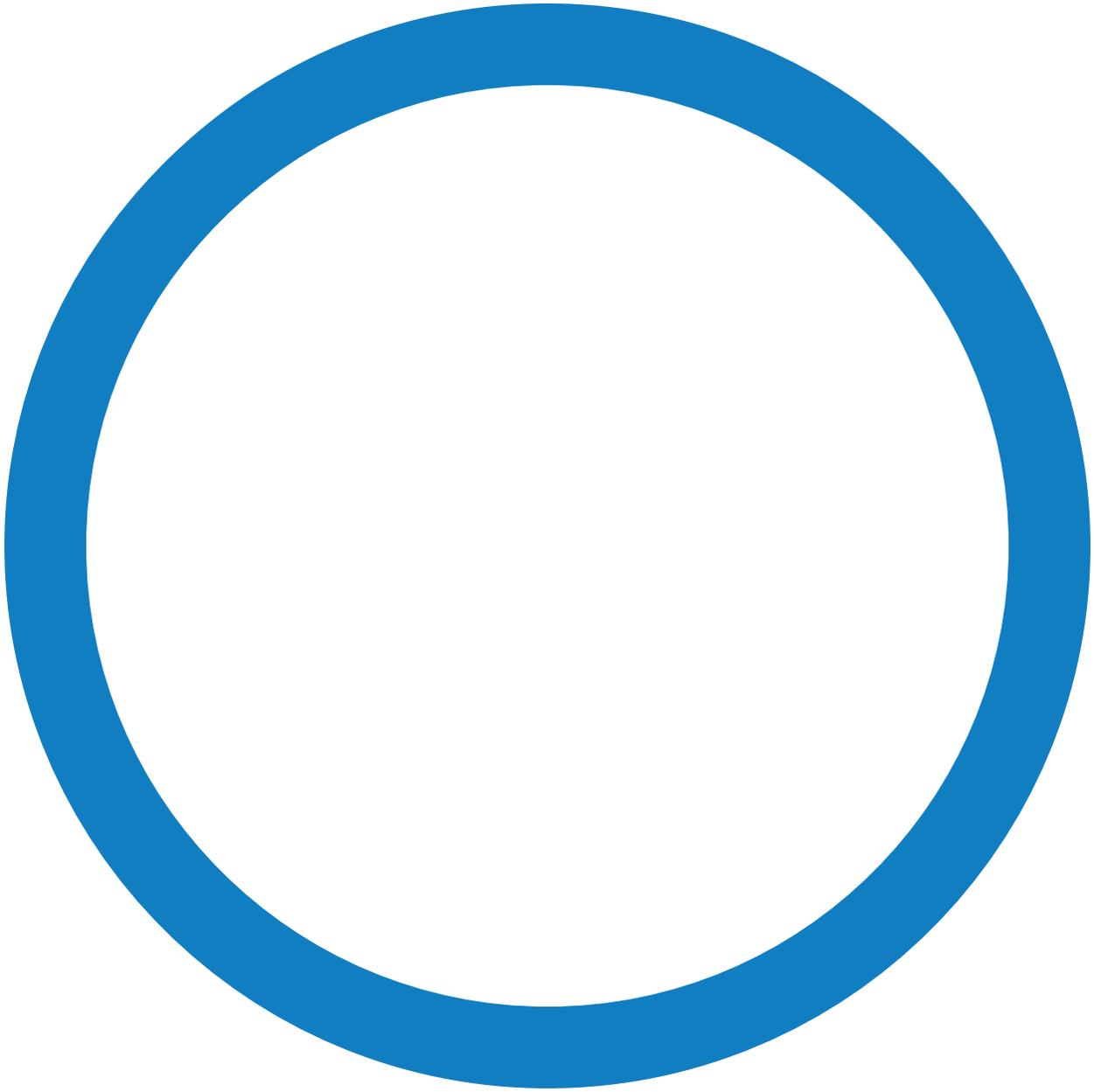
Escoger una institución o fundación donde se sienta cómodo con los valores que están formados ya que ayudará a entrar en confianza y querer involucrarse más de lo que corresponde.

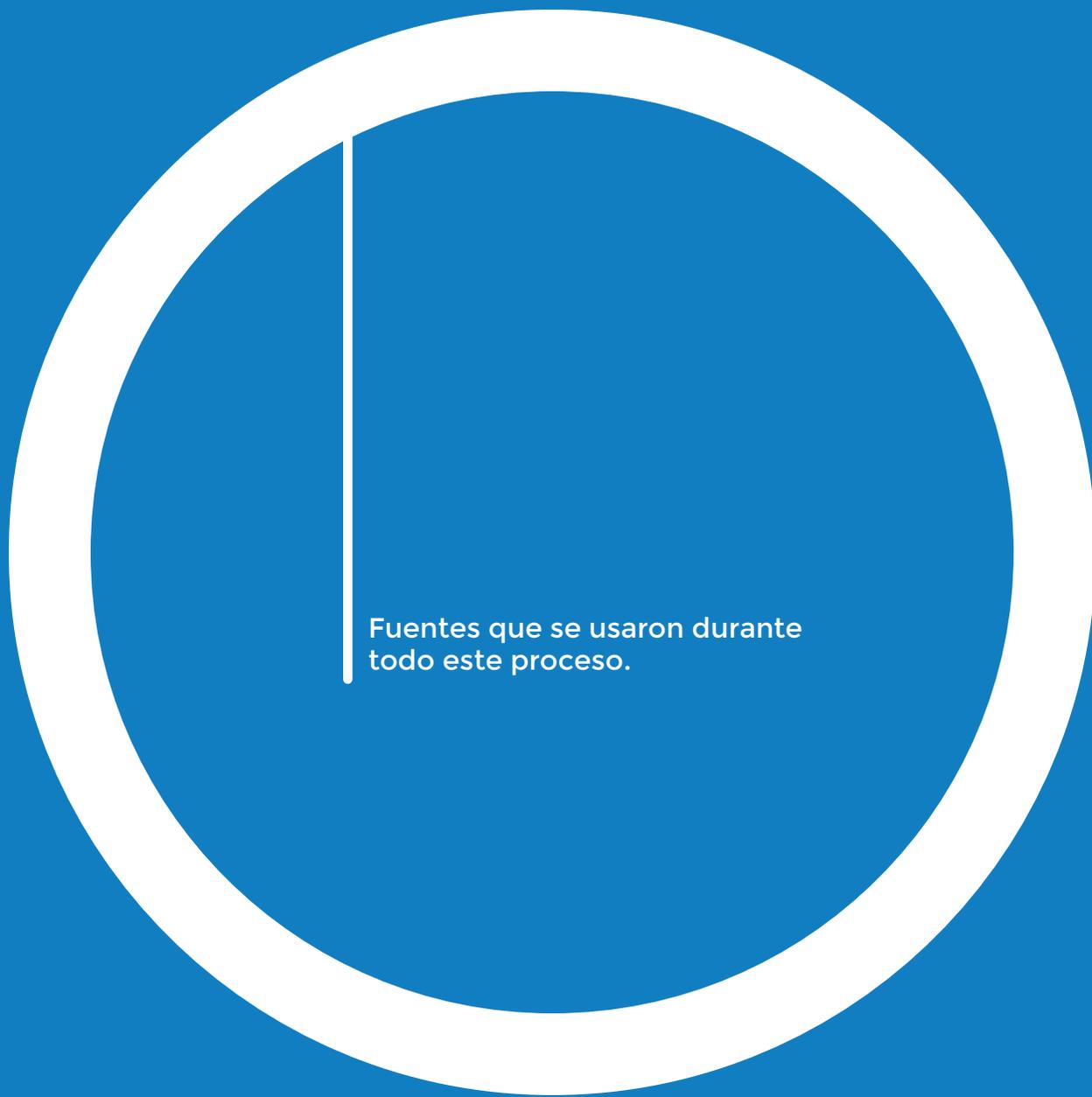
Al ser una nueva experiencia de tratar con clientes reales, mientras se sigue con la universidad, se puede incrementar el estrés laboral, ocasionando malos resultados tanto en lo profesional como en lo personal, por lo tanto es importante tomar el tiempo de realizar un cronograma para poder completar el trabajo de EPS.

Tomar en cuenta las opiniones de los expertos en el área ya que ellos han pasado por eso y es bueno poder escuchar las opiniones de terceros para mejorar el proyecto.

Mantener un lenguaje técnico para demostrar que son propuestas profesionales, pero que al mismo tiempo sea entendible para cualquier persona que no conozca términos técnicos de diseño.

Versatilidad en los programas que se manejan ya que si se conocen más programas se pueden tener mejores resultados, como lo es un buen manejo de programa de modelado 3d para poder realizar mockups propios.





Fuentes que se usaron durante todo este proceso.

Fuentes consultadas

Acosta, Carolina, “La Pirámide de Maslow”, 2012. Escuela de organización industrial. Disponible en: <https://www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/>

Angel, Luis. 2020. “Auditoría de La Imagen de Empresa: Métodos y Técnicas de Estudio de La Imagen.” Dialnet. <https://doi.org/84-7738-382-0>.

Bolaños Lisardo y Pineda Bismarck. Diagnóstico de la Violencia Juvenil en Guatemala. Congreso de la República de Guatemala. [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/6CB41548AC57042C0525778600016497/\\$FILE/GRAMO.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/6CB41548AC57042C0525778600016497/$FILE/GRAMO.pdf) (consultado el 7 de septiembre de 2020)

Caldevilla-Domínguez, David. 2009. “La Importancia de La Identidad Visual Corporativa.” ResearchGate. Forum Internacional de Comunicacion y Relaciones Publicas - FORUM XXI. March 15, 2009. https://www.researchgate.net/publication/290232760_La_importancia_de_la_Identidad_Visual_Corporativa.

Comité olímpico Argentino. Los Valores Olímpicos. Comité Olímpico argentino. http://www.coarg.org.ar/index.php/comisiones-del-coa/item/download/72_70c4aa3442f0c8af4a47ee63a1863486(consultado el 7 de septiembre de 2020)

Costa John, “Expertia” Gráfica 2014, Volumen 2. Número 4. Pág: 5

Frascara, Jorge. “Diseño gráfico para la gente” Ediciones Infinito Buenos Aires 2000. 2012. (Consultado el 7 de septiembre de 2020) Disponible en: http://www.fadu.edu.uy/seminario-producto/files/2012/09/Diseno_grafico_para_la_gente_frascara.pdf

Fundación Olímpica Guatemalteca, “¿QUIÉNES SOMOS?”. Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

Fundación Olímpica Guatemalteca, “MISIÓN”. Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

Fundación Olímpica Guatemalteca, “OBJETIVO ESPECIFICO”. Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

Fundación Olímpica Guatemalteca, “OBJETIVO GENERAL”. Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

Fundación Olímpica Guatemalteca, “SOBRE LA FUNDACIÓN”. Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

Fundación Olímpica Guatemalteca, “VISIÓN”. Acceso el 19 de marzo de 2020. <https://www.fundacionolimpicaguatemalteca.org/sobre-la-fundacion>

Gil. 2017. “Importancia de La Gestión de La Identidad Visual Corporativa En Las Marcas. Propuesta de Nueva Identidad Visual Para La Marca Arnit.”

Uvadoc.Uva.Es. <https://doi.org/http://uvadoc.uva.es/handle/10324/24163>.

Guarro Laia, "El diseño no es una disciplina meramente estética". 2018. Revista Gráfica. Disponible en: <https://graffica.info/laia-guarro/>

Guatemala,"Proyecto Hoodlinks, el programa que motiva a niños guatemaltecos a través del deporte". Acceso el 28 de julio de 2020. <https://www.guatemala.com/deportes/actualidad/proyecto-hoodlinks-programabusca-prevenir-violencia-ninos-traves-deporte.html>

INE, Características generales de la población, Instituto Nacional de Estadística Guatemala. <https://www.censopoblacion.gt/graficas>

Isabel, Ana. 2020. "Dirección de Productos y Marcas." Dialnet. <https://doi.org/84-9788-031-5>.

López Angulo Graco Adolfo "HISTORIA DE LAS OLIMPIADAS." Consultado en: November 19, 2020. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/07/07_1785.pdf.

Martín Satí "El diseño puede y debe cambiar la sociedad". 2018. Revista Gráfica. Disponible en: <https://graffica.info/martin-sati-dia-mundial-diseno/>

Mazariegos Mynor, Encargado de comunicación, Correo electrónico, "Memoria de Labores", Fundación Olímpica Guatemalteca, 19 de marzo de 2020.

Morales, Marco Antonio ¿Es necesaria una filosofía del Diseño Gráfico?, 2013. Edición PDF. Revista Avance (Consultado el 7 de septiembre de 2020) Disponible en: http://sitios.usac.edu.gt/admin_revindex/articulos/Avance_3_articulo_3.pdf

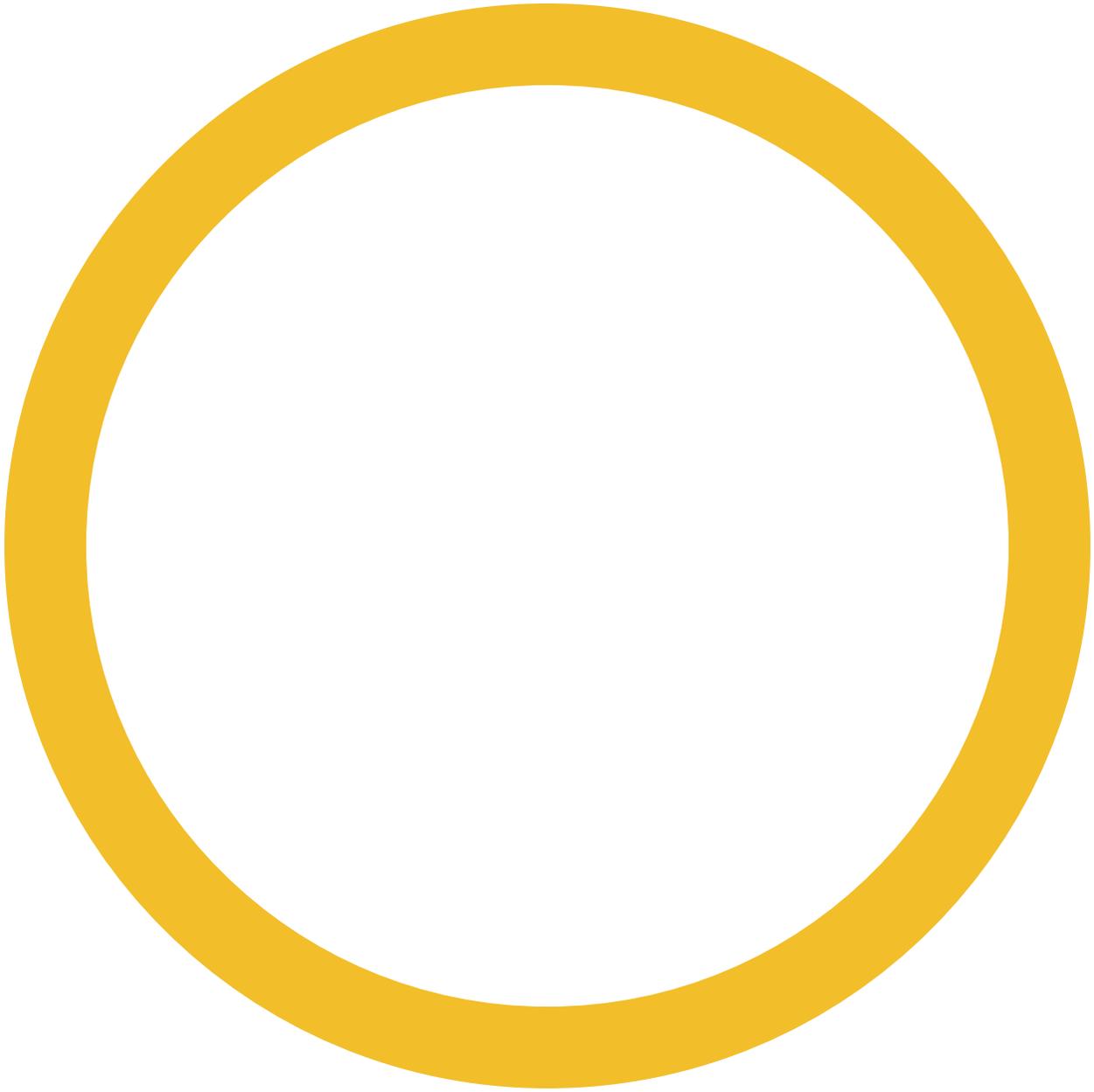
Naciones Unidas Derechos Humanos, Boletín. No.22. "DERECHOS HUMANOS DE LA ADOLESCENCIA." http://ww2.oj.gob.gt/cursos/COMPILACION3/docs/Boletines/boletin_22.pdf. (consultado el 7 de septiembre de 2020)

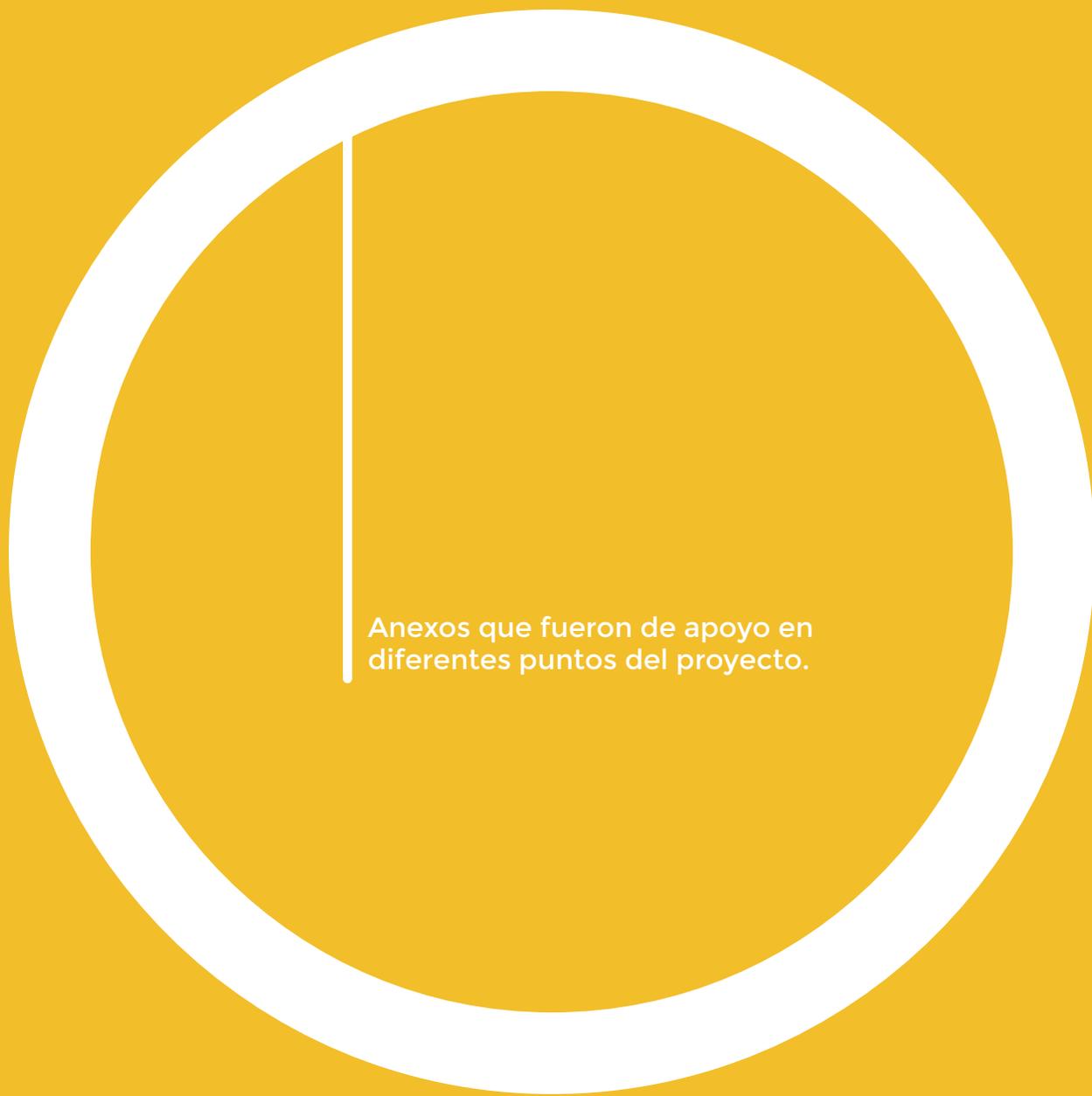
UNIFEC, "Oportunidades Para La Adolescencia y Juventud." 2018. Unicef.org. 2018. <https://www.unicef.org/guatemala/oportunidades-para-la-adolescencia-y-juventud>. (consultado el 7 de septiembre de 2020)

Violencia Juvenil, Maras y Pandillas En Guatemala." Consultado en: November 19, 2020. https://www.interpeace.org/wp-content/uploads/2009/10/2009_CYG_Interpeace_POLJUVE_Violencia_Juvenil_Maras_Pandillas_GUATEMALA_SPANISH.pdf.

VV.AA. 2020. "WALLY OLINS: EL LIBRO DE LAS MARCAS." Casadellibro. 2020. <https://www.casadellibro.com/libro-wally-olins-el-libro-de-las-marcas/9788475565910/1565291>.

Wong Wucius, Fundamentos del diseño, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1979.





Anexos

Anexo 1 Instrumento de validación con experto

Validación para material de identidad corporativa

El presente instrumento es el resultado de la validación para el Proyecto de Identidad de la Fundación Olímpica Guatemalteca por parte de la Universidad San Carlos de Guatemala.

El presente instrumento le permitirá a continuación en base del feedback de la Universidad San Carlos de Guatemala el desarrollo de la Fundación Olímpica Guatemalteca en general y en sus actividades de las áreas que se mencionan en el presente instrumento para ser mejoradas por el equipo de la Fundación.

El contenido que se valida son: Identificación corporativa, Logotipo, Paleta de colores, Tipografía, Elementos gráficos, etc.

1. Nombre y congruencia?

Respuesta:

2. ¿Suena escudo de la F.O.G. (¿qué tanto impacta visualmente?)

Mencione un detalle:

1 2 3 4 5

Puntuación: 1 2 3 4 5

3. ¿La combinación y proporción de colores son y transmite los valores de la F.O.G.?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

2. ¿Suena escudo de la F.O.G. (¿qué tanto impacta visualmente?)

Mencione un detalle:

1 2 3 4 5

Puntuación: 1 2 3 4 5

3. ¿La combinación y proporción de colores son y transmite los valores de la F.O.G.?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

10. ¿Suena escudo de la F.O.G. (¿qué tanto impacta visualmente?)

Mencione un detalle:

1 2 3 4 5

Puntuación: 1 2 3 4 5

11. ¿El diseño con el logotipo es una buena combinación?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

12. En una escala de 1 al 5 ¿qué tan agradable es la combinación de colores?

Mencione un detalle:

1 2 3 4 5

Puntuación: 1 2 3 4 5

13. Comentarios sobre el diseño (opcional):

4. ¿Suena escudo de la F.O.G. (¿qué tanto impacta visualmente?)

Mencione un detalle:

1 2 3 4 5

Puntuación: 1 2 3 4 5

5. Comentarios sobre la tipografía (opcional):

Tipografía de presentación



6. ¿Qué combinación de colores transmite los valores de la F.O.G.?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

7. ¿El uso de color es adecuado?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

8. Dirección visual en:

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

9. Comentarios sobre la tipografía de presentación (opcional):

14. ¿Considera el tamaño de la tipografía adecuada?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

15. En una escala de 1 al 5 ¿qué tan agradable es la combinación de colores?

Mencione un detalle:

1 2 3 4 5

Puntuación: 1 2 3 4 5

16. El uso de color:

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

17. Comentarios sobre el gráfico (opcional):

Pantallas:



18. ¿Considera el tamaño de la tipografía adecuada?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

19. ¿Qué combinación de colores transmite los valores de la F.O.G.?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

20. ¿El uso de color es adecuado?

Mencione un detalle:

Excelente

Buena

Regular

Mala

Muy mala

21. Comentarios sobre la tipografía de presentación (opcional):

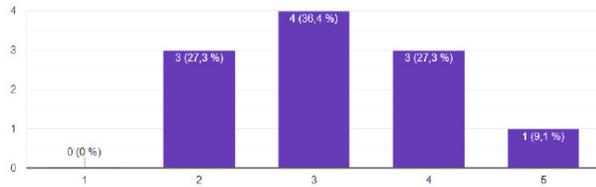
22. Comentarios sobre el gráfico (opcional):

23. Comentarios sobre el diseño (opcional):

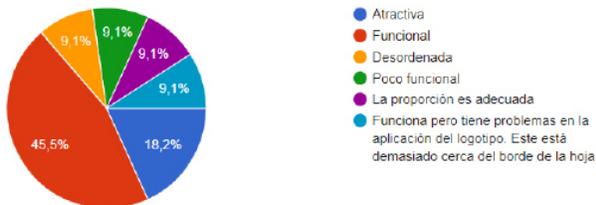
Resultados

Hoja membretada

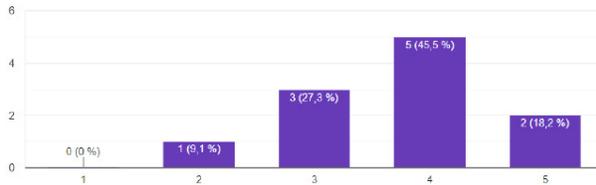
En una escala de 1 al 5 ¿Qué tanto impacto le causa?



En una escala de 1 al 5 ¿Qué tanto impacto le causa?



En una escala de 1 al 5 ¿el uso de los elementos es funcional o crea ruido?

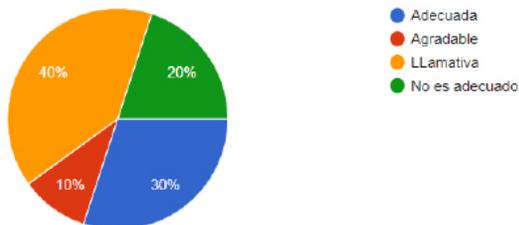


Tarjeta de presentación

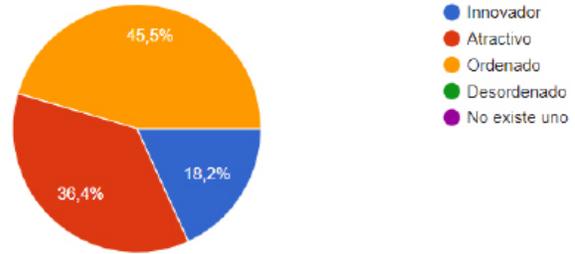
¿Tiene coherencia visual con respecto a las demás piezas?



¿El uso de color es adecuado?

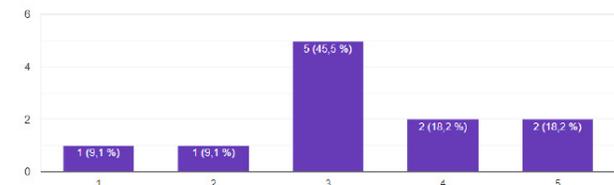


El recorrido visual es:

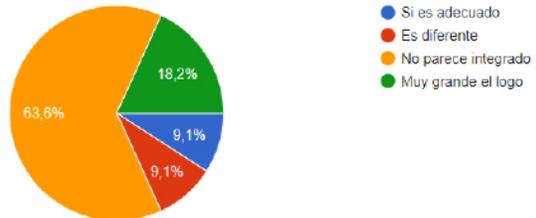


Sobres de papel

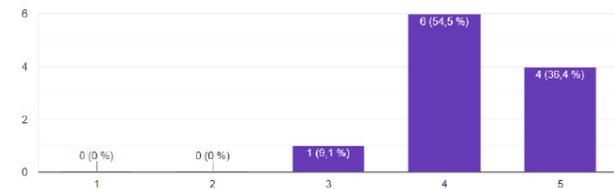
En una escala de 1 al 5 ¿Qué tanto impacto tiene el patrón?



¿El texto con el logo crean una buena armonía?

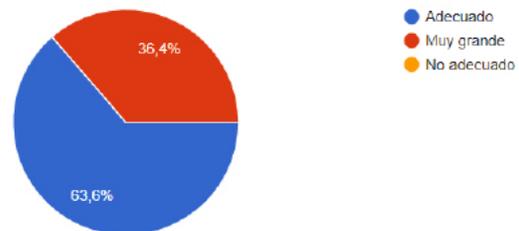


En una escala de 1 al 5 ¿La tipografía utilizada es legible?

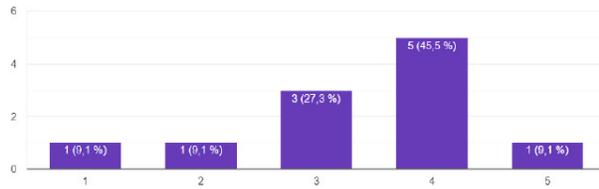


Gafete para eventos

¿Considera el tamaño de la tipografía es adecuada?



En una escala de 1 al 5 ¿La proporción de los elementos es coherente?



Si la respuesta anterior fue no, Por favor especifique el motivo

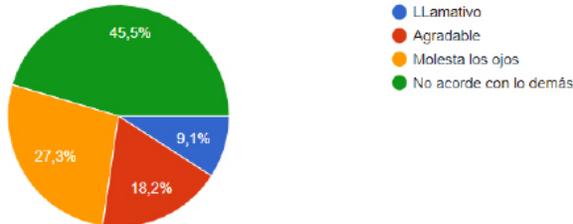
Debería haber unidad visual por medio del color

Considero que se deberían reforzar el uso de ciertos colores, el logotipo tiene varios colores, pero en efecto no todos son tan combinables, podrías crear paletas de colores y a partir de estas combinaciones, trabajar las piezas.

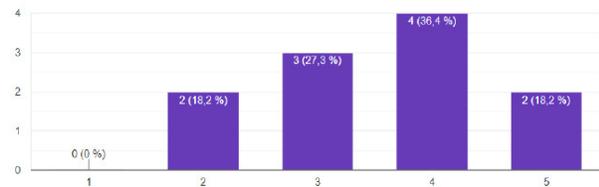
Porque todas tienen un uso propio del color, por lo que no se reconocen como un sistema de comunicación unificado y coherente

Se usan diferentes colores en las piezas. Aunque el logo tiene diversos colores podría mejor unificarse destacando un color y que se asocie más al deporte.

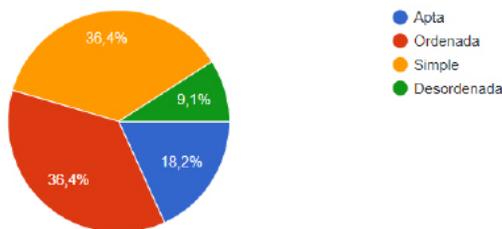
El uso de color es:



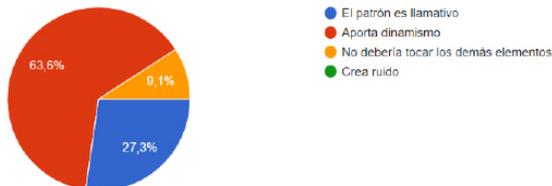
En escala de 1 al 5 ¿Qué tan atractivo le parece el manual?



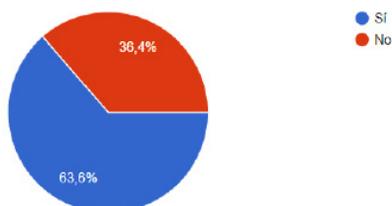
La diagramación le parece:



¿El uso del patrón aporta a la comunicación?



¿Considera que existe unidad visual entre las piezas gráficas presentadas?



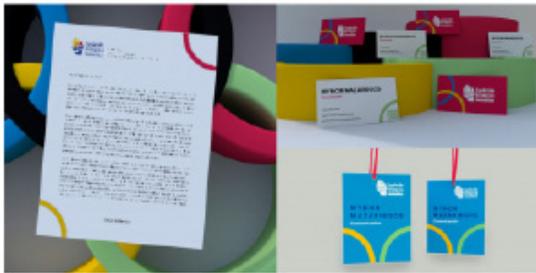
Anexo 2 Instrumento de validación con Niños y Jóvenes de la Fundación

Validación con jóvenes

Estas preguntas son para saber si mi proyecto es de tu gusto para poder continuar con mi proyecto de graduación para la Universidad de San Carlos de Guatemala. Agradezco tus respuestas.

1. ¿Cuales tu nombre?

2. ¿Cuales tu deporte favorito?



3. Las figuras que vez a que te recuerdan

Marca solo un óvalo.

Aros olimpicos

Un arco

Circulos

4. ¿Qué es lo que más te gustó de la imagen?

5. ¿Hay algo que no te gustó?

6. ¿Los colores que viste en la imagen te parecieron?

Marca solo un óvalo.

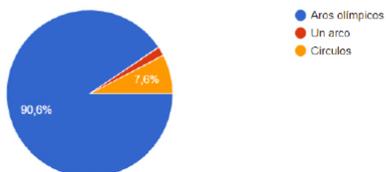
Chieros

Alegres

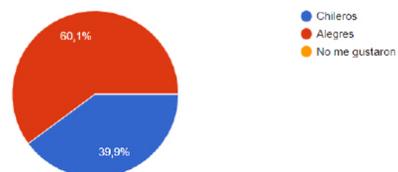
No me gustaron

Resultados

Las figuras que vez a que te recuerdan
171 respuestas



¿Los colores que viste en la imagen te parecieron?
173 respuestas



Anexo 3 Instrumento de validación con departamento de comunicación

Validación en la Fundación Olímpica Guatemalteca

Este formulario tiene como propósito validar el material gráfico, lo que se presentará en una parte del final ya que esta parte ayudará a continuar con el proceso para completar el material.
***Obligatorio**

1. ¿Que puesto tiene en la Fundación?

Manual de identidad de la fundación

Portada de una categoría



Manual de Identidad



2. En una escala de 1 a 5 ¿Considera que el manual es fácil comprender?

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Es difícil de comprender Es fácil de comprender

3. ¿Considera que las páginas tienen relación con la fundación?

Marca solo un óvalo

Cumple el objetivo
 Puede mejorar
 No entiendo los años

Página de historia



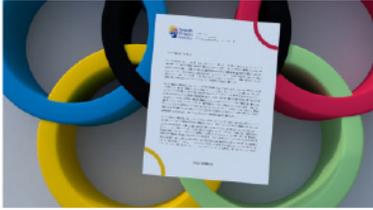
Misión y Visión



Geleles



Hijo membretado



5. ¿La papelería que se presenta es adecuado a la imagen de la fundación?

Marca solo un óvalo.

Adecuada
 Confusa
 No es adecuada

6. En una escala del 1 al 5 ¿Le pareció atractiva la elaboración de la papelería de la fundación?

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Poco atractiva Atractiva

7. En una escala del 1 al 5 ¿Se siente identificado con el material gráfico presentado?

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

No me identifico Me identifico

8. ¿Qué material creo que hace falta en la institución que sea necesario? *

4. ¿Los colores le transmiten los valores olímpicos?

Marca solo un óvalo.

Totalmente
 Regularmente
 No son aptos

Papelería

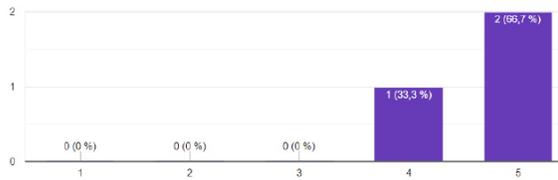
Tarjetas de presentación



Resultados

En una escala de 1 a 5 ¿Considera que el manual es fácil comprender?

3 respuestas



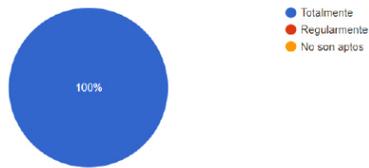
¿Considera que las páginas tienen relación con la fundación?

3 respuestas



¿Los colores le transmiten los valores olímpicos?

3 respuestas



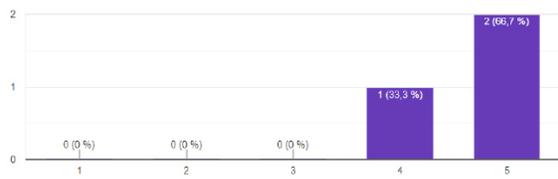
¿La papelería que se presenta es adecuada a la imagen de la fundación?

3 respuestas



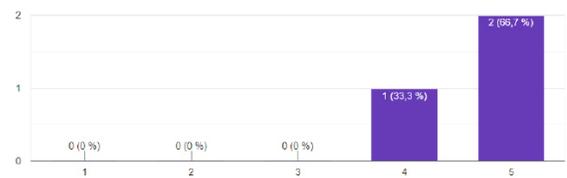
En una escala del 1 al 5 ¿Le pareció atractiva la elaboración de la papelería de la fundación?

3 respuestas



En una escala del 1 al 5 ¿Se siente identificado con el material gráfico presentado?

3 respuestas



Anexo 4 Cotizaciones



COTIZACIÓN

CLIENTE: JULIO CASTRO COTIZACIÓN No.: 009946
 EMAIL: juliohugo2@gmail.com FECHA: 04 de Noviembre
 TELEFONO: 34220425 COTIZACIÓN VÁLIDA: 7 días

NUESTROS SERVICIOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2	IMPRESION COLOR / FULL COLOR CARTA ADHESIVO BLANCO Tiro / Full Color	Q. 7.50 Q. 0.00	Q. 15.00 Q. 0.00
Total Q. 15.00			

NOTA: El valor de esta cotización esta sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones solicitadas.
El cliente acepta los diseños como antes finaliza en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

Firma de Aceptado / Fecha



COTIZACIÓN

CLIENTE: JULIO CASTRO COTIZACIÓN No.: 009944
 EMAIL: juliohugo2@gmail.com FECHA: 04 de Noviembre
 TELEFONO: 34220425 COTIZACIÓN VÁLIDA: 7 días

NUESTROS SERVICIOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
34	IMPRESION DUPLEX COLOR / FULL COLOR CARTA COUCHÉ Tiro / Full Color Retiro / Full Color	Q. 13.00 Q. 0.00 Q. 0.00	Q. 442.00 Q. 0.00 Q. 0.00
Total Q. 442.00			

NOTA: El valor de esta cotización esta sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones solicitadas.
El cliente acepta los diseños como antes finaliza en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

Firma de Aceptado / Fecha



COTIZACIÓN

CLIENTE: JULIO CASTRO COTIZACIÓN No.: 009942
 EMAIL: juliohugo2@gmail.com FECHA: 04 de Noviembre
 TELEFONO: 34220425 COTIZACIÓN VÁLIDA: 7 días

NUESTROS SERVICIOS SON ALTAMENTE ESPECIALIZADOS Y DE EXCELENTE CALIDAD.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	EMPASTADO DURO 1 A 150 Hojas - HORIZONTAL - OTRO	Q. 175.00	Q. 175.00
Total Q. 175.00			

NOTA: El valor de esta cotización esta sujeto a revisión si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones solicitadas.
El cliente acepta los diseños como antes finaliza en el momento que firma la cotización, la cual puede ser tomada como orden de compra.

Firma de Aceptado / Fecha



Servicios: PROMOCIONALES
 Dirección: 9av. 1-11 zona 1 Ciudad de Guatemala
 WhatsApp: 4257-1997
 Teléfono: 4257-1997

COTIZACIÓN

EXECUTIVO DE VENTAS: Daniel Diaz EMPRESA: ****
 TEL: (502) 4257-1997 CONTACTO: Julio Castro

UNIDADES	DESCRIPCION	TOTAL
100	Pachones impresos a un color en serigrafía a Q. 18.70 c/u	Q. 1,870.00
500	Pachones impresos a 4 colores en serigrafía a Q. 15.00 c/u	Q. 7,500.00
100	Mochilas en sublimación a full color a Q. 17.55 c/u	Q. 1,755.00
500	Mochilas en sublimación a full color a Q. 16.50 c/u	Q. 8,275.00
TOTAL		

NOTA: Esta cotización tiene una validación de 30 días máximo.

FORMA DE PAGO: 70% anticipo y 30% contra entrega EMITIR CHEQUE A NOMBRE DE: EDUARDO BOLAUTO
 TIEMPO DE ENTREGA: 12 Días HABLES después de confirmar cotización. O DEPOSITAR A LA CUENTA MONETARIA BAC: 965804214



25 CALLE 5-11 ZONA 1
 Guatemala C.A.

Cotización No. 1019553

FECHA		
DIA	MES	AÑO
5	11	2020

Señores: JULIO CASTRO

Atn. A:

Forma de Pago:
 Tiempo de Entrega:
 Departamento de:

Correo Electronico:

OP.	Cantidad	Descripción	Unitario	Total
2	500.00	SOBRES TROQUELADOS IMPRESOS EN TIRO(1) color(es) Y Retiro(0) colores En papel BOND 80, Troquelado, Troquel, Pegado En Tamaño: CARTA	1.7000	850.00
3	500.00	SOBRES TROQUELADOS IMPRESOS EN TIRO(4) color(es) Y Retiro(0) colores En papel BOND 80, Troquelado, Troquel, Pegado En Tamaño: CARTA	2.6400	1,320.00

Esta Cotización es válida por 15 días a partir de la fecha. Sobre entregas o bajo entregas hasta el 10% constituye una entrega aceptable por lo que el cobro será basado en la cantidad exacta entregada. Una orden de compra o esta cotización firmada será requerida antes de comenzar su producción.

Guatemala, abril 08 de 2021.

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 del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura **JULIO HUGO CASTRO ALDECOA**, Carné universitario: **2016 04652**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN DIRIGIDO AL PERSONAL DE LA FUNDACIÓN OLÍMPICA GUATEMALTECA UBICADA EN ZONA 4 GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciado 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
Colegiada 10804

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

“Diseño de manual de identidad para el fortalecimiento de la imagen dirigido al personal de la Fundación Olímpica Guatemalteca ubicada en zona 4 Guatemala”

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Julio Hugo Castro Aldecoa

Asesorado por:



Licda. Ana Carolina Aguilar Castro de Flores



Licda. Andrea Elisa Valle Pineda



Licda. Ilma Judith Prado Duque

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



MSc. Arq. Edgar Armando Lopez Pazos

Decano