



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

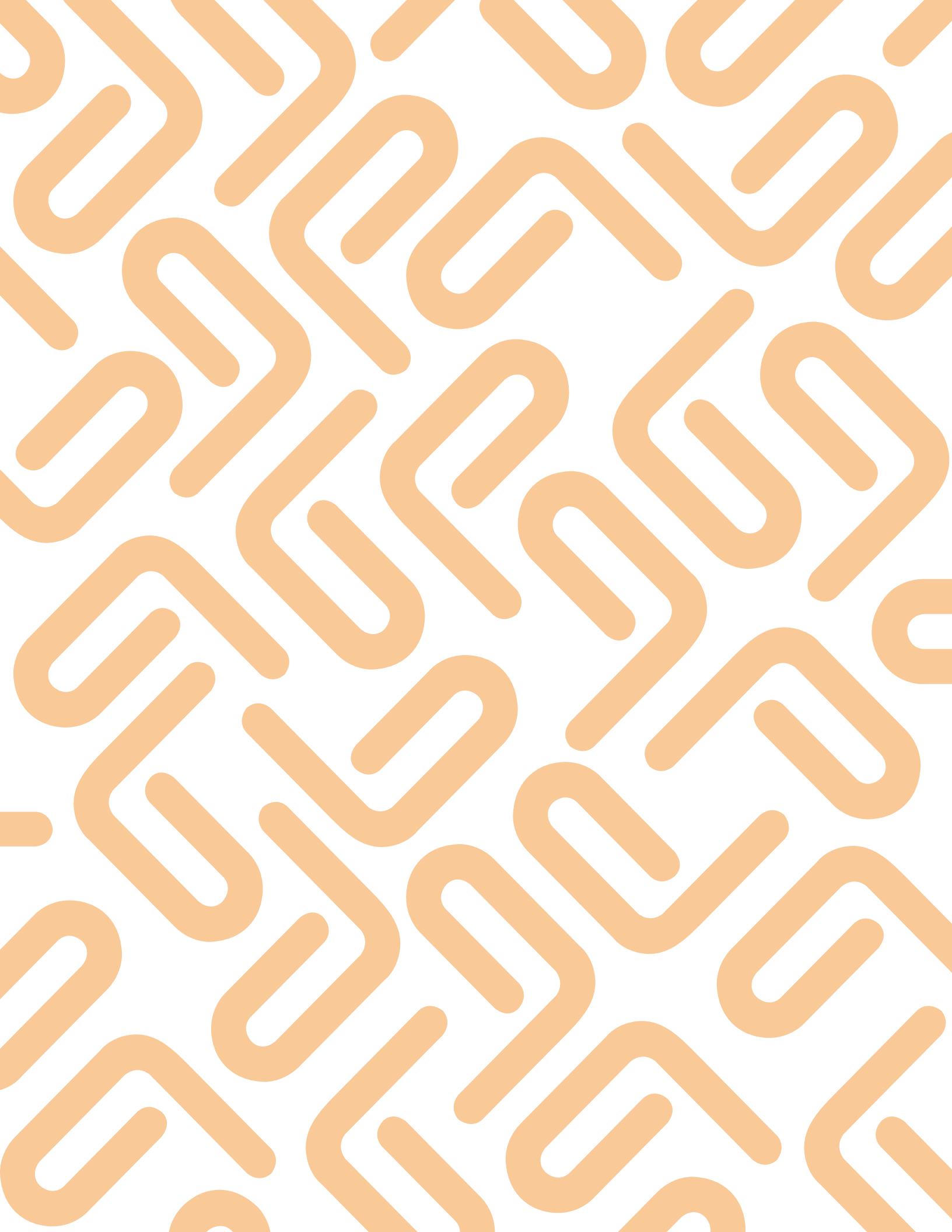
FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala

Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

**Diseño de marca corporativa de la institución
Visión Internacional Plenitud, para darse a
conocer dentro del territorio nacional
guatemalteco**

Proyecto de Graduación desarrollado por
Daniel Andrés González García





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 marca corporativa
de la institución Visión Internacional Plenitud,
para darse a conocer dentro del territorio
nacional Guatemalteco**

Proyecto de Graduación desarrollado por
Daniel Andrés González García

Para optar al título de
Licenciatura en Diseño Gráfico

Guatemala, mayo 2021

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



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 Velazco
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico

Tribunal examinador

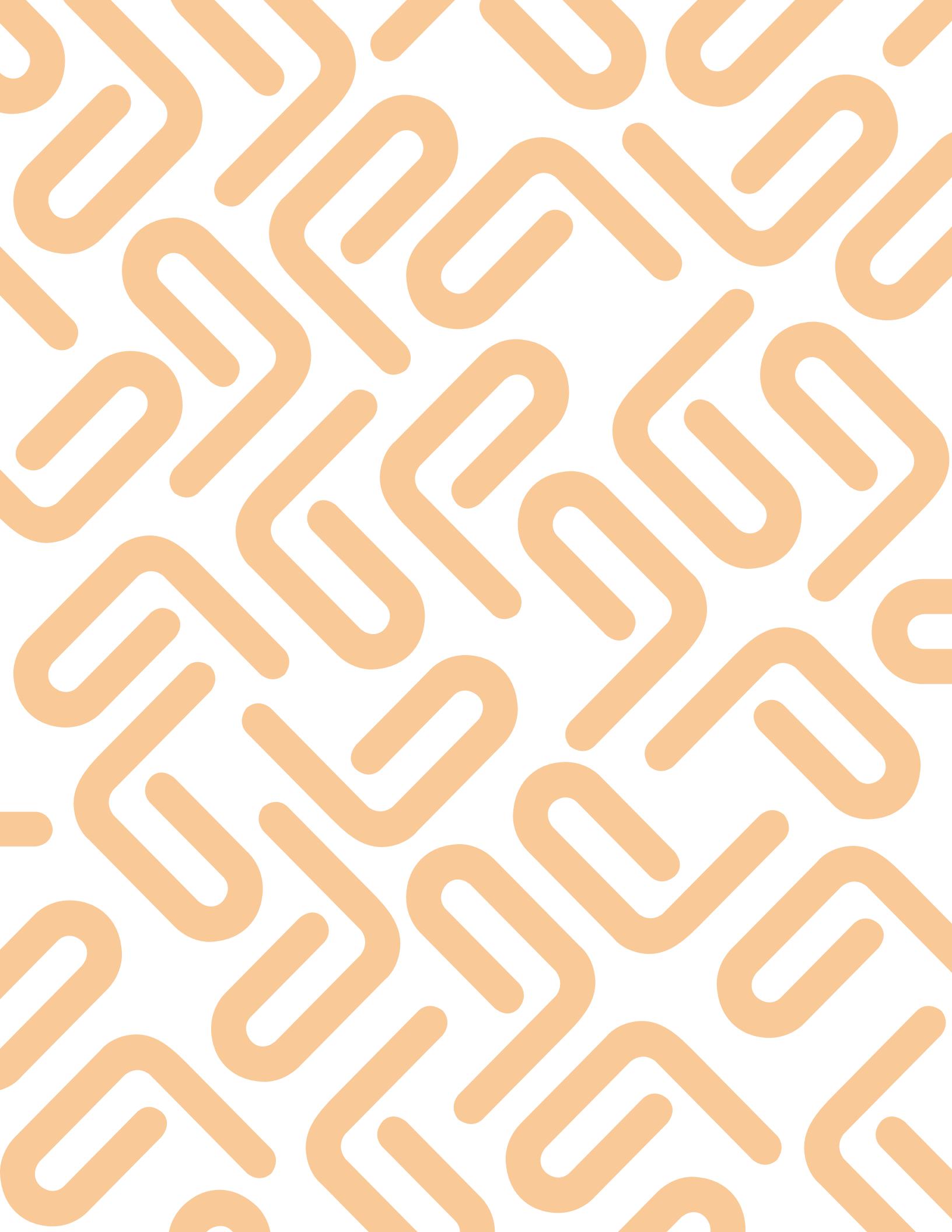
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano

MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor Metodológico

MSc. Salvador René Gálvez Mora
Asesor

Licda. Luisa Francisca Martínez Quiñonez
Asesor externo

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca
Secretario Académico



Agradecimientos

A mis padres:

A mis padres por haber invertido su tiempo, dinero y darme educación desde la escuela primaria hasta el nivel universitario que ahora estoy culminando, por ellos y para ellos. Por tenerme paciencia y darme las herramientas necesarias para llegar a este momento de mi vida.

A mi familia:

A todos mis familiares que han estado pendientes del proceso en el que estaba pasando. Por su apoyo y ánimos durante todo este tiempo.

A mis licenciados:

A mis profesores que han estado en el proceso de mi educación universitaria estos cinco años. A ellos que me acompañaron y orientaron en el proyecto de graduación.

A mis amigos:

A todos mis amigos que estuvieron durante estos cinco años universitarios, por todos los proyectos y tareas que realizamos. Por ser un gran apoyo emocional y físico cuando lo necesitábamos cada uno del grupo.

A la Escuela de Diseño Gráfico:

A la Escuela de Diseño Gráfico por darme los conocimientos que ahora tengo y que utilicé para realizar este proyecto. Por dar oportunidad a las personas guatemaltecas que están buscando un cambio en la sociedad por medio de la educación gráfica y poder lograr un impacto social.

A la institución Visión Internacional Plenitud:

A la institución Visión Internacional Plenitud, quienes me dieron la oportunidad de realizar mi proyecto de graduación y EPS. Por brindarme su tiempo y asesorías necesarias para terminar con éxito el proyecto.

Índice

Presentación..... 11

Capítulo 1 Introducción..... 13

1.1.	Antecedentes.....	14
1.2.	Problema de comunicación visual.....	16
1.3.	Justificación del proyecto.....	17
1.3.1.	Trascendencia.....	17
1.3.2.	Incidencia.....	18
1.3.3.	Factibilidad.....	18
1.4.	Objetivos.....	19
1.4.1.	General.....	19
1.4.2.	Específicos.....	19

Capítulo 2 perfiles..... 21

2.1.	Sector social que trabaja la institución.....	22
2.2.	Historial de la institución.....	23
2.2.1.	Filosofía.....	24
2.2.2.	Servicios generales.....	27
2.2.3.	Identidad y comunicación visual.....	28
2.3.	Grupo Objetivo.....	32
2.4.	Relación entre la institución y el grupo objetivo.....	33

Capítulo 3 Planeación operativa..... 35

3.1.	Flujograma de proceso.....	36
3.2.	Cronograma de proceso.....	38
3.3.	Previsión de costos.....	40

Capítulo 4 Marco teórico..... 43

4.1.	Ensayo 1; salud mental.....	44
4.2.	Ensayo 2; Diseño gráfico.....	49
4.3.	Ensayo 3; piezas de diseño.....	54

Capítulo 5 Definición creativa.......... 59

5.1.	Brief de diseño.....	61
5.2.	Instituciones análogas.....	64
5.3.	Estrategia en las piezas de diseño.....	68
5.4.	Definición concepto creativo y códigos de diseño.....	70
5.4.1.	Técnicas creativas.....	70
5.4.2.	Concepto creativo.....	74
5.4.3.	Códigos de diseño.....	75
5.4.4.	Código tipográfico.....	75
5.4.5.	Código cromático.....	75
5.4.6.	Código de formato.....	75

Capítulo 6 Producción gráfica.......... 77

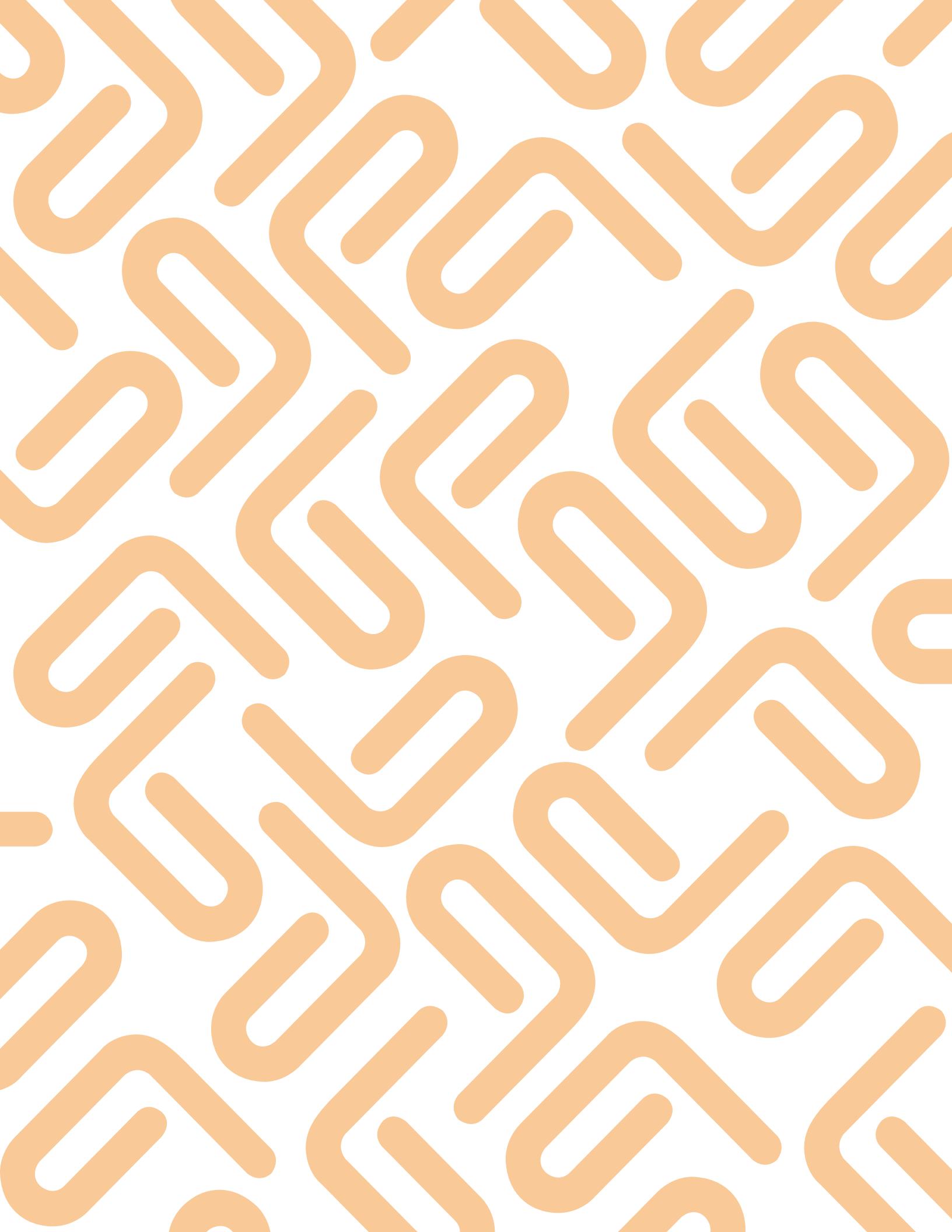
6.1.	Nivel 1 de bocetaje a mano.....	78
6.2.	Nivel 2 de bocetaje digital.....	87
6.3.	Nivel 3 de bocetaje prototipo final.....	95
6.4.	Fundamentación de propuesta final.....	97
6.4.1.	Concepto creativo.....	98
6.4.2.	Construcción del logotipo.....	99
6.4.3.	Composición.....	100
6.4.4.	Código cromático.....	101
6.4.5.	Variaciones de color.....	102
6.4.6.	Código tipográfico.....	103
6.4.7.	Código de formato.....	104
6.4.8.	Lineamientos.....	105
6.4.9.	Aplicaciones.....	106
6.4.10.	Presupuesto.....	124
6.5.	Ponencia.....	129

Capítulo 7 Síntesis del proyecto.......... 141

7.1.	Conclusiones.....	142
7.2.	Recomendaciones.....	144
7.3.	Lecciones aprendidas.....	146

| Capítulo 8 Referencias..... 149

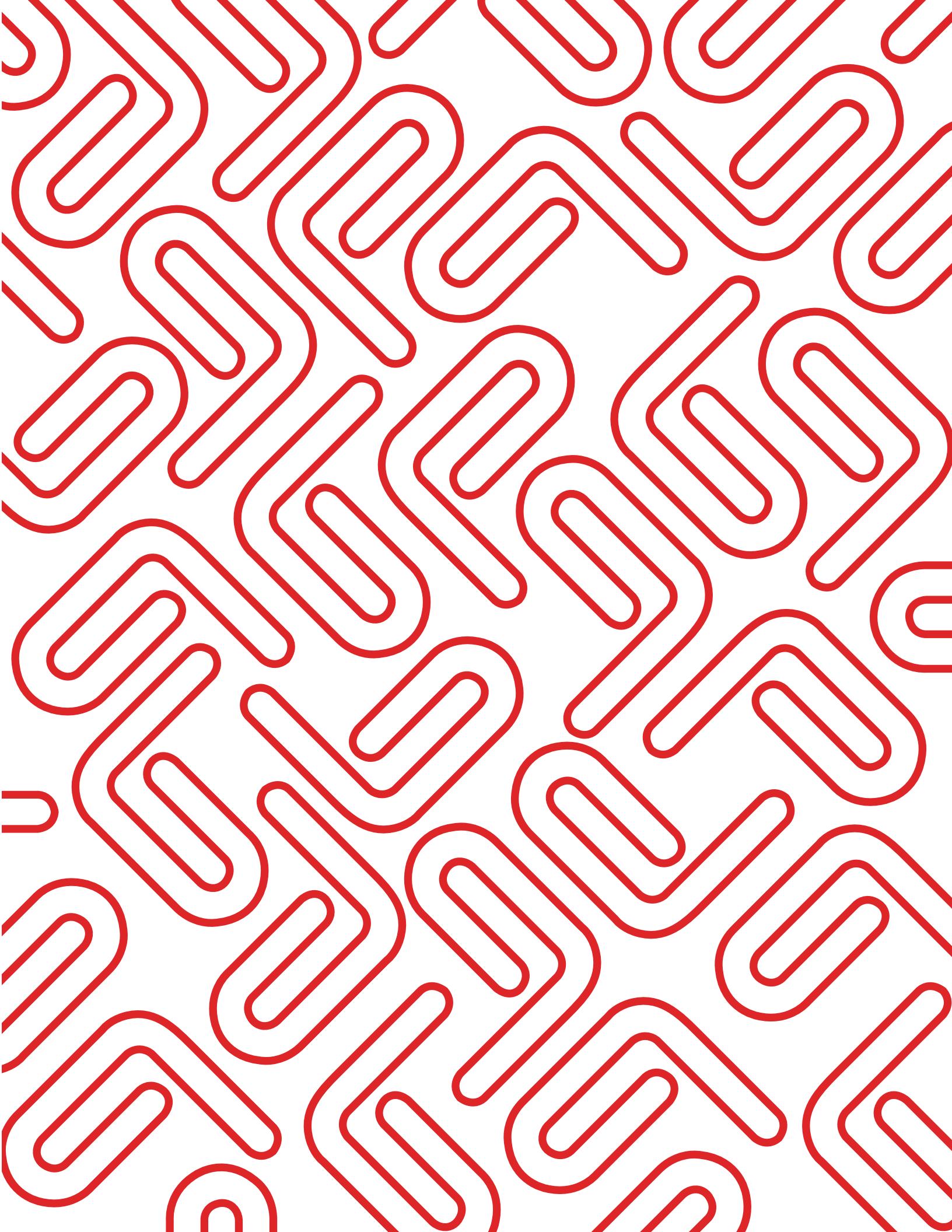
| Capítulo 9 Anexos..... 153

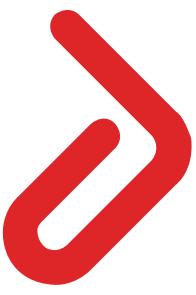


Presentación

La unidad de proyecto de graduación de la escuela de diseño gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ofrece a los estudiantes el seguimiento, elaboración y culminación de dicho proyecto. Este proyecto busca ayudar instituciones no lucrativas, las cuales necesitan apoyo en el ámbito del diseño gráfico. El estudiante debe poner en práctica sus conocimientos tanto teóricos y prácticos que ha recaudado a lo largo de la carrera para lograr con éxito el proyecto.

Visión Internacional Plenitud es una institución no lucrativa esta institución presta servicios en el área de psicología y restauración familiar. Esta institución se enfoca en fomentar la unidad familiar para fortalecer los valores personales, grupales y familiares. En el área de comunicación visual y uso de material gráfico dentro y fuera de la institución se ve el problema de la falta de recursos gráficos en los cuales puedan informar a los pacientes sobre los temas que abordan. Utilizan algunos recursos como mantas, carteles, presentaciones, rol-ups y algunos trifoliares cuando hay terapias o talleres grupales. La intervención de diseño que se realizará junto a la institución Visión Internacional Plenitud, será un cambio en la línea gráfica y logotipo para que sea más amigable y responsable visualmente al abordar temas de alto impacto personal.





Capítulo 1

introducción



1.1 Antecedentes

El país de Guatemala pertenece a los países en vías de desarrollo que han vivido muchos cambios durante largos períodos de tiempo. La población de Guatemala ha ido evolucionando y adaptándose a los cambios emergentes de la sociedad tanto económica, social y en temas de salud. Debido a las problemáticas que se han desarrollado dentro del país, como lo es la guerra interna, que dejó grandes secuelas que afectan a distintas culturas que habitan y poseen la riqueza multicultural del país. Según estudios el 59% de la población guatemalteca presenta índices de pobreza, comparándolo con los estándares que han sido fijadas por la organización de las ONU; las personas que pertenecen a este 59% viven con un mínimo de un dólar diario

Con este estudio podemos ver que el país tiene a más de la mitad de la población en estado crítico, los cuales no tienen acceso a educación, oportunidades de crecimiento, acceso a información y sobre todo salud. Impidiéndoles el acceso a una calidad de vida, la cual no les permite tener bienestar emocional, psicológico y social que merecen todas las personas.



Son estos factores que se han ido desarrollando con el tiempo los que afectan la salud mental de los pobladores a corto, mediano y largo plazo. La mala organización del estado y la mala inversión de recursos, determina la forma en que las personas están destinadas a vivir. La falta de oportunidades tanto académicas, laborales y de salud; también son temas que influyen en lo que es el malestar social y comunitario que existe, esto radica en las personas en las cuales van desarrollando actitudes, cambios de humor y a largo plazo el desarrollo de enfermedades, afectando sus relaciones personales y relaciones con las demás personas.

La salud mental en el territorio de Guatemala no es un tema muy conocido y para las personas se puede decir que es un “tabú” ya que al mencionar temas relacionados con la salud mental, las personas lo asocian con “locura.” Sin embargo la salud mental debería de ser una prioridad en nuestro diario vivir. La forma en que beneficia la salud mental va más allá de estar bien mentalmente; nos ayuda a tener una actitud positiva, un buen estado físico, dar nuestro aporte personal a la sociedad, enfrentar problemas y tener buena convivencia con las personas que nos rodean.

Existen instituciones que brindan apoyo en el tema de salud mental, algunas son instituciones privadas a las cuales las personas muchas veces no pueden acceder debido al factor económico. También existen instituciones que son individuales que ayudan a que las personas encuentren la ayuda que necesitan y poder controlar y corregir actitudes que necesitan cambiar o desarrollar.

Visión Internacional Plenitud es una institución no lucrativa que ha brindado este servicio a los pobladores de la ciudad capital de Guatemala como en algunos departamentos del territorio Guatemalteco para ayudar a las personas de escasos recursos que necesitan este apoyo.



1.2 Problema de comunicación visual

Visión Internacional Plenitud es una Institución sin fines de lucro, la cual brinda ayuda psicológica a las personas ubicadas dentro de la ciudad capital de Guatemala así como en el interior del país. La institución posee lo que es una página web y una página en Facebook por las cuales las personas pueden conocer a la institución y poder tener un acercamiento hacia ella. Por estos medios las personas no tienen la información completa de lo que hace la institución y los servicios que esta misma ofrece. Dentro de la ubicación de dicha institución no cuentan con material visual que ayude a las personas a conocer del tema y a conocer más sobre las distintas problemáticas que van deteriorando nuestra salud mental día con día.

Uno de los problemas visuales que se encontraron por medio de visitas y acercamiento a las personas que forman parte del grupo objetivo es la falta de unidad gráfica existente en las distintas áreas en las que trabajan. La falta de una línea gráfica que identifique a la institución tanto dentro de esta misma como fuera de ella es una de las problemáticas más grandes que se encontró.

La falta de una línea gráfica hace que las distintas actividades que realicen se vean como actividades separadas de la institución. El logotipo posee una gran cantidad de elementos que lo hace nada agradable a simple vista. El desequilibrio visual que existe entre los elementos, los colores y la tipografía, hace que las personas no se sientan identificadas o pertenecientes a la institución. Por lo tanto es necesario evaluar y realizar un cambio a la identidad corporativa de la institución Visión Internacional Plenitud.



1.3 Justificación del proyecto

1.3.1 Trascendencia

La realización del cambio de imagen y línea gráfica a la institución hará que las personas puedan conocer un lugar al cual pueden acudir de ser necesaria una intervención psicológica. Las personas se van a sentir identificadas con la institución y los distintos servicios que les brinda. No solo es dar a conocer la ayuda por parte de Visión internacional Plenitud, sino es demostrar a la población guatemalteca e internacional que la salud mental y física que debemos tener nos ayuda a ser mejores personas y entender a los demás así como a vivir una vida plena. El proyecto tiene planteado trascender 2 niveles al ser concretado.

Institucional:

Realización de cambio de línea gráfica y marca corporativa, para poder llegar a más personas y estas pueda conocer la institución y los servicios que la institución ofrece.

Social:

El proyecto quiere que las personas conozcan sobre el tema de la salud mental y tengan una referencia de a dónde pueden ir en caso de necesitar acompañamiento psicológico.

1.3.2 Incidencia

La salud mental como forma de autoconocimiento y saber cómo las situaciones pasadas nos van afectando en nuestro presente, es importante darles un seguimiento para poder superarlas, liberar estrés y evitar el desarrollo de enfermedades permitiendo que nuestro cuerpo pueda reflejar la forma en que nos sentimos. Actualmente las personas dejan a un lado el sentirse bien con ellos mismos, olvidando lo importante que es el auto conocerse para desarrollarnos bien en las distintas áreas personales en las que nos vemos involucrados en nuestro diario vivir. El diseño gráfico juega un rol muy importante ya que nos informa sobre estas entidades privadas o públicas que existen. La realización de un diseño atractivo hará que las personas conozcan sobre lo que es y cómo los beneficia.

1.3.3 Factibilidad

El proyecto llegará a realizarse mediante la ayuda que nos ofrece la institución, la asesoría que nos dan los catedráticos cuando se presentan los avances y el interés y responsabilidad del alumno al realizar y manejar esta información para llegar a un resultado final funcional.

Por parte de la organización Visión Internacional Plenitud, se cuenta con el apoyo interno al dejarnos realizar las distintas investigaciones como el acceso a información del manejo y desarrollo sus talleres, terapias y la organización interna como tal. Por parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala, asesorías por parte de los catedráticos encargados para realizar cambios y mejoras en los avances que se están teniendo. Por parte del alumno el interés, el tiempo, la responsabilidad y el poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera para llegar al resultado funcional que se espera lograr.



1.4 Objetivos

1.4.1 General

Contribuir con las familias desintegradas a encontrar apoyo psicológico en la institución Visión Internacional Plenitud a través de diseño de material gráfico informativo.

1.4.2 Específicos



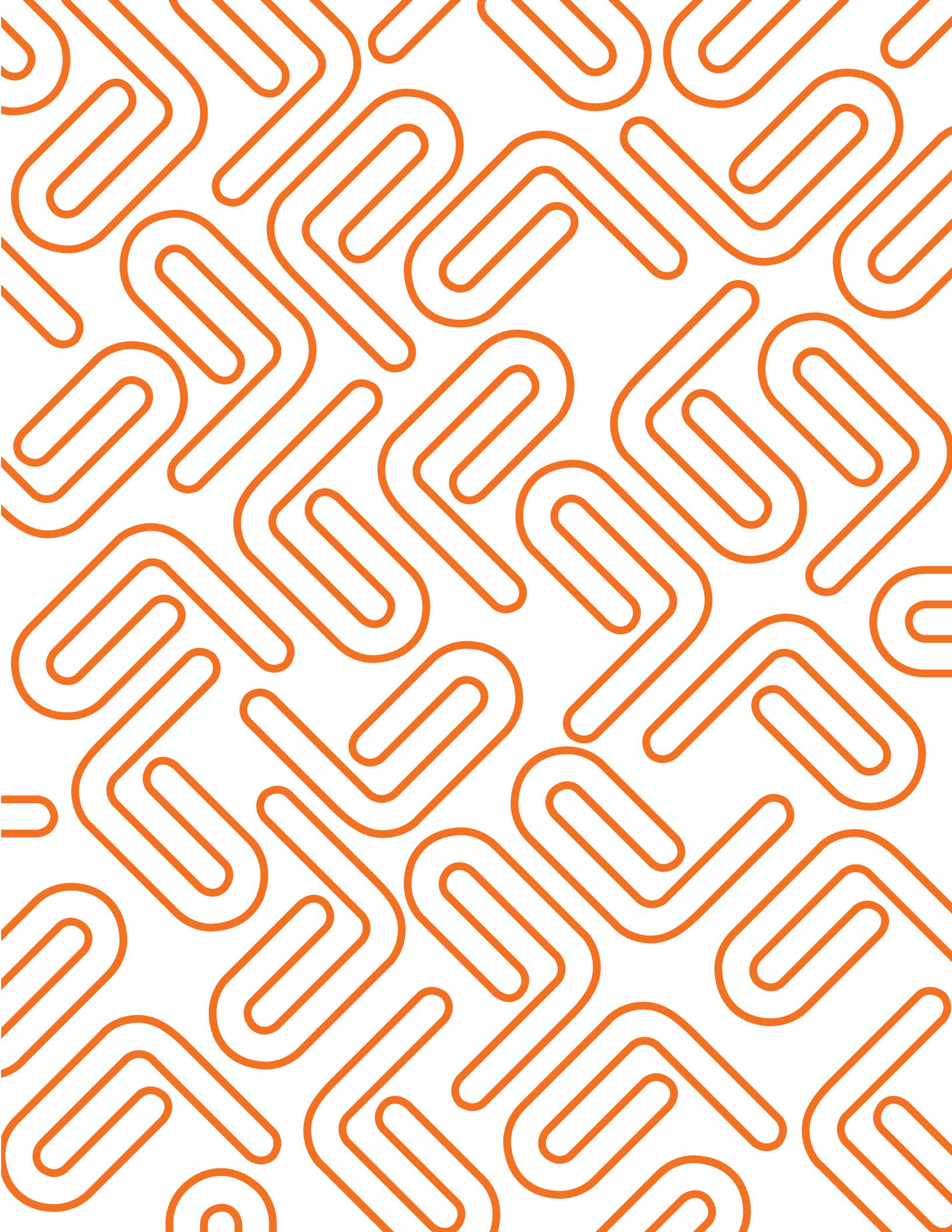
Específico de comunicación

Atraer personas a la institución a través del diseño de material gráfico para brindarles atención psicológica tratando problemas emocionales, mentales y espirituales.



Específico de diseño

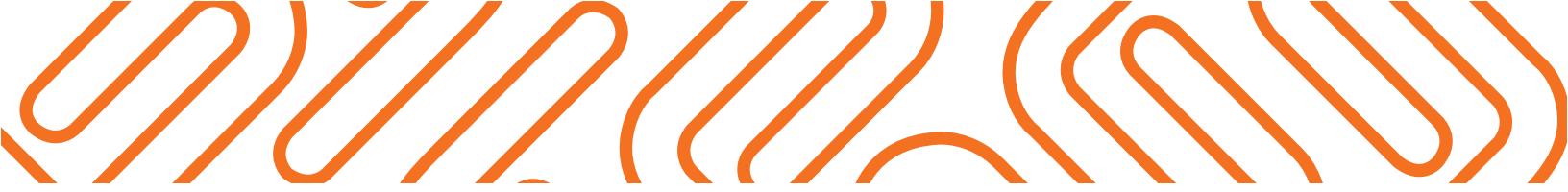
Actualizar la imagen de la institución por medio de una línea grafica con la cual las personas se sientan identificadas y la institución pueda darse a conocer.





Capítulo 2

Perfiles



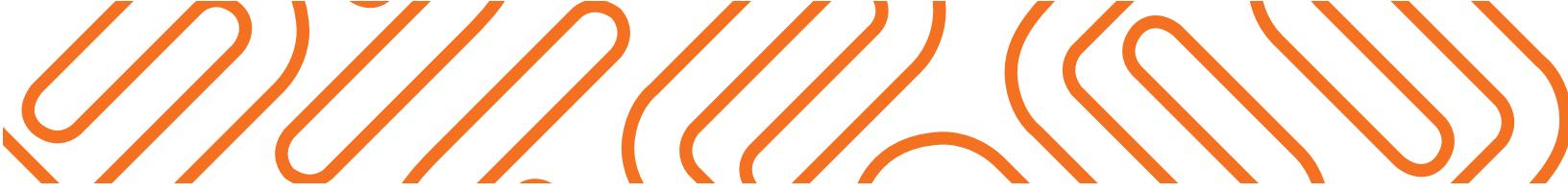
2.1 Sector social que trabaja la institución

Visión Internacional Plenitud brinda servicios de asesoría psicológica para personas, familias o asesoría grupal dándoles herramientas para poder cambiar actitudes y pensamientos que no dejan desarrollarse a las personas plenamente en su día a día. En Guatemala existe un ministerio de salud que es el encargado de velar por el bienestar de la población guatemalteca y permitir el acceso de todos y todas a lo que es el tema de salud.

Este ministerio es el encargado de prestar servicios integrales como hospitales, medicinas de calidad, personal capacitado, instalaciones y precios comodos para los usuarios de este mismo. Para brindar a los pacientes un buen servicio y así poder resolver los problemas de salud que estos tienen.

Las organizaciones gubernamentales tienen destinado un presupuesto que deben implementar para la satisfacción de las personas que no tienen acceso a instituciones privadas. La institución Visión Internacional Plenitud forma parte de este tema tan importante para las personas.

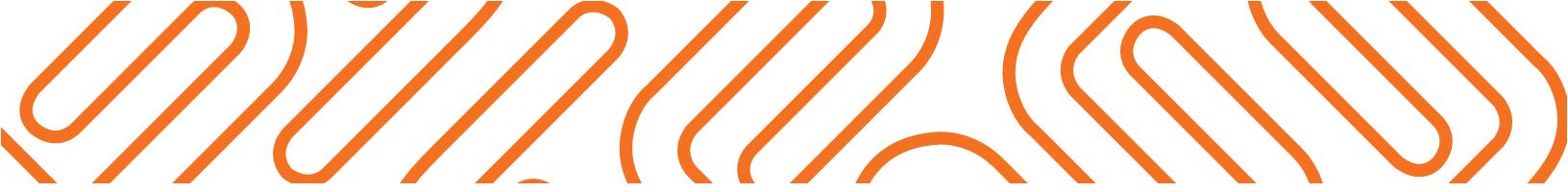
La salud es fundamental para poder desarrollarnos y rendir mejor en nuestras actividades que realizamos, así mismo para cuidar de nuestro cuerpo y no contraer enfermedades que vayan deteriorando nuestro aspecto físico. La salud mental es un tema al que no estamos acostumbrados a oír y mucho menos a practicar. La institución permite a las personas que no tienen acceso a una entidad privada, ofreciéndoles distintos servicios referentes a la psicología.



2.2 Historial de la institución

La Licda. Eugenia Villalta de la Asociación Visión Internacional Plenitud (2009) describe que, en el año 2005, invitó a un grupo de mujeres a reunirse todas las semanas para compartir temas de interés, especialmente para fortalecer la fe, la confianza, el respeto, y el amor, entre otros. Con el transcurrir de los meses, los esposos motivados por los cambios evidentes en sus esposas decidieron unirse al grupo y dar comienzo a un nuevo estilo de vida. Vino al corazón de la Licda. el deseo de ayudar a la mujer, fortalecer su autoestima y capacitarlas para obtener una vida mejor.

Al comunicar el proyecto al grupo de mujeres, surgió en ellas el deseo de formar una institución; a través de la cual pudiesen lograr su objetivo; considerando que la desintegración familiar que existe en todo el mundo a causa de los divorcios es muy grande. Para alcanzar sus propósitos, unieron esfuerzos y hoy es una realidad. Teniendo la visión de llevar PLENITUD de vida a través de la restauración familiar, comenzando por Guatemala, trascendiendo a los países de Latinoamérica y llevárla a todas las naciones.



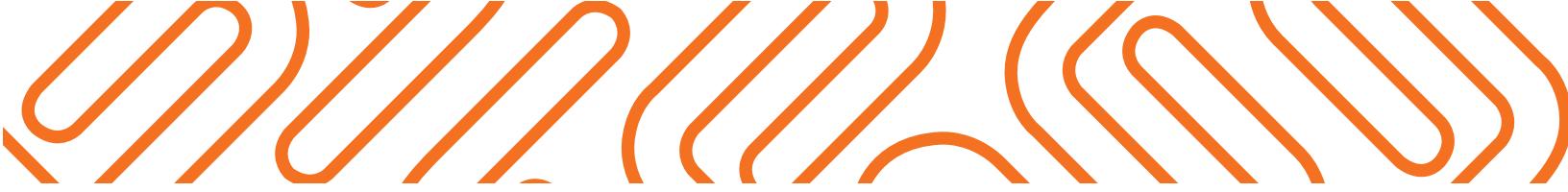
2.2.1 Filosofía

Misión:

Restauramos y fomentamos la unidad familiar a través de la participación de la mujer en programas de desarrollo integral, iniciando por la salud mental y brindamos ayuda a través del fortalecimiento de sus valores espirituales, morales y culturales para cimentar su identidad con el fin de erradicar la violencia intrafamiliar en sus diversos géneros.

Visión:

Somos una organización líder a nivel mundial de carácter privado, no lucrativa, apolítica y no religiosa que no hace distinción de raza o clase social cuyo propósito es alcanzar el desarrollo integral de las personas.



Objetivos de la institución

➤ **Área espiritual:**

Brindar ayuda espiritual, consejería individual y familiar; así como apoyo psicológico, salud mental y sanidad interior

➤ **Área de desarrollo personal:**

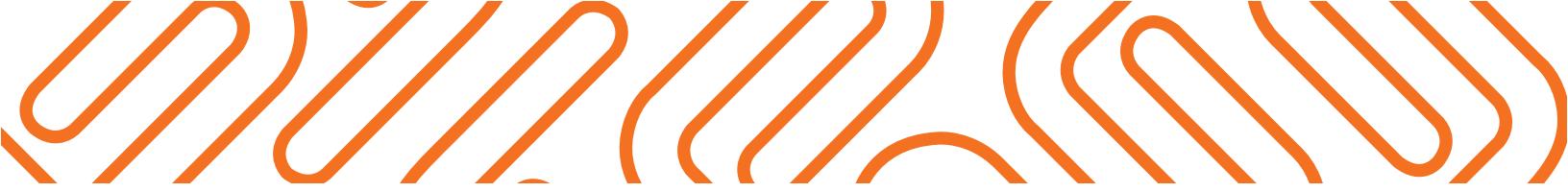
- Fortalecer y desarrollar la autoestima e inteligencia emocional; así como la ética, principios y valores.
- Capacitación en relaciones humanas y relaciones públicas
- Proporcionar programas de capacitación técnica en las áreas de corte y confección, cosmetología, arte culinario y artes manuales.

➤ **Área física:**

- Brindar hospitalidad en el proceso de recuperación de la persona y atención médica en caso éstas fuesen necesarias.
- Nutrición

➤ **Área académica:**

- Alfabetización
- Idiomas
- Educación Financiera
- Tecnología
- Valores



Metas y valores de la institución

➤ **Metas:**

- Expansión al interior del país
- Incrementar el público en las redes sociales
- Darse a conocer a nuevos donantes nacionales e internacionales
- Realizar eventos mensuales a lo largo del interior del país para las personas que no tienen acceso a una institución publica sobre salud mental

➤ **Valores:**

- Amor al prójimo
- Solidaridad
- Integridad
- Compromiso

2.2.2 Servicios generales

Restauración familiar:

- Ayuda psicológica y salud mental.
- Estrés, depresión, ansiedad, bromialgia, alcoholismo, manejo de emociones, obesidad, trastorno bipolar, autoestima, etc.
- Problemas en adulto mayor.
- Problemas de salud mental en niños y adolescentes.
- Consejería:
 - De pareja (prematrimonial y matrimonial).
 - Familiar e individual
 - Orientación vocacional.
 - Trabajo en equipo, desarrollo personal, motivación, etc.

Actividades personales:

- Programa de desarrollo personal: Mujer sana, familia feliz.
- Programa de sanidad interior: metamorfosis.
- Programa radial viviendo en plenitud, Se tratan las Heridas del alma, ministerios de telecomunicaciones.
- Redes Sociales



2.2.3 Identidad y comunicación visual



Logotipo actual

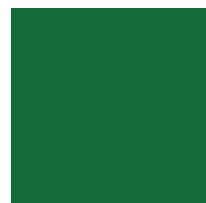


Referencias visuales

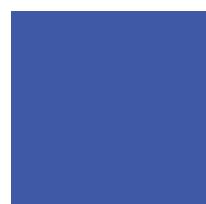


El logotipo actual de la institución está representado por 3 elementos, tales como las mariposas, el arcoíris y la tipografía. El logotipo posee lo que es el nombre de la institución y el slogan en la parte inferior de este mismo. Se utilizan 3 mariposas ya que cada una representa a cada una de las directoras de la institución. El arcoíris representa el pacto que tiene Dios con la humanidad así mismo la grandeza.

Los colores que utilizan son los siguientes



Verde, representa la naturaleza y el crecimiento de la misma. También representa el cambio y el desarrollo natural de las cosas.



Azul, representa el cielo, grandeza y esta utilizado en la tipografía lo cual le da un sentido de formalidad.



Anaranjado, este color es el color de las mariposas monarcas y esta utilizado en las mismas. Cada una representa a cada una de las directoras de la institución.



Arcoíris, representa el pacto de Dios con la humanidad.



Vision Internacional Plenitud

Inicio

Información

Eventos

Fotos

Comunidad

Opiniones

Publicaciones

Crear una página

Te gusta Siguendo Compartir ...

Envir mensaje

Escribe una publicación...

Etiquetar amigos Estoy aquí ...

Fotos

Aún no tiene calificación

Comunidad Ver todo

J.J. Invita a tus amigos a indicar que les gusta esta página

A 213 personas les gusta esto

Página de facebook

Vision Internacional Plenitud

Inicio

Información

Eventos

Fotos

Comunidad

Opiniones

Publicaciones

Crear una página

Te gusta Siguendo Compartir ...

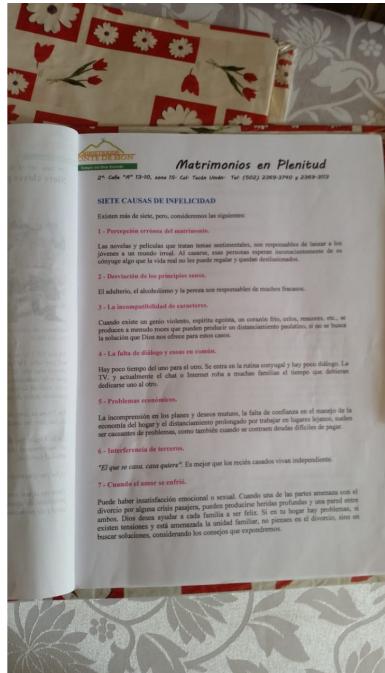
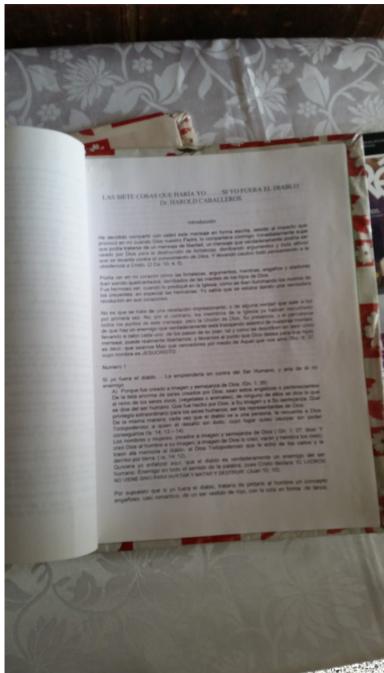
Vision Internacional Plenitud 30 de mayo de 2017

Veamos siempre el lado positivo.

"No HE
FRACASADO.
ACABO DE ENCONTRAR
10.000 MANERAS
QUE NO FUNCIONAN"
(Thomas Alva Edison)

0

La página de Facebook que poseen en estos momentos, no tiene una línea grafica que respalde el trabajo que la organización está realizando. Necesita un cambio tanto en la portada como en la foto de perfil de la misma. Actualizar sus publicaciones con temas importantes y relevantes para los seguidores, así también las publicaciones deben ir enfocadas en lo que la institución quiere que las personas perciban sobre ella, algo que no se está logrando en estos momentos.



La institución cuenta con unos folders en los cuales hay lecturas con temas relacionados a la psicología. Están impresos en formato carta normal, metidos en folder con gancho. Poseen también revistas las cuales no tienen tantos temas con los que ellos trabajan. También tienen una bodega en la cual guardan algunos roll ups que utilizan en terapias grupales que se realizan dentro y fuera de la ciudad capital, para que sean fáciles de transportar.



2.3 Grupo Objetivo

El grupo objetivo con el que se trabaja se identifican como personas ladinas ubicadas a los alrededores de la ciudad capital de Guatemala. Hablan español y tienen un nivel de vida medio el cual les permite tener casa propia y un vehículo para movilizarse.

Características geográficas:

El grupo objetivo está determinado por la ciudad capital y departamentos del país de Guatemala. En la ciudad capital, las personas que asisten a la institución viven zona 15, zona 5, San Miguel Petapa y San Lucas Sacatepéquez. En los demás departamentos a los que llega la institución a brindarles terapias grupales e individuales, se encuentran desde niños hasta adultos de escasos recursos.

Características socioeconómicas:

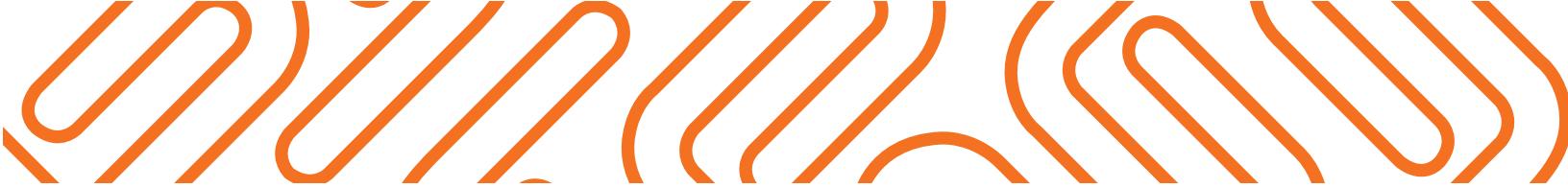
El grupo objetivo pertenece a la clase baja y media-baja ya que tienen acceso a cubrir sus necesidades básicas pero sin tener acceso a otro tipo de actividades u oportunidades. La mayoría posee un vehículo y casa propia por lo tanto tienen acceso a electricidad y agua potable. Poseen internet ya que por medio de este es que contactan a la institución al igual que por el programa radial que este utiliza. Las personas tienen acceso a información por lo tanto pueden costear algunas terapias y programas que la institución les ofrece. Según estudios y evaluación del G.O. las personas se trasladan por medio de transporte propio, es decir poseen carro o tienen acceso a uno para poder movilizarse.

Características psicográficas:

Personas con problemas psicológicos como tartamudeo, problemas personales, problemas socioeconómicos, laborales y emocionales, así como personas que han estado inmersos en cualquier tipo de violencia. Personas que viven bajo estrés, ansiedad, insomnio, con enfermedades mentales, físicas y emocionales. Con pensamientos descontrolados, problemas familiares, laborales, académicos o de salud.

Características sociodemográficas:

EL grupo objetivo se encuentran en las zonas de la ciudad capital tales como la zona 15 y zona 5 de la ciudad capital de Guatemala, San miguel Petapa, San Lucas Sacatepéquez. También existe un grupo de personas que viven fuera de la ciudad capital, las cuales reciben esta ayuda de parte de la organización cuando tienen actividades con ellos en los distintos departamentos a los que la institución atiende.



Adultos

Cludad Capital

- Residentes dentro de la ciudad capital
- 18-60 años
- Estudiantes, universitarios, trabajadores y personas jubiladas
- Acceso a radio y plataformas digitales

Departamentos

- Residentes de los departamentos fuera de la ciudad capital
- 15-60 años
- Trabajadores de campo, amas de casa, nivel educacional primario y básico
- Acceso a radio y plataformas digitales limitado

Niños

Ciudad capital

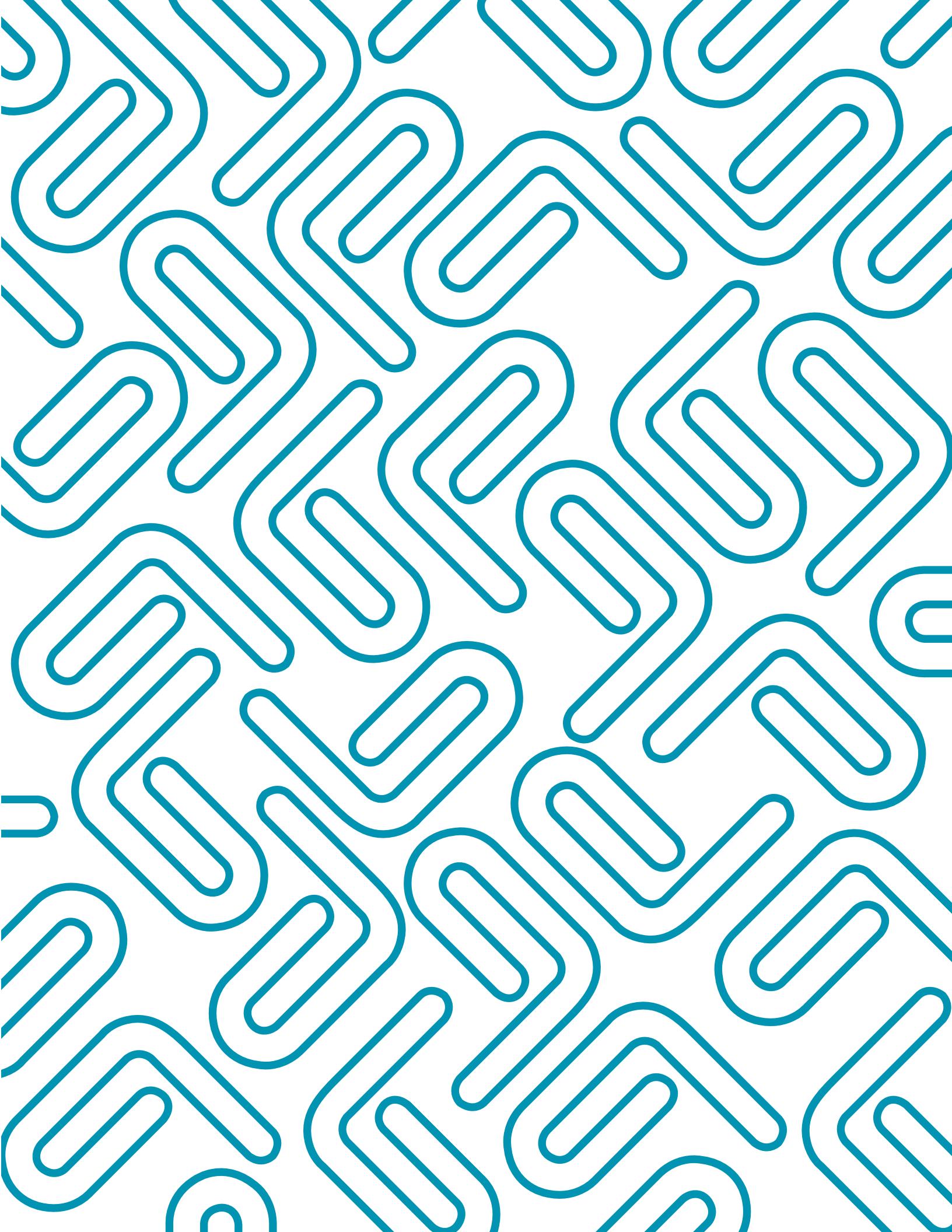
- Residentes dentro de la ciudad capital
- 6 -17 años
- Estudiantes nivel primario
- Acceso a radio y plataformas digitales

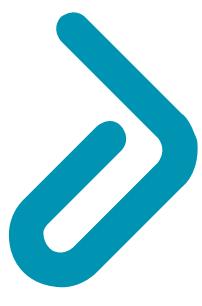
Departamentos

- Residentes de los departamentos fuera de la ciudad capital
- 8-17 años
- Trabajadores de campo, nivel educacional primario
- Acceso a radio y plataformas digitales limitado

2.4 Relación entre la institución y el grupo objetivo

A través de la comunicación por parte del paciente al conocer la institución y estar en el proceso que esta misma ofrece. También por medio de nuestro programa de radio en la cual se tratan distintos temas de interés para el oyente, publicidad radial o de boca en boca. También a través de eventos que se realizan en el interior del país para abarcar a la mayor parte del territorio guatemalteco. Terapias y talleres que se realizan dentro y fuera de la institución.



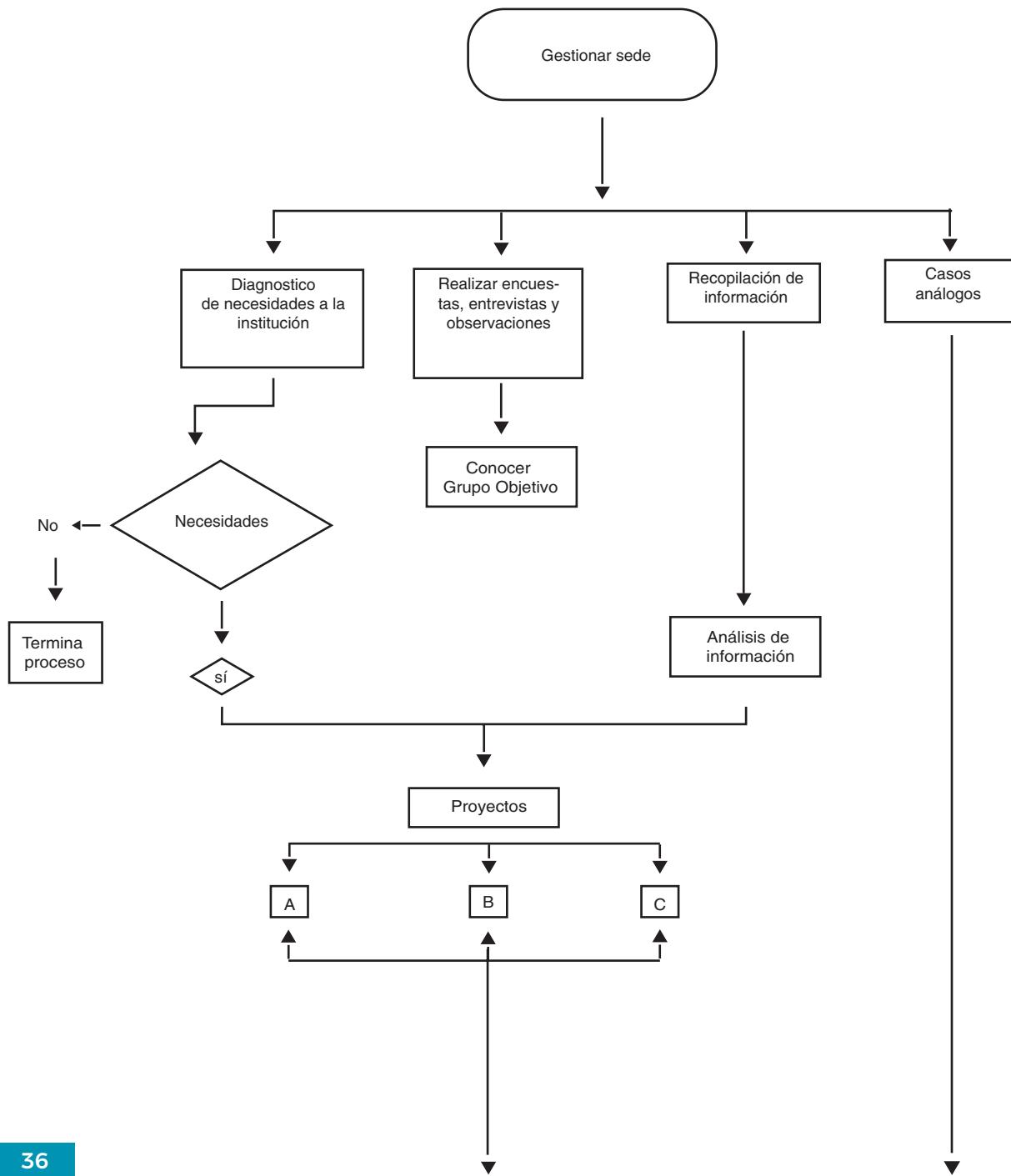


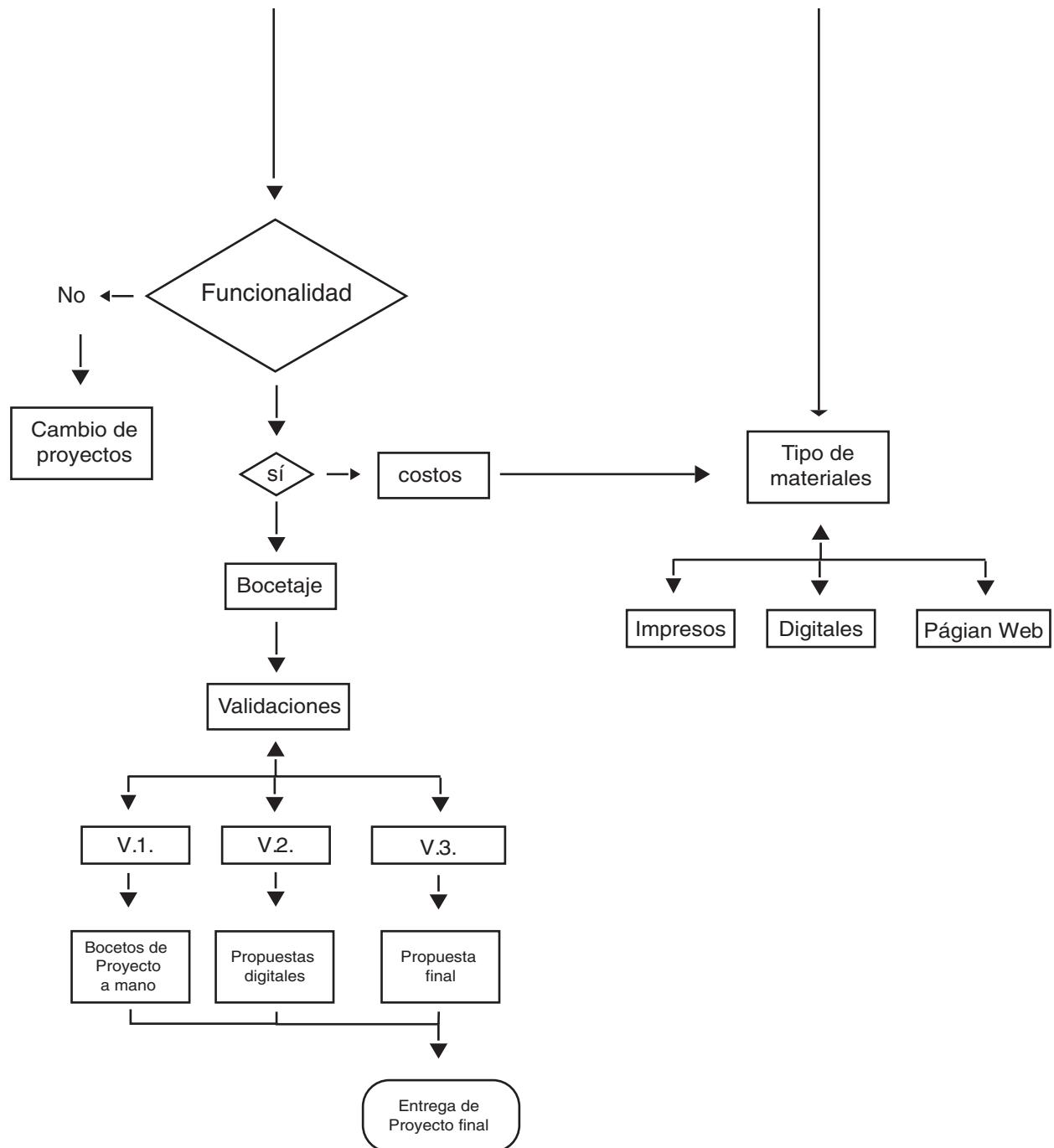
Capítulo 3

Planeación operativa

3.1 Flujograma

El siguiente flujograma muestra la forma en que se desarrollará el proyecto de graduación. En el cual se dan los seguimientos que se van a realizar para llegar a las piezas gráficas requeridas para el uso de la institución.







3.2 Cronograma

El siguiente cronograma muestra las actividades que se van a realizar durante un periodo de 4 meses, cada uno con 4 semanas en cada uno. Las actividades estan enfocadas en realizar la producción gráfica para poder diseñar los proyectos que se estan realizando y no tengan ningun atraso o inconvenientes.

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Actividades				
Recopilaciòn de informaciòn	■			
Grupo Objetivo	■	■		
Desarrollo creativo				
Estratègias creativas		■		
Concepto creativo		■		
Propuesta de materiales		■	■	
Primera fase de bocetaje			■	
Producción gráfica 1				
Bocetaje digital			■	
Línea gràfica a trabajar			■	■
Propuestas digitales				■
Validaciòn de propuesta				■
Produccciòn gràfica 2				
Propuesta final			■	
aplicaciones de propuesta				■
Presupuesto				■
Validaciòn de propuesta				
Informe				
Redacciòn de informe				
Diagramaciòn de informe				
Entrega de informe				
Presentaciòn de proyecto				■

3.3 Previsión de costos

ACTIVIDAD	HORAS	COSTOS
Fase 1: Investigación		
Antecedentes	4	
Definición y delimitación del tema	5	
Justificación del proyecto	6	
Objetivos	4	
Perfil de la institución y grupo objetivo	5	
Marco teórico	8	
		Q.1,750.00
Impresiones		Q.300.00
Refacciones		Q.50.00

Fase 2: Planeación Operativa		
Cronograma	4	
Flujograma	4	
		Q.440.00

Fase 3: Desarrollo Operativo		
Brief	4	
Referencias	9	
Estratégia creativa	8	
Concepto creativo	9	
		Q.1,650.00



Fase 4: Producción gráfica

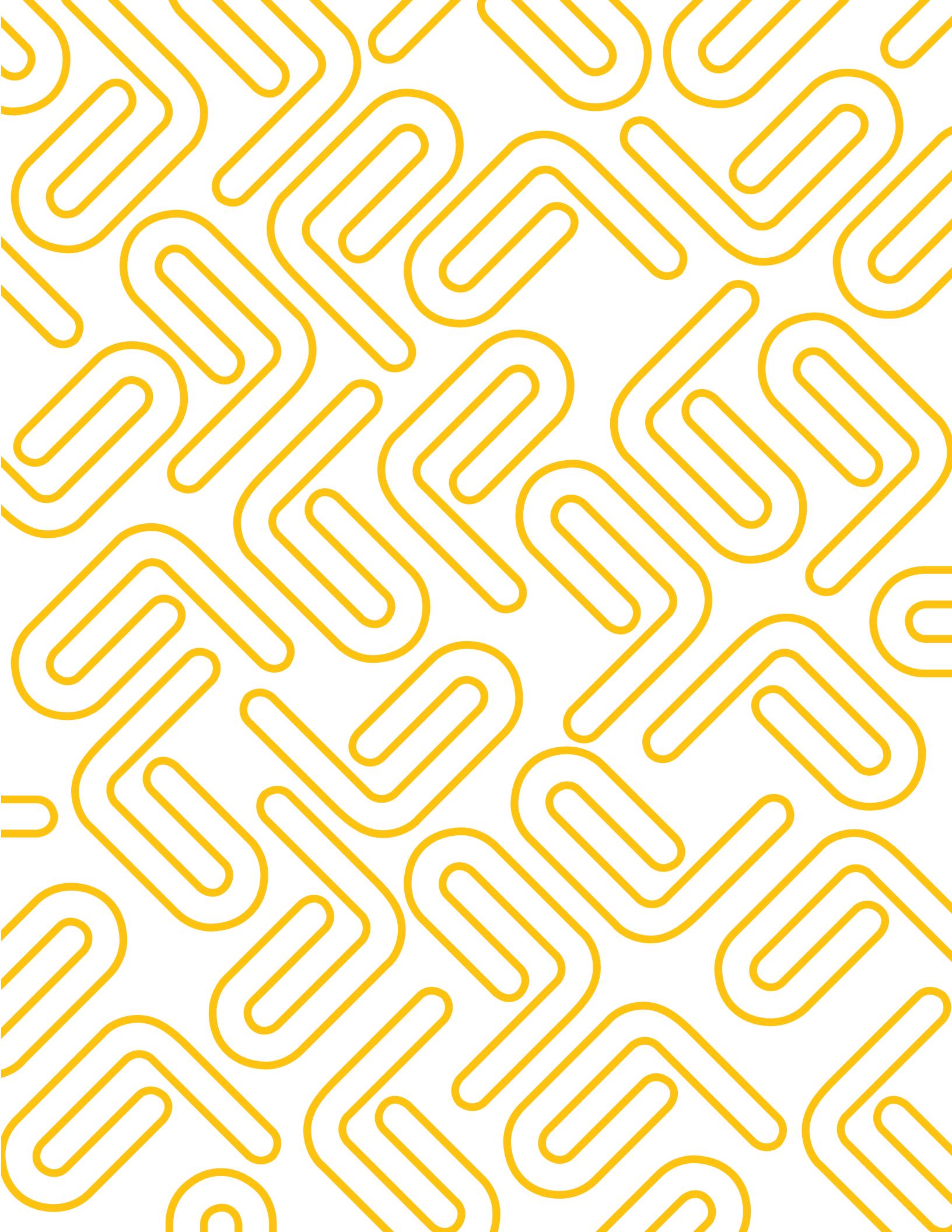
Nivel de visualización 1,2 y 3	16	
Fundamentaciones	9	
Validaciones	12	
Asesorías con la institución	10	
		Q.2,585.00

Fase 5: Producción gráfica

Logotipo	10	
Papelería corporativa	8	
Manual de identidad corporativa	12	
Aplicaciones	5	
		Q.1,925.00

Gasots extra

Luz		Q.500.00
Equipo		Q.1,000.00
Gasolina		Q.800.00
TOTAL:		Q.11,000.00





Capítulo 4

Marco Teórico



4.1 Salud mental

Como parte de los temas que se van a abordar dentro del proyecto, podemos delimitarlos a lo que es la salud mental. Para conocer lo que es la salud mental debemos entender su definición y cómo es que este tema está presente en nuestras vidas en todas las actividades que desempeñamos.

¿Qué es la salud mental?

La salud mental es algo importante en la vida de las personas ya que por medio de esta se puede determinar la forma en la que se sienten y conviven día a día. Cuando hablamos de salud mental no siempre nos referimos a trastornos o enfermedades mentales, este término abarca muchos aspectos en la vida cotidiana de cada individuo.

Salud mental es el bienestar que tienen las personas y la capacidad de reconocer sus habilidades y deficiencias. Por medio de esto los individuos son capaces de controlar los comportamientos que tiene ante distintas situaciones que les afectan directa o indirectamente. El estrés, es un detonante que se hace presente diariamente y que las personas deben poder controlar dentro del trabajo y lugares en los que se desarrollan. Muchas veces el no poder reconocer las

cosas que nos afectan y de alguna manera nos agotan mentalmente, pueden llegar a hacer que se desarrollen enfermedades que quizás no logremos identificar cuando se están produciendo sino hasta que estén desarrolladas completamente. Podemos definir la salud mental como el conjunto de factores en los que interactúan los factores biológicos, económicos, sociales, ambientales y políticos.

Muchas veces este tema se centra más en la recuperación o el tratamiento de enfermedades y no en la prevención o conocimiento de hábitos que deberían de evitar el llegar a un estado de salud decadente. Existen instituciones que se dedican a fomentar la prevención, pero el desinterés de las personas o la situación económica no les permiten el acceso a este tipo de servicio. La cultura es un factor muy influyente en este tema, ya que la forma en que las personas viven y el acceso a información hacen que estos temas los dejen de un lado y se enfoquen en otros temas que son más “importantes” en la vida. Además la influencia de los padres como proveedores de salud y bienestar es muy importante, es en el núcleo familiar en donde se aprenden actitudes y formas de lidiar con el diario vivir de las personas.

En psicología cuando se habla de salud



mental se la entiende como “estado relativamente perdurable en el cual la persona se encuentra bien adaptada, siente gusto por la vida y está logrando su autorrealización. Es un estado positivo y no la mera ausencia de trastornos mentales” (Davini 1968) . Con esto podemos tocar dos temas muy importantes como lo son el ser como un individuo y el ser dentro de la sociedad. Como individuos, anteriormente dicho, tenemos necesidades básicas que tenemos que satisfacer; agregado a estas necesidades podemos hablar sobre los anhelos, metas y sentimientos personales que tiene cada una de las personas. Cada persona tiene distintas formas de ver la vida haciendo que se enfoquen en sus propios intereses.

El tema familiar y económico son factores importantes ya que el tener una familia implica el poder satisfacer las necesidades básicas no solo de una persona, sino de distintos individuos con necesidades personales, que conviven dentro de un solo ambiente habitacional, algunas de estas necesidades personales podemos mencionar, la alimentación, recreación, vivienda, estudio etc. Al satisfacer estas necesidades del diario vivir, el comportamiento de las personas que el individuo pase a ser parte de una comunidad en la que en conjunto forma una sociedad. La sociedad

forma una parte importante en la vida, ya que afecta nuestra vida de forma directa. El estado de un país tiene la obligación de velar por el bienestar de sus ciudadanos, esto implica el poder brindarles el acceso a una vida digna por la cual tengan oportunidades de crecer.

Podemos hablar de la salud en tres ámbitos como lo son el clínico, social y cultural. “En el ámbito clínico, por mucho tiempo se ha homologado el concepto de salud mental con el concepto de enfermedad mental” (H 1994) . Cuando hablamos de salud mental lo primero que pensamos es en algún trastorno o comportamiento anormal, teniendo un concepto erróneo sobre lo que en realidad es. Cuando hablamos de una enfermedad mental, nos referimos a la dificultad de la persona de poder adaptarse al entorno, existen tratamientos para tratar estas enfermedades para que la persona tenga una mejor calidad de vida. En el ámbito social tomamos en cuenta a la sociedad como un todo en el cual existe una interacción de individuos. “Se habla de salud mental comunitaria que implica el desarrollo general de los aspectos psicosociales y conductuales” (Carranza 2002) . Entendemos que al hablar de salud mental social, estamos hablando de la forma en que las personas se comportan ante los demás individuos en distintos entornos, creando así lo que



llamamos sociedad. En el ámbito cultural se tocan temas como rituales o creencias donde las personas, chamanes, brujos o curanderos, velan por el bienestar de sus comunidades.

La salud es un tema importante dentro de las sociedades y no digamos en un país en vías de desarrollo. “La salud es un bien de interés público y por consiguiente, es función fundamentalmente del estado velar por la salud del individuo, la familia y la población en su totalidad” (Carranza 2002) . Es por medio de la salud que las personas pueden realizar sus actividades de manera sana y así lograr el desarrollo del país. Dentro de los países existen entidades que velan por el cumplimiento y la ejecución presupuestaria para mantener a los hospitales nacionales públicos. Estas entidades son las encargadas de brindar a las instituciones medicamentos, instalaciones, equipo y personal capacitado para atender a las y los ciudadanos.

Salud mental y el estado guatemalteco

Centrándonos en el tema de la salud, el gobierno es el encargado de velar por el cumplimiento de este y dar acceso a los ciudadanos a centros de salud y hospitales para tratar a la población. Existen entidades públicas y privadas que se en-

cargan de prestar este servicio a los ciudadanos. Una entidad pública está bajo el control de un gobierno, el cual es el encargado de dar un porcentaje monetario para que el sistema de salud sea eficiente. En el caso del país de Guatemala, existe el “ministerio de salud pública y asistencia social” (MISPAS), este ministerio según el código de salud es el encargado de “velar por la salud de los habitantes y manteniendo los principios de equidad, solidaridad y subsidiariedad, desarrollará a través del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social en coordinación con las instituciones estatales centralizadas, descentralizadas y autónomas, comunidades organizadas y privadas, acciones de promoción, prevención, recuperación y rehabilitación de la salud” (Código de salud 1997) .

Por lo tanto, como lo dicta la constitución de la república guatemalteca, el ministerio de salud no solo debe garantizar el acceso a este, sino que tiene que está obligado a promover la prevención de lo que es la salud mental y las enfermedades como tal, al igual que regular y actualizar equipo y medicina dentro de centros hospitalarios. Por ley las personas que no pueden pagar o tienen ingresos demasiado bajos para costearse una cita médica, el estado debe darles el servicio de forma gratuita. Debido al mal manejo de recursos y mala organi-



zación de parte de estas instituciones, existen instituciones privadas que dan asistencia médica a las y los pobladores. Así mismo existen Organizaciones no lucrativas que se dedican específicamente a trabajar con personas que tienen escasos recursos o no pueden optar por pagar una institución privada a un menor costo o gratuita.

Guatemala tiene antecedentes de guerras internas que han afectado a varias generaciones. “En Guatemala, el tema de la Salud Mental es aún todavía más complejo, si se considera que es una región que por su historia se ha visto afectada por condiciones de pobreza, desigualdad, racismo, violencia” (Muñoz 2009) . Según estudios, el territorio guatemalteco y los estragos que han ocasionado las guerras y conflictos, son temas aún insuperables debido a la magnitud que estos tuvieron. Todo esto afecta gran parte de las generaciones actuales ya que han dejado heridas psicológicas en las personas, esto hace que el individuo como tal afecte de alguna manera el ambiente colectivo; puede ser por medio del miedo o pensamientos que todo esto dejó en las personas. Podemos decir que las condiciones que se viven en Guatemala y los acontecimientos históricos por los que ha pasado, han hecho que el territorio gua-

temalteco se considere un país con altas condiciones de riesgo para la salud mental.

Factores que influyen en la salud mental de los Guatemaltecos

Algunos de los factores que hacen vulnerables a las personas guatemaltecas, es la exclusión social, económica y política. Un claro ejemplo de esto es la tenencia de tierras en el interior del país, en donde las personas indígenas que se dedican a la agricultura y trabajo de campo son afectados por la falta de oportunidades. Históricamente la tenencia de tierras ha sido una lucha constante de los pueblos indígenas contra las grandes empresas que quieren adueñarse de ellas. Esto implica que las personas se sientan obligadas a vivir en la pobreza, ya que no producen lo necesario para poder sobresalir económicamente y solo producen para su propio consumo el cual no es lo suficiente, quitándoles la oportunidad de mejorar su condición de vida. Esta situación afecta a las personas debido a que se sienten excluidas socialmente y económicamente.

Debido a estas situaciones que se viven en nuestro país es importante ya que como sociedad no tenemos el hábito de pedir ayuda o liberar nuestra mente de



situaciones que nos están afectando directa e indirectamente a nuestra salud física y emocional. Existen muchas organizaciones que nos brindan esta ayuda que necesitamos para afrontar estas situaciones.

“La depresión, la ansiedad y los traumas postraumáticos son las enfermedades mentales más comunes en Guatemala” (Ruiz 2016) . Roxana Ruiz, presidenta de la Asociación Psiquiátrica de Guatemala, presenta un estudio en el cual sugiere que el 28% de la población sufre de algún trastorno mental. En este mismo estudio nos da a conocer que las personas que tienen estos trastornos desconocen que viven con esta situación, por otro lado las personas que conocen su estado; tienen miedo de acudir o tratarlo con personas profesionales debido al estigma que existe sobre la psicología. Las personas piensan que ir con un psicólogo es para “locos” cuando realmente no es así, es más una ayuda que las personas necesitan para poder controlar sus emociones y actitudes.

La falta de información sobre lo que realmente el tema de salud mental abarca es muy alarmante para nuestra sociedad. “El estado a través de su red hospitalaria y de centros de salud como la seguridad social brindan pocas respuestas a los problemas

de salud mental, de modo que ambos son suplidos por numerosas organizaciones no gubernamentales” (Colussi 2017) . Debido a la falta de información y formación por parte del estado e instituciones que deberían de encargarse de temas tan importantes en nuestro país, es que existen organizaciones dispuestas a ayudar a las personas y son consideradas un “ parche” para cubrir la poca atención que el estado está prestando a estos problemas sociales dentro de nuestra sociedad.

En conclusión, la sociedad guatemalteca necesita que el estado les brinde la información necesaria y más que eso, les brinde el acceso a lugares en los que se trate la salud mental del individuo. Las personas tienen que dejar de pensar que ir a un psicólogo es sinónimo de estar “loco”, ya que están condicionados por el mal uso de información con la que se les ha enseñado. También es importante que las personas conozcan los lugares que existen ya sean públicos o privados para que puedan acercarse y conocer la forma en que las situaciones diarias nos afectan como sociedad que somos. Para terminar, se necesita cambiar la mentalidad y querer cambiar para que nuestra sociedad pueda desarrollarse y mejorar en todos los ámbitos en los que, como personas, nos desarrollamos.



4.2 Diseño gráfico

Desde la existencia del ser humano, la necesidad de comunicarse ha estado presente. Desde su estado primitivo ha creado diferentes formas y medios para hacerlo. A medida que el entorno fue cambiando y evolucionando se veían obligados a buscar nuevas maneras de comunicarse. “las raíces del diseño visual a la época en que el hombre empieza a comunicarse por medio de imágenes visuales. A través de pinturas rupestres, tallado de piedra, escritura en arcilla, pergaminos, manuscritos, etc.” (Sittler, 2007) . La realización de imágenes (Rupreste) que representaban acontecimientos o nuevos descubrimientos en la vida cotidiana del hombre primitivo, son la mayor prueba de cómo se comunicaban entre si y a las siguientes generaciones. Por lo tanto debemos definir que es la comunicación y como esto influye en el diseño gráfico.

¿Qué es la comunicación?

La comunicación no es más que la interacción de dos o más personas exponiendo sus ideas y pensamientos de forma escrita, visual o por medio del habla. Para que exista la comunicación debe tomarse en cuenta lo que es el “lenguaje”; “El lenguaje es la Facultad del ser humano de expresarse y comunicarse con los demás

a través del sonido articulado o de otros sistemas de signos.” (RAE, 2019) . El lenguaje nos ayuda a expresar nuestras ideas mediante un sistema en el que encontramos letras y signos, con los que podemos generar oraciones y así, generar con estas ideas concretas. Para que exista el proceso de comunicación debemos conocer los elementos que son necesarios para que se desarrolle este proceso. El proceso de comunicación está conformado por un emisor, un mensaje y un receptor.

- Emisor: “Persona que enuncia el mensaje” (RAE, 2019) Es quien abre el proceso de la comunicación, el que da a conocer el mensaje y lo emite.
- Mensaje: “Conjunto de señales, signos o símbolos que son objeto de una comunicación.” (RAE, 2019) El mensaje representa la información que el emisor transmite al receptor.
- Receptor: “persona que recibe el mensaje” (RAE, 2019) es quien recibe el mensaje y a su vez cierra la conversación por medio de la recepción, decodificación y aceptación del mensaje.

Podemos decir entonces que la comunicación es una parte fundamental en la historia de la humanidad desde sus inicios. La comunicación nos ayuda a trasmitir y



recibir mensajes, los cuales hacen que generemos nuestras propias ideas y opiniones sobre un contexto en específico y que logremos expresarnos para que los demás puedan recibir nuestros mensajes.

Comunicación Visual

“Se llama comunicación visual a todo aquel fenómeno que transmitiendo información a nuestros sentidos (ojos) es capaz de hacernos reaccionar en consecuencia. Y, más concretamente, en educación es la transmisión de contenidos a través de la imagen” (Castellanos, 2009) . Entendemos la comunicación visual como la manera de presentar una propuesta gráfica en la cual vamos a colocar un mensaje, dependiendo el contexto en que se trabaja, para determinadas personas. Las personas a las cuales enfocamos nuestro diseño tienen que tener la capacidad de entenderlo y guardar esa información. Nuestra propuesta gráfica debe llevar los elementos básicos necesarios para que sea efectivo y claro.

“podemos decir que las imágenes son las unidades de representación del lenguaje visual, igual que las palabras lo son en el lenguaje escrito.” (Ferrer & Gómez, 2010) . Actualmente las personas se encuentran rodeados de imágenes y de composiciones visuales en cualquier lugar en el

que se desenvuelven. El constante desarrollo tiene mucho que ver con esto, ya que el consumo de productos y servicios, tanto digitales como impresos hace que tengan una mayor demanda. Las empresas quieren ser reconocidas y que sus clientes estén siempre informados sobre sus productos, estas empresas acuden a la realización de diseños para seguir captando y mantener satisfechos a sus clientes. Para que esto sea posible, deben buscar formas creativas de abordarlos, es acá donde la creatividad se hace responsable de utilizar los elementos gráficos necesarios para hacer que la comunicación entre el cliente y la empresa se siga dando.

Diseño Gráfico

La comunicación juega una gran parte fundamental en lo que es el diseño, el mensaje que se maneja, hablando del diseño, es la composición visual que se logra después de estudios y un proceso de diseño para que nuestro mensaje visual sea entendible y logre completar el proceso de comunicación que se quiere lograr.

Vivimos en un mundo en el que estamos rodeados de información visual y el protagonista y encargado de llevar estos mensajes que de alguna manera condicionan



nuestros comportamientos es el diseño gráfico. El diseño gráfico tiene como fin el proyectar y organizar distintos elementos para comunicar mensajes específicos destinados a grupos previamente definidos. El diseño como tal se ha venido adaptando durante estos años y ha ido cambiando sus métodos de creación para exponer las distintas ideas dependiendo de la necesidad y lo que se quiere expresar.

Existen elementos que conforman lo que es una composición visual o gráfica, estos elementos son los encargados de llevar el mensaje y llamar la atención del grupo objetivo al que se quiere llegar. Estas composiciones visuales varían dependiendo el uso que el diseñador les quiera dar. Los elementos que se utilizan en una composición son la línea, el color, la forma, el contraste, la imagen y el espacio. El diseñador debe saber utilizar estos elementos así como la disposición que los elementos requieren y que se van a incluir en el diseño, pues esto establece una buena comunicación, logrando con ello la atracción, motivación o interés de las personas a las que nos dirigimos. “El creador gráfico dispone de un amplio repertorio de elementos visuales y de un sinfín de combinaciones para componer imágenes.” (Jordi Alberich)

El diseñador gráfico tiene la responsabilidad de delimitar la información que debe utilizar para determinar la que va a llegar a las personas, haciendo que estas sean persuadidas por algún producto o servicio. “Un diseñador gráfico debe saber manipular esos elementos, siempre y cuando tenga pleno conocimiento de ellos.” (Rojo, 2012) . La responsabilidad de llevar mensajes visuales a las personas es importante si lo vemos del punto de vista de las empresas que utilizan el diseño para llegar a sus clientes y puedan generar ingresos por medio de este. Esto es importante para las grandes empresas, no solo por generar ingresos, porque las personas empiezan a identificarse con las marcas y así se sienten parte de ellas. La importancia del diseño gráfico va más allá de colocar elementos que sean agradables y se vean “bonitos”. El impacto que esto genera en las personas, el cambiar una actitud en ellas o hacer que sientan algo es lo que se busca al generar una pieza gráfica. “Las empresas emplean el diseño como una estrategia para reforzar su imagen y desarrollar nuevos productos, reducción de costos, mejoramiento de procesos y servicios.” (Holguín, 2007)

Para llegar a una composición visual final, el diseñador debe realizar distintos pasos, los cuales van a ayudarle a que la pieza



gráfica sea lo que la gente necesita para satisfacer la necesidad por la que se está trabajando. En la vida cotidiana estamos rodeados de todo tipo de diseño, desde el cepillo que utilizamos para lavarnos los dientes hasta la tecnología como lo son los teléfonos celulares. Todo esto ha sido producto de trabajo e investigación al igual que de diseño que ayuda a la realización del producto final. El producto que vamos a sacar debe cumplir con su finalidad al cien por ciento, ya que es el resultado de un diseño bien elaborado.

“La necesidad de mejoramiento en el diseño se pone de manifiesto cuando al utilizar un producto nos provoca incomodidad o nos obliga a realizar un gran esfuerzo” (Holguín, 2007) . Con esto entendemos que la necesidad del mejoramiento de un producto siempre es importante y está en constante cambio debido a la misma necesidad de las personas que necesitan esos cambios para poder utilizar o actualizar un producto. Lo importante de esto es que el resultado de estas actualizaciones generan nuevas ideas que van evolucionando y con forme a esto las generaciones van encontrando nuevas soluciones. Por último, debemos evaluar el funcionamiento de estos cambios para saber si realmente fue funcional e importante el realizar estas actualizaciones o cambios.

Debemos conocer que el diseño gráfico tiene distintas ramas que van generando nuevas propuestas dentro del mundo, algunas de estas son el diseño de moda, diseño industrial, diseño editorial, diseño interactivo, diseño arquitectónico etc. Existen distintos tipos de diseño que de algún modo van conectados. Estos deben buscar soluciones para determinados problemas o necesidades del cliente. Centrándonos en lo que es el diseño gráfico como tal, podemos decir que las tareas que las personas que se dedican a esto son muy variadas. Puede variar del entorno en que se mueven y con las empresas en las que laboran. Las cosas que se pueden realizar desde esta carrera van desde lo que es el material impreso hasta lo que es lo digital y multimedia e incluso el 3D.

Diseño gráfico en Guatemala

“El diseño es una mezcla de conocimientos teóricos, manejo de técnicas artísticas y digitales, así como memoria visual, cultura grafica creativa.” (Sittler, 2007) . El diseño gráfico ha evolucionado directamente con la humanidad, satisfaciendo sus necesidades y brindándoles soluciones a sus “problemas” cotidianos. Muchas personas se ven influenciadas por lo que ven, escuchan y sienten al ver algún trabajo de diseño publicitario. El diseño lo que quiere es influir en las personas, cambiando su



forma de percibir y tratando de cambiar sus actitudes.

El diseño gráfico guatemalteco estuvo ligado a la publicidad desde sus inicios. En donde las agencias publicitarias iban apareciendo en Guatemala, empezando con publicidad radial, luego de esto empezaron a aparecer nuevas agencias e incluso vinieron agencias extranjeras en donde se pudieron asociar con las agencias locales. “Es aproximadamente en los años setenta cuando varias agencias transnacionales entran al mercado” (Castellanos, 2009) . Guatemala siempre ha estado influenciada por las corrientes que se van desarrollando en el extranjero y países en los que los temas artísticos y de diseño están más desarrollados. “Es a principios del siglo XX, cuando nace el arte moderno en Guatemala, los pocos artistas que emergen lo hacen gracias a sus contactos directos con las corrientes europeas” (Leal, 2006) .

Estas personas estaban al tanto de lo que estaba pasando alrededor del mundo, mientras que en otros países las escuelas de arte iban descubriendo corrientes y tendencias que iban emergiendo, debido al desarrollo en el que estaban viviendo. Según la historia guatemalteca, en 1920 se inició la profesionalización del artista gráfico.

Debido a acontecimientos históricos y significativos para la evolución de la publicidad y diseño. “Es en la década de los 50 al 60 que se marca la generación de los primeros eos creados en Guatemala” (Leal, 2006) . Los diseñadores de estas épocas realizaban sus composiciones con instrumentos manuales, retocaban fotografías con tipografía a mano, así mismo utilizaban la técnica del aerógrafo. El aerógrafo es un instrumento que utiliza el aire a presión para dispersar pigmentos. La evolución e inicio del diseño gráfico guatemalteco siempre ha estado influenciado por corrientes artísticas que se generan fuera del país. Desde sus inicios el diseño ha servido para lo que es la publicidad en el territorio guatemalteco. En la actualidad el diseño sigue avanzando poco a poco encontrando su lugar en la sociedad guatemalteca, logrando llegar a los pobladores guatemaltecos y brindándoles la comunicación visual que la población y el desarrollo guatemalteco van necesitando.



4.3 Productos de diseño

El diseño gráfico como carrera profesional abarca muchos ámbitos cotidianos en la que las personas se ven influenciados. Las empresas más reconocidas utilizan cada recurso gráficos que tienen disponible para llegar a su consumidor, así mismo van cambiando sus estrategias para lograr el propósito y generar un impacto en las personas. Las empresas que van surgiendo y apareciendo deben trabajar para poder ser conocidas y así las personas conocen otras alternativas que les brindan estas pequeñas y medianas empresas. Para esto las empresas deben tomar en cuenta distintos términos y saber aplicarlos para llegar a sus objetivos.

¿Qué es una marca?

Según la real academia española definen a la marca como “Señal que se hace o se pone en alguien o algo, para distinguirlos, o para denotar calidad o pertenencia.” (RAE, 2019) . Según esta definición una marca, es algo que podemos ver y que hace que diferenciamos personas, cosas, empresas, ropa, etc. Una marca es lo que las personas piensan de algo en específico. En una empresa, negocio o evento, es importante este término ya que por medio de esto nos presentamos ante los demás, es lo que define lo que queremos que los demás vean en nosotros.

“Una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una

empresa de los de las demás.” (OEPM, 2017) . Para diferenciar una marca de otra, es necesario el utilizar signos, colores, letras, fotos, logotipo etc.; que ayuden a que se diferencien entre sí. Pueden existir empresas que se dediquen a ofrecer un mismo producto o un mismo servicio, por esto mismo es importante el que cada una tenga algo que la diferencie. Esto ayuda a que las empresas puedan ofrecer un mismo producto y ser diferenciadas entre ellas. También el producto que estas ofrecen debe ser de calidad y debe satisfacer a los consumidores; es esto lo que también hace la diferencia ya que la calidad que una empresa ofrece puede ser mejor o de mala calidad en comparación con otras que se dedican a lo mismo. La competencia que se genera entre empresas hace que estén renovando sus productos y la forma en que los presenta ante sus consumidores.

“Los consumidores que están satisfechos con un determinado producto son más propensos a comprar nuevamente o a volver a usar ese producto” (OEPM, 2017) . La preferencia que se va generando por parte de las personas que consumen un determinado producto es lo que las empresas buscan al utilizar su marca. Estas buscan ser recordadas como proveedores de un producto o servicio que va a satisfacer una necesidad de determinadas personas. La funcionalidad que tiene una marca en el



sector comercial va más allá de vender y vender. Una marca busca que las personas sientan confianza al consumir los productos que estas les ofrecen.

Qué es el branding

“Es un proceso en el mundo de las marcas en donde se requiere imaginación, excelencia en el diseño, y habilidades en administración de proyectos. Se requiere paciencia y una gran habilidad para sintetizar una vasta cantidad de información. Es un proceso disciplinado que busca crear presencia y extender la lealtad del consumidor, facilitando la toma de decisiones para maximizar el logro de los resultados planteados.” (Sánchez)

El branding es el encargado de crear una conexión emocional a la hora de generar una marca. Ya que las personas se manejan por medio de las emociones por lo tanto el influir en esas emociones y hacer que compren o adquieran servicios para poder sentirse bien. Lo que las marcas quieren expresar debe ser visible en la forma en que se presentan y venden sus productos, ya sea por medio de logotipo, publicidad que está determinada por una línea gráfica propia de la marca, colores o slogan. Todo esto sirve para crear confianza entre la empresa, marca y el cliente (consumidor).

Tomar en cuenta lo que queremos construir para la marca es lo que va a definir la manera en la que lo vamos a presentar.

Esta construcción de una marca es también una construcción de experiencias en las que los principales participantes son los clientes que van descubriendo los nuevos productos que sus marcas favoritas de consumo les ofrecen. Es necesario que las personas no solo consuman lo que les están ofreciendo, sino que se sientan pertenecientes a la marca, que se sientan parte de ella. Al consumir varios productos de una marca las personas se sienten pertenecientes y que la marca en la que se sienten bien, les está ayudando a satisfacer una necesidad personal.

Imagen corporativa.

“La imagen corporativa o la imagen de marca, es el conjunto de creencias, actitudes y percepciones que tienen los públicos sobre una empresa o marca.” (Gallegos, 2017) . Con esto entendemos que la imagen corporativa de esta determinada por las personas que están fuera de una marca, que son las que van a ser consumidoras de nuestra marca.

Lo que piensen las personas, lo que sientan hacia nuestra marca es lo que se construye mediante lo que les estamos ofreciendo nosotros como empresa a los clientes. Todo esto que perciben las personas va a determinar el éxito o no, de lo que estamos ofreciendo. Debemos evaluar si estamos cumpliendo con lo que nos están pidiendo los consumidores ya que ellos son los que van a ser los que van a tener el producto o



servicio final.

El cuidar de nuestro clientes, el ofrecer nuevos productos que se van adaptando a sus necesidades o incluso crear nuevas necesidades para que usen lo que ofrecemos; es lo que como empresa se quiere lograr, darles la confianza a las personas y cuidar de ellas. “La imagen que se crea en la mente del público no siempre se genera por los mensajes emitidos por la empresa, sino que es habitual que lo que piensan tanto los consumidores, como los no consumidores de una marca” (Gallegos, 2017) . Con toda la competencia empresarial que hay es importante tener una imagen establecida para destacar ante cualquier suceso que pueda afectar de forma indirecta a la marca.

Objetivo del proyecto

Como parte del proyecto que se está realizando para la institución Visión Internacional Plenitud y el cambio de imagen que se realizará. Se debe tomar en cuenta lo que la institución quiere que la gente vea y que se acerquen para poder brindarles ayuda en el aspecto que necesiten. Al conocer lo que implica la imagen corporativa, debemos conocer nuestra competencia directa para poder distinguirnos y hacer que las personas se sientan confiadas con nuestros servicios. El objetivo que tiene este proyecto es ayudar a las personas a encontrar un espacio en el cual puedan encontrar una ayuda profesional, en lo que

salud mental respecta. El cambio de imagen dará un cambio fresco y necesario en el que el grupo objetivo se sienta identificado y apoyado.

El objetivo general del proyecto, Va a otorgar a las familias guatemaltecas el poder conocer una institución que les puede brindar el apoyo psicológico que necesiten.

“Contribuir con las familias desintegradas a encontrar apoyo psicológico en la institución Visión Internacional Plenitud a través de diseño de material gráfico informativo”

La importancia de este tema en un país en vías de desarrollo que no se encarga de dar la información necesaria sobre lo que es la salud mental, trasciende a niveles de alerta en los que debemos apoyar para cambiar nuestra realidad guatemalteca. El proyecto pretende informar a las personas sobre lo importante que es este tema y poder llegar a nuevas personas para que conozcan la institución. Como parte de la institución existen distintos programas que manejan en los cuales ayudan a todo tipo de personas, desde niños hasta adultos. El objetivo de la institución es fortalecer a las familias guatemaltecas, brindándoles consejería para tratar tantos problemas emocionales y mentales.

La necesidad de cambiar la forma en que las personas piensan que la salud mental es, hace que este proyecto tenga un gran impacto en la sociedad. El proyecto generara la identificación de más necesi-

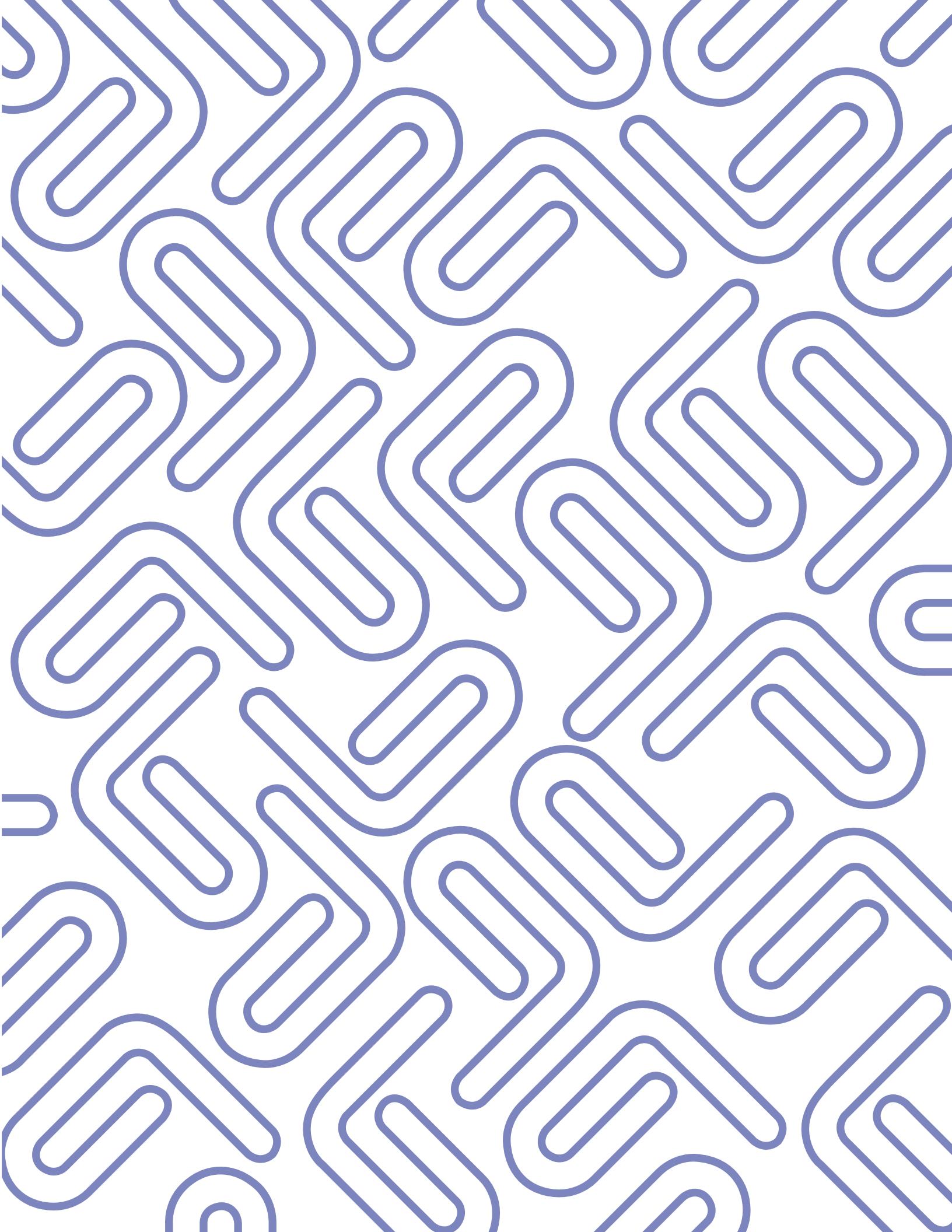


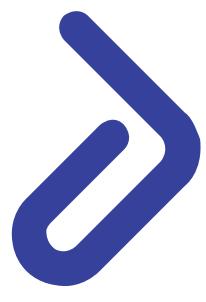
dades que aún están por descubrirse. Las necesidades que tienen las personas de conocerse y saber cómo controlar sus impulso y sentimientos, hará que las personas encuentren un lugar en el cual se sientan bienvenidos y puedan ayudarles. Dentro del proyecto existen proyectos que complementaran y apoyaran para reforzar la imagen corporativa de dicha institución. Los proyectos que van a complementar al proyecto son los siguientes:

- Imagen corporativa
- Campaña publicitaria en redes sociales
- Infografías para la institución
- Ilustraciones dentro de la institución
- Trifoliares impresos o digitales.

Cada uno de estos proyectos va a ayudar a la institución a sobresalir y sobre todo brindar la ayuda que la población guatemalteca necesita en estos momentos. La realización del cambio de imagen y línea gráfica a la institución hará que las personas puedan conocer un lugar al cual pueden acudir de ser necesaria una intervención psicológica. Las personas se van a sentir identificadas con la institución y los distintos servicios que les brinda. No solo es dar a conocer la ayuda de parte de VIP, sino es demostrar a la población guatemalteca e internacional que la salud mental y física que debemos tener nos ayuda a ser mejores personas y entender a los demás. El tema psicológico en Gua-

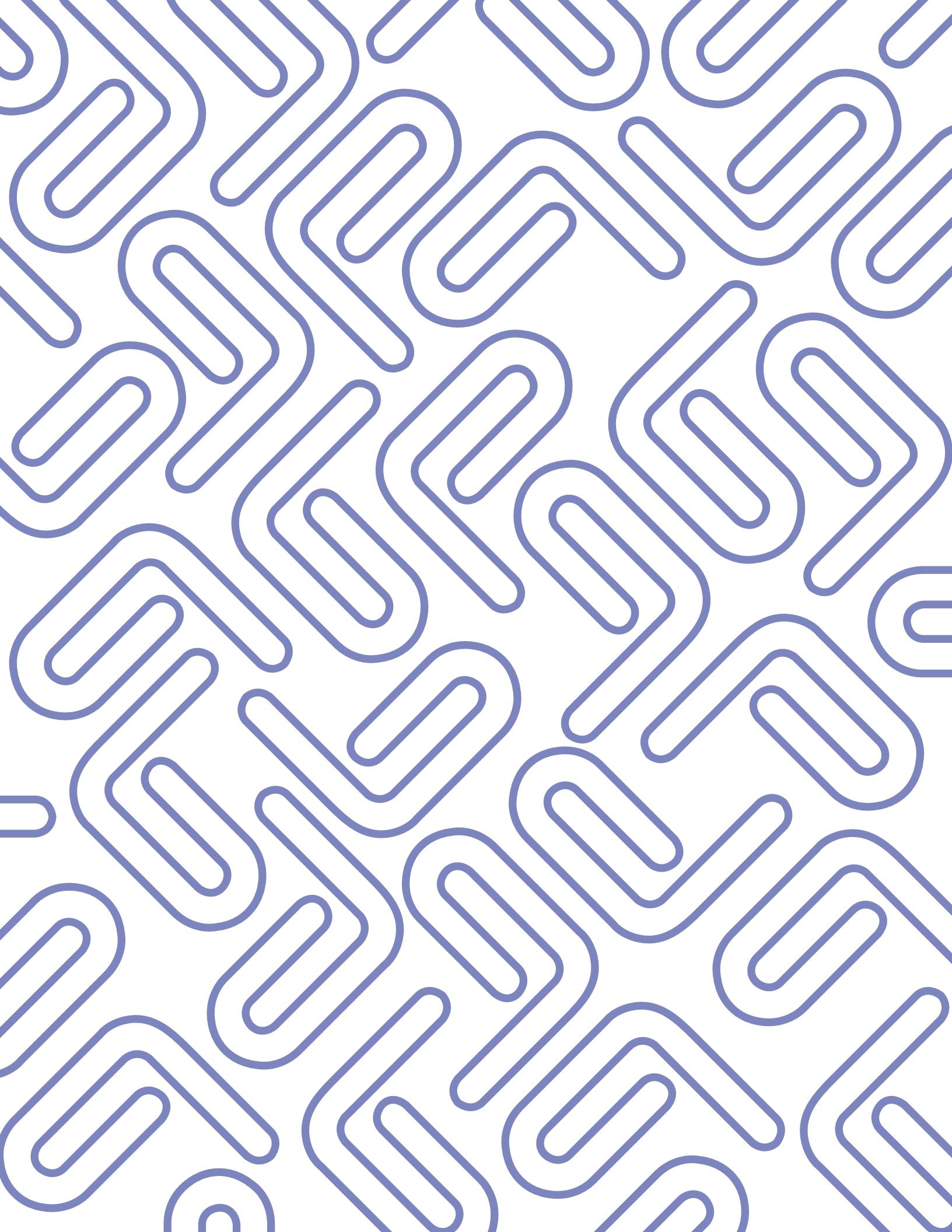
temala no es muy conocido y por lo tanto las personas desconocen la forma en que esto nos ayuda a tener una realización personal plena.





Capítulo 5

Definición Creativa



5.1 Perfil del cliente **Brief**



Brief

Nombre del cliente:
Visión Internacional Plenitud

Producto:
Diseño de marca corporativa

Misión:
Son una institución que se dedican a fomentar la unión familiar por medio de programas que ayudan a mujeres principalmente, para que se puedan desarrollar integralmente y sus familias puedan estar integradas. Se enfocan en el tema de la salud mental para que las personas puedan tener un desarrollo integral y óptimo. También se encargan de fortalecer los valores espirituales, morales y culturales para poder generar un impacto en las personas y puedan tener una vida plena.

Visión:
Tienen como visión la integración de las personas sin importar su raza, clase social o creencias, alcanzando un desarrollo integral para estas personas y así poder causar un impacto personal y social.



Objetivos De la Institución

Área espiritual

Brindar ayuda espiritual, consejería individual y familiar; así como apoyo psicológico, salud mental y sanidad interior.

Área de desarrollo personal

- Fortalecer y desarrollar el autoestima e inteligencia emocional de los pacientes; así como la ética y fomentación de los valores familiares.
- Capacitación en relaciones humanas y relaciones públicas para todos.
- Proporcionar programas de capacitación técnica en las áreas de corte y confección, cosmetología, arte culinario y artes manuales.

Área Física

Brindar hospitalidad en el proceso de recuperación de la persona y atención médica en caso éstas fuesen necesarias.



Grupo Objetivo De la institución

El grupo objetivo de la institución son las familias guatemaltecas que necesitan asesoría psicológica. Estas personas se encuentran en la ciudad capital, como en algunos departamentos. Las personas que viven en el interior del país no tienen los recursos para pagar alguna institución en la cual se cobre una tarifa. La institución les brinda terapias y conferencias en las que les enseñan cómo controlar sus emociones. El grupo objetivo se encuentra en la clase social media baja; ya que conocen su condición y saben que necesitan asesoría, pero no tienen los recursos para tener el acceso a una institución privada.



5.2 Instituciones análogas

Existen otras instituciones que se dedican a ofrecer servicios psicológicos en los cuales abarcan amplios temas y especialidades. Algunas de estas instituciones son privadas y por lo tanto se requiere de una inversión monetaria en muchos casos elevados para poder acceder a un tratamiento dentro de estas mismas. Muchas de las clínicas psicológicas son individuales y algunas otras son reconocidas por ser instituciones reconocidas, las más conocidas en el territorio guatemalteco son las siguientes:



Centro De Atención Psicológica Integral:

Este centro de atención psicológico se encuentra en Avenida Reforma 7 - 62 Zona 9 Edificio Aristos Oficina 815, Guatemala, Guatemala. Tienen como visión restablecer la armonía emocional y comportamiento mental en aquellas personas que de alguna manera perciban haberla perdido. Se brinda atención a niños y adultos en forma de terapia hablada y de estar indicados en forma de terapia medicamentos, con el objeto de restablecer la armonía emocional y comportamental en las personas.



Centro Clínico Psicológico Andrés G. Asturias

Este centro clínico ofrece servicios profesionales de psicología. Atención psicológica para niños, adolescentes, adultos y parejas. Talleres y consultorías para organizaciones. Propone precios accesibles desde Q.200.00 en adelante según sea el caso a tratar.



Centro Clínico Psicológico
Andrés G. Asturias, Psicólogo Clínico



Boston Clínica Guatemala

Son una institución enfocada en la salud mental, asesoría y acompañamiento para una vida plena. En BCC las personas encargadas son un grupo de especialistas en cada rama de salud, para garantizar resultados óptimos.



BOSTON CLINICAL CONSULTING



Limitaciones

Del cliente

Presupuesto

La institución no cuenta con el presupuesto necesario para la realización de un proyecto de diseño.

Falta de experiencia en el ámbito de lo que es el diseño y como esto va a mejorar el desempeño de la institución.

Tiempo

Fase 1: 6 meses (Enero Junio)

Investigación sobre las necesidades de la institución, en la cual se toman decisiones sobre qué proyectos se trabajarán para la institución. Investigación de temas generales como la salud, la salud en Guatemala y temas de psicología.

Fase 2: 3 meses (Agosto - Octubre)

Realización de las piezas gráficas delimitadas por la investigación y determinación de las necesidades que se encontraron en la fase 1. Producción Gráfica del proyecto con sus lineamientos que se requieren.

Problema de comunicación

Falta de una imagen corporativa fuerte, que tenga una línea gráfica que apoye a otros proyectos que se están generando dentro de la institución para que tengan unidad entre ellas. También la falta de información dentro y fuera de la institución para que las personas se sientan bienvenidas y puedan seguir con el servicio que se les está otorgando.



Objetivo del proyecto

EL objetivo del proyecto es diseñar una marca corporativa la cual va a ayudar a la institución a presentarse ante sus pacientes como una institución seria y profesional. Realizar una línea gráfica para que en ningún momento se pierda el objetivo de comunicación y sobre todo las personas puedan reconocer y ser parte de esta misma.

El diseño de la marca corporativa le dará a la institución un nuevo rumbo por medio del cambio de logotipo, para darse a conocer a personas que aún no conocen los servicios que prestan y llamar a nuevas personas con necesidades de apoyo psicológico.



Medios

Digital:

Logotipo y línea gráfica; así como papelería corporativa para emailing.

Impreso:

Papelería corporativa.



5.3 Estratégia

De las piezas de diseño

6W

Es una estrategia que nos ayuda a analizar evidencias por medio de preguntas que nos ayudan a investigar y formular mejoras relacionadas a las personas, el contexto en el que se está trabajando, el tiempo que tenemos para realizar las distintas actividades y como es que surge este problema para poder darle una solución gráfica eficiente.



¿Qué?

Se realizará el diseño de marca corporativa la cual ayudara a la visibilidad de la institución dentro del territorio guatemalteco para que las personas con necesidad de apoyo psicológico y otros problemas puedan acercarse y conocerla.

¿Por qué?

La importancia de conocer nuestra salud mental en Guatemala está visto como un Tabú. Las personas piensan que ir al psicólogo es solo para personas con trastornos mentales o porque están "locos." El proyecto ayudará a que las personas puedan tener información sobre lo que es realmente la salud mental y como esto nos afecta diariamente y a todos.

¿Dondé?

El material y el diseño del mismo será utilizado por la institución Visión Internacional Plenitud, ubicados en Colonia Tecún Umán de la zona 15 de la ciudad de Guatemala.

¿Cuándo?

El proceso de diseño de las piezas gráficas se trabajará en un periodo de 3 meses, constituidos de Agosto a Octubre. Las primeras visualizaciones de los diseños se tendrán en las semanas finales de Septiembre para poder evaluar, validar y tomar decisiones para realizar cambios y tener la propuesta final para Octubre.

¿Para quién?

El proyecto se realiza para las personas que asisten a la institución y para atraer a más personas con necesidades psicológicas. Dentro y fuera de la capital de Guatemala.

¿Cómo?

La forma en que se implementara el proyecto, será por medio digital en redes sociales; realizando y actualizando la página de Facebook. Con esto se tiene la realización de una campaña que promueve la institución en la que se tocarán temas importantes sobre la salud mental. También en el diseño de la papelería corporativa para que tenga mayor alcance y aceptación, tanto por los pacientes como los donadores de la institución.



5.4 Concepto Creativo

5.4.1 Técnicas creativas

Una técnica creativa se utiliza para generar ideas y encontrar soluciones a problemas visuales que necesitan de una resolución creativa. Se utilizan para llegar a encontrar conceptos que se van a aplicar a las piezas graficas que vamos a desarrollar e implementar. Para este proyecto se utilizaron 3 técnicas para poder llegar a nuestro concepto que vamos a aplicar a nuestro diseño.



Relaciones

Relaciones forzadas es un método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. De ahí pueden surgir ideas originales. Es muy útil para generar ideas que complementan al Brainstorming.

Salud	Transformación
Mental	Relaciones
Psicología	Edades
Terapia	Procesos
Psicóloga	Percepción
Comportamiento	Acompañamiento
Estabilidad	Programa
Crecer	Restauración
Problemas	Actitudes
valores	Cambio
Sentimientos	Crecimiento

Conceptos:

- acompañamiento profesional psicológico.
- Salud mental que transforma
- Crecimiento personal para vivir mejor
- Cambio de mentalidad para el crecimiento personal
- Renacer plenamente
- Crecimiento personal



Sinestesia

Es un método de caja negra donde el énfasis está puesto en la utilización de analogías preseleccionadas por el equipo de diseño, como elementos para la transformación del output en nuevos inputs. El control CAJA NEGRA inteligente sobre la manera de introducir los inputs tiende a incrementar las oportunidades de obtención de outputs adecuados al problema de diseño.

Analogías:

1. Vivir bien es a estabilidad emocional
2. Ayuda es a conocimiento
3. Problema es a estrés
4. Mente es a inteligencia
5. salud - bienestar
6. Terapia - ayuda
7. control - acción
8. restaurar - componer
9. Naturaleza - vitalidad
10. crecimiento - desarrollo
11. salud mental es a vida plena

Conceptos:

- Déjate ayudar
- Restauración que se siente
- Cambios de crecimiento
- Ayuda personal
- Cambiando a mentes sanas
- Restauración mental
- Estabilidad emocional personal
- Crecimiento para la salud



Lista de atributos

Consiste en elaborar un listado con todas las cualidades que pueda tener un objeto, ya sea un producto, un servicio o puede usarse también en una marca. Esta técnica permite tener un mejor conocimiento de dichos productos/servicios, tanto de puntos fuertes como débiles, sino que también abre la mente a nuevos enfoques o perspectivas que en una primera impresión no se podrían encontrar con facilidad y de estos nuevos enfoques se obtendrán ideas para conceptualizar.

Inclusivo	Nacional	Comunitario	Desempeño
Resultados	Retroalimentación	Compañía	Distracción personal
Accesible	Profesional	Estable	Ayuda
Menos costoso	seguro	Indispensable	Personal
Competente	Crecimiento	Fácil	Aprender

Conceptos:

- acompañamiento profesional psicológico.
- Salud mental que transforma
- Crecimiento personal para vivir mejor
- Cambio de mentalidad para el crecimiento personal
- Renacer plenamente
- Crecimiento personal



5.4.2 Concepto Creativo

Cambiando a mentes sanas

Después de realizar nuestras técnicas creativas y ver las distintas posibilidades en las que podemos trabajar, se llegó al concepto “Cambiando a mentes sanas.” El cual nos ayuda a comprender que hay una transformación a la que se quiere llegar o se espera llegar. La palabra “Cambio”, tiene muchos significados. El querer cambiar y saber que necesitamos ayuda es el primer paso para los cambios que debemos tener día a día para vivir mejor. Y lo que complementa al cambio “a mentes sanas”, se quiere llegar a un cambio completo enfocado en nuestra mente, la cual es la que hace que nuestro cuerpo funcione correctamente y determina nuestros estados de ánimo.



5.4.3 Códigos de diseño



Código Tipográfico

Las tipografías a utilizar para el logotipo son, RUN MEDIUM y NEXA BOLD. La combinación de ambas tipografías que pertenecen al estilo tipográfico Rounded, complementándose y transmitiendo frescura, amistad, compromiso al nuevo logotipo.

run medium	Nexa Bold
abcdefghijklm nopqrstuvwxyz	abcdefghijklm nopqrstuvwxyz
plenitud	ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ 1234567890 Visión Internacional



Código Cromático

Los colores que se utilizaran estarán determinados por los colores pantone Uncoted, esto se utilizará para la impresión de papelería corporativa. Se tiene pensado utilizar 3 colores los cuales están dados por la institución. Estos colores están dentro del logotipo actual de la institución.

R G B 243, 113, 32	#F37120
C M Y K 0, 69, 100, 0	PANTONE P 30-8 U

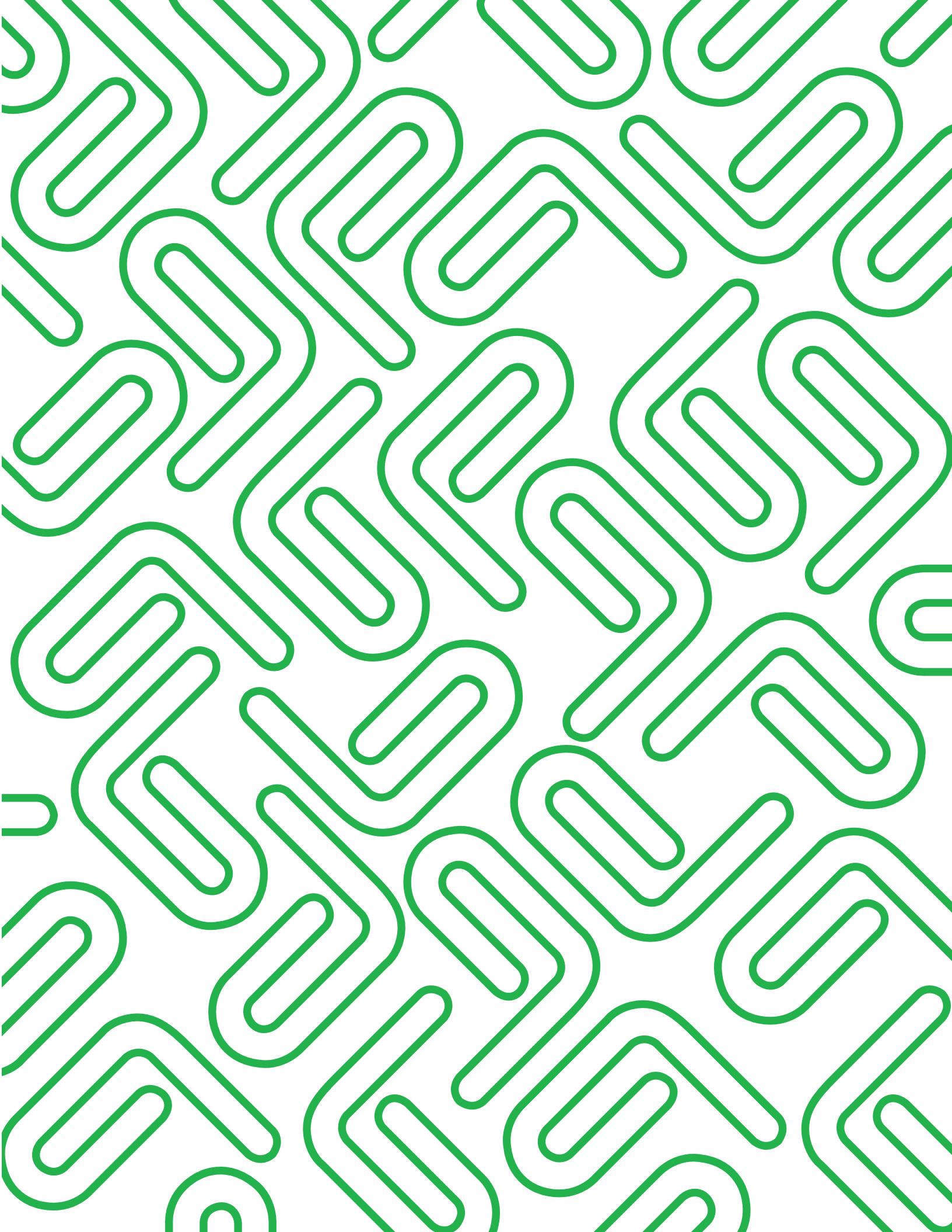
R G B 0, 147, 178	#0093E2
C M Y K 89, 0, 13, 22	PANTONE P 119-7 U

R G B 107, 189, 68	#8EB804
C M Y K 62, 0, 100, 0	PANTONE P 54-8 U



Código de Formato

Los formatos que se utilizaran estarán determinados por la papelería que se va a realizar para la institución, carta membretada, sobre carta pequeño, sobre carta normal, tarjeta de presentación.





Capítulo 6

Producción gráfica y
validación de alternativas



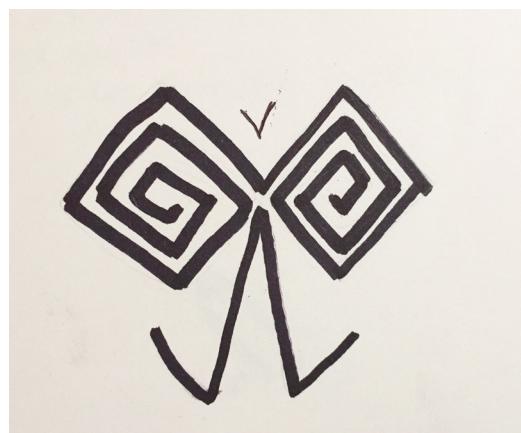
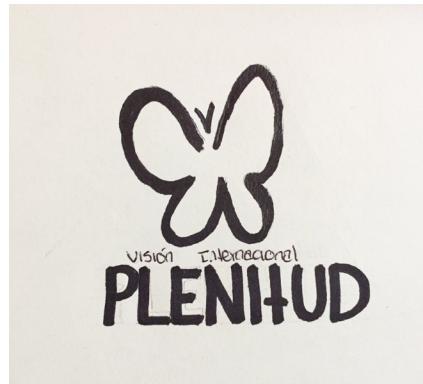
6.1 Bocetos a mano

Visualización 1

Para empezar a evidenciar y generar propuestas tipo prototipo de logotipo, se empezará a realizar bocetaje a mano. Los bocetaje fueron evaluados tanto con los asesores universitarios como con los encargados de la institución para empezar a generar propuestas. También se realizó una auto-evaluación en la cual se puede evaluar lo que se trabajó y cómo poder mejorarlo hasta llegar a una idea prototípico más acertado y correcto.

La técnica del bocetaje sirve para generar ideas y plasmarlas en papel. Esto nos ayuda a empezar a evaluar las propuestas que van surgiendo hasta llegar al resultado que se requiere. En esta etapa se evidencia el desarrollo del proyecto por medio de propuestas a mano.

para empezar a bocetar se tomaron decisiones de lo que se quería crear con los bocetos y el rumbo que estos iban a tomar para llegar a la propuesta final. Se tomaron referencias y se juntaron ideas de cómo se podía empezar a bocetar de manera sencilla y funcional. Para la elaboración de los bocetos a mano se tomó como referencia el elemento más fuerte y que identificaba a la institución, el cual es una mariposa. Se utilizó el bocetaje a lápiz y papel y después de tener los primeros acercamientos se repasó con marcador negro para poder visualizar mejor las nuevas opciones de bocetaje.



En el proceso de visualización de nivel 1, bocetos a mano; se llegaron a las siguientes propuestas. Estas propuestas están determinadas por el concepto creativo y abstracción del elemento que se utilizará que es una mariposa monarca. Estos bocetos representan una mariposa la cual nos servirá como enfoque principal de nuestro diseño de

logotipo. Las disposición que se le dio a los elementos fueron arriba el isotopo y debajo la tipografía con variaciones como la tipografía del lado derecho, esto para evaluar el recorrido visual de los bocetos.





Evaluación del nivel 1

Para la autoevaluación se realizó un cuadro de evaluación referente a la primer fase de bocetaje (nivel 1 a mano). En el cual se evaluaron distintos puntos para poder continuar con el proceso de diseño y llegar al resultado. Se determinaron aspectos a evaluar y un rango de 1 a 5 en el cual 1 es deficiente y el 5 excelente. Conforme a esto se realizó el siguiente instrumento de autoevaluación.

Aspectos a evaluar	1	2	3	4	5
Tiene relación con el concepto					■
Es fácil de comprender				■	
Relación con las premisas					■
Estética				■	
Composición				■	
Abstracción					■
Uso de color				■	

Autoevaluación

Mediante la autoevaluación realizada y la autocrítica sobre lo que se lleva hasta el momento, se llegó a la conclusión que la abstracción del elemento (mariposa) es la forma en que el logotipo va a ser más fácil de recordar y ser reconocido por las personas que asisten a la institución. También hay que evaluar la tipografía, ver tamaños en los que se puede utilizar para

que sea visible el nombre de la institución y que a su vez tenga un buen recorrido visual. Hay que realizar pruebas digitales para ir viendo cómo es que se ve en un entorno profesional y si es aceptado por las personas. Se debe evaluar si el logotipo se puede dividir en partes y aun así no pierda sentido, funcionando también de distintas formas, posiciones y partes de este mismo.



Evaluación del nivel 1

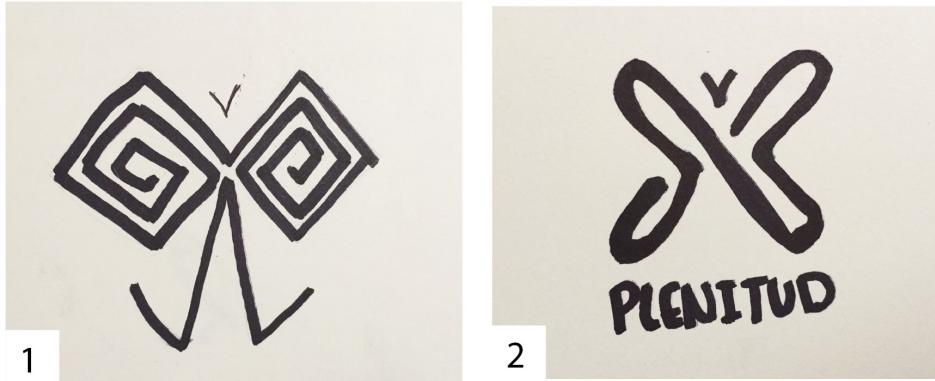
Coevaluación

Para evaluar el proceso de bocetaje, se realizó una guía de evaluación la cual está dirigida a estudiantes de la universidad de san Carlos de Guatemala, que estudian diseño gráfico y tienen conocimientos sobre diseño de imagen corporativa.

Metodología de evaluación:

Encuesta digital por medio de formularios de google drive, utilizando esta metodología para ahorrar recursos como el tiempo e impresiones; También porque es un medio el cual nos permite tener resultados inmediatos para seguir tomando decisiones y mejorando nuestras propuestas.

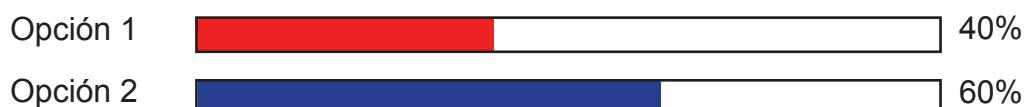
- Muestra: 10 personas
- Género: Masculino y femenino
- Edad: 18-28 años
- Escolaridad: estudiantes universitarios que estudian Diseño Gráfico



1. ¿Cuál de las tres opciones tiene más impacto visual ?



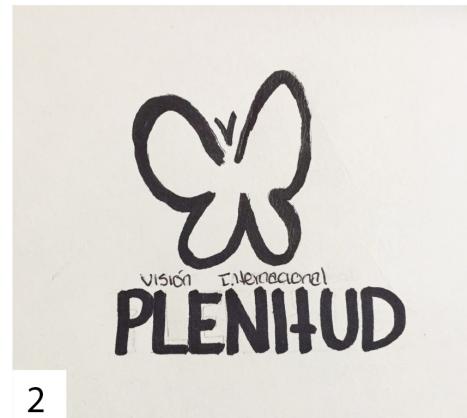
2. ¿Cual de las dos opciones es más abstracta?



3. ¿Cual de las dos opciones es legible?



Con estos resultados podemos visualizar que las personas les gusto la segunda opción de bocetaje. Algunos de los comentarios fueron que es una abstracción que se entiende y con las distintas aplicaciones que se pueden hacer con este se vera bien. Las personas entendieron la forma de la mariposa sin ningún problema y les atrajo mucho. Con esto podemos realizar la siguiente etapa de bocetaje.



1. ¿Cuál de las tres opciones tiene más impacto visual ?



2. ¿Cual de las dos opciones es más abstracta?



3. ¿Cual de las dos opciones es legible?



En estos resultados las personas validaron la segunda opción la cual les pareció entendible y fácil de visualizar. En la opción número 1 les gusto la representación de la mariposa y que está bocetada de manera que se asemeja a una mariposa real. Las personas siguieron escogiendo la opción más abstracta.

Color



C M Y K
0 69 100 0

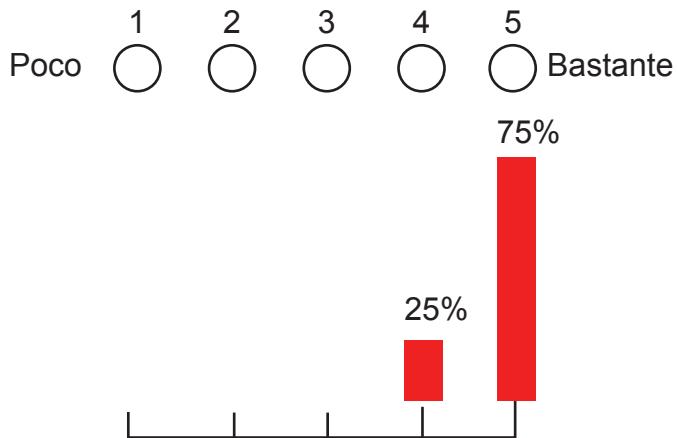


C M Y K
89 0 13 22



C M Y K
80 0 100 0

La paleta de color le parece apropiada para la aplicación en el logotipo, tomando en cuenta que el tema que se esta trabajando es sobre salud menta



¿Por qué?

- si son adecuados para el logo
- si están bonitos
- porque son funcionales
- Porque no me gusta el color verde
- en temas de salud son los colores que se usan normalmente
- Si pueden usarse
- me gustan esos colores
- Perfectos colores
- se adaptan al tema que se trabaja
- son colores que llaman la atención

Evaluando la paleta de color que se tiene, los colores fueron aceptados por las personas evaluadas. Los colores quedarán como código de color ya que la aceptación y comentarios hicieron que las personas se sintieran identificadas con estos.

Tipografía

Plenitud plenitud Plenitud

1 2 3



En estos resultados las personas validaron el código tipográfico el cual, la mayoría de personas eligió la segunda opción para que fuera aplicada en el logotipo, estas tres tipografías representan frescura.



Toma de decisiones nivel 1

Para la primera evaluación y bocetaje de propuestas de logotipo, los resultados fueron los esperados. Las personas tuvieron 4 bocetos los cuales representan el elemento de la mariposa con la que se está trabajando, cada una con distintos grados de abstracción. Por medio de esto se determinaron lineamientos para empezar a bocetar digitalmente.

- A las personas les llama la atención lo abstracto
- Hay que evaluar algunos bocetos para ir eliminando opciones que no se acercan a lo que queremos lograr.
- Los colores que se propusieron tuvieron un nivel de aceptación en el cual las personas se sintieron cómodas al percibirlos y contrastarlos con el tema que se está trabajando.
- La tipografía fue agradable para los compañeros diseñadores y algunos de los comentarios es que querían verlas aplicadas digitalmente para ver si son realmente funcionales o no.



6.2 Bocetos digitales

Visualización 2

Con el bocetaje de nivel 2, bocetos digitales, se tienen 3 propuestas según los criterios y evaluaciones anteriores. Se utilizara la herramienta de google forms para realizar una encuesta con personas profesionales, ahorrando recursos y tener respuestas rápidas y eficientes. Esta validación ayudara a llegar a nuestra propuesta final y conocer el desarrollo de nuestro diseño, así como la opinión de diseñadores expertos, los cuales tienen el conocimiento para aprobar nuestra propuesta y orientarnos en nuestras decisiones de diseño.



Visión
Internacional
plenitud



1

vision internacional
plenitud



2



3

Para la encuesta se utilizó la imagen para realizar una comparación entre las tres propuestas que se escogieron según criterios por parte de la institución e investigación. Con esta imagen se obtuvieron los siguientes resultados.



Visión
Internacional
plenitud



1

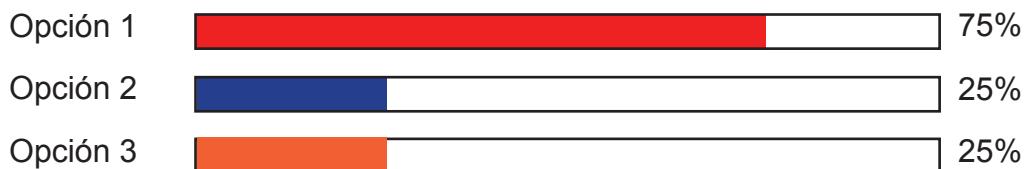
vision internacional
plenitud

2



3

1. ¿Cuál de las tres opciones tiene más impacto visual ?



¿Por qué ?

Es mucho más simbólica y atractiva visualmente

Simple, minimalista y da a entender que es familiar, por la unión de las líneas

El logo se parece a la tipografía

Se ve más amistoso y simple

Por la forma

La organización de los elementos se maneja de forma más ordenada.

Por la abstracción de la mariposa

Se ve abstracto y limpio el diseño

En estos resultados dieron como resultado que la opción 1 les causó más impacto al verla. Les gusto su composición y el recorrido visual.

Visión
Internacional
plenitud



1

vision internacional
plenitud



2



3

--	--	--	--

1. ¿Cuál de las tres opciones es más memorable ?



¿Por qué ?

- Por su simplicidad y armonía cromática
- Por los trazos de las líneas
- Diseño simple
- Síntesis
- Por los colores
- Por ser más simple
- Es simple y agradable a la vista

En estos resultados la opción número 2 fue la elegida y algunos comentarios fueron acertados en lo que se quería representar. Los comentarios aceptables, la abstracción y simplicidad les llamó la atención y es entendible.



1

2



3

1. ¿Cuál de las tres opciones es más simple?



¿Por qué ?

Por sus trazos

Ya que se abstrajo la mariposa

Es línea continua la mariposa

Simpleza

Por simple

Solo se conforma de dos elementos, habría que evaluar la franja que divide el texto con la mariposa, o hacer que encuadre todo, para verse más ordenada.

Tiene menos trazos

Es rápido de entenderla

En estos resultados las personas les gusto la segunda opción por la simplicidad y lo fácil que es de entender.

Visión
Internacional
plenitud



1

vision internacional
plenitud



2

visión internacional
plenitud

3

1. ¿Cuál de las tres opciones es más distintivo?



¿Por qué ?

- Resalta ante las demás
- Es abstracto y simple
- El diseño es mejor
- Porque tiene más detalles particulares
- Porque el trazo de la mariposa no es común
- Es rápido de reconocer la mariposa

En estos resultados a las personas les gusto la segunda opción. Los comentarios fueron acertados respecto a la simplicidad y relación que hicieron con la mariposa.



1



2



3

1. ¿En cuál de las tres opciones te parece adecuada la aplicación de color?

Opción 1

Opción 2

Opción 3

¿Por qué ?

Por su contraste

Tiene 3 colores, imagino que son del logotipo actual (la tres mariposas) eso representa a mi criterio

Porque tiene los 3 colores

Reproductibilidad y psicología

Porque solo hay 2 colores

La legibilidad es mejor con un solo color.

Armonioso

Tiene los 3 colores con los que se están trabajando

En estos resultados las personas aceptaron la aplicación del color en el logotipo número 2. Les gusto la aplicación de color en las opciones número 1 y número 3; sin embargo la opción 2 fue la más aceptada por parte de ellos.



Toma de decisiones nivel 2

De las tres opciones presentadas, la más seleccionada fue la numero 2, la cual las personas pudieron identificarse y reconocer la figura que se estaba representando. Hubieron casos en los que las demás opciones fueron reconocidas sin embargo no llenaban lo necesario para que las personas pudieran verlas como opciones visuales agradables a la vista. Con esta evaluación se puede ver cual Propuesta de logotipo podemos trabajar ya que las personas pudieron reconocerla e identificaron rápidamente.

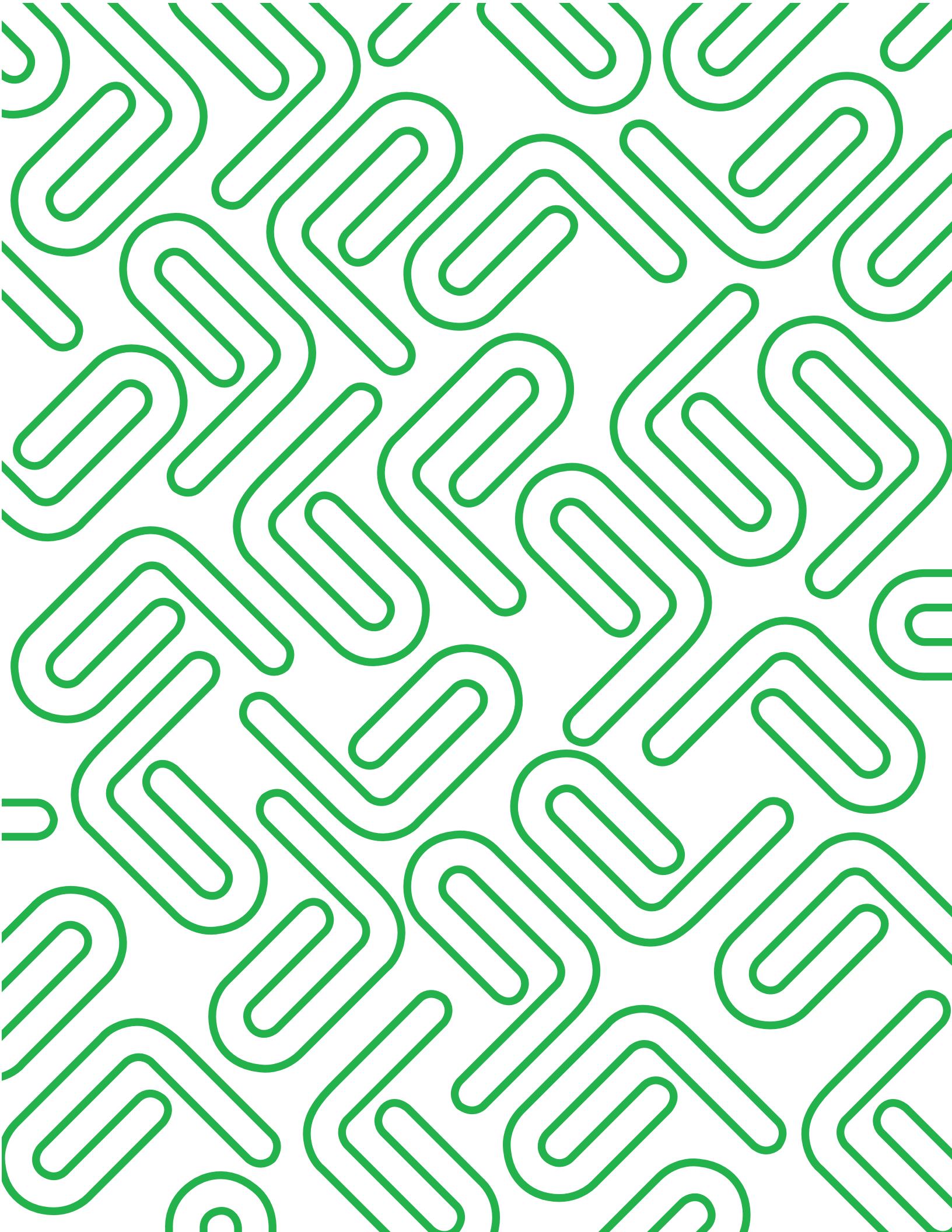
Las decisiones de diseño que se tomaran serán las siguientes: La tipografía que se viene utilizando en los logotipos cumple con lo requerido para formar parte del logo, en donde las palabras son legibles. El color puede llegar a variar en lo que a tonalidad del color anaranjado, celeste y verde. Los colores seguirán siendo utilizados dentro de la línea grafica de la institución para que haya armonía y sea visualmente aceptado y utilizado.



6.3 Propuesta final

Visualización 3

Con el bocetaje de nivel 2, bocetos digitales, se tienen 3 propuestas según los criterios y evaluaciones anteriores. Se utilizará la herramienta de google forms para realizar una encuesta con personas profesionales, ahorrando recursos y tener respuestas rápidas y eficientes. Esta validación ayudará a llegar a nuestra propuesta final y conocer el desarrollo de nuestro diseño, así como la opinión de diseñadores expertos, los cuales tienen el conocimiento para aprobar nuestra propuesta y orientarnos en nuestras decisiones de diseño.



6.4 Fundamentación de propuesta final



6.4.1 Concepto Creativo

“Cambiando a mentes sanas”

Conocer sobre los temas que abarca la salud mental es importante para la vida de todas las personas. La sociedad guatemalteca no está acostumbrado a recibir atención psicológica ya que las personas piensan que ir recibir un acompañamiento psicológico es solo para personas que no están cuerda mentalmente; sin saber que todas las personas lo necesitamos.

El concepto surge a partir de la necesidad de cambiar la mentalidad social que está alrededor de un tema como este, pero para cambiar socialmente se debe cambiar personalmente. El concepto quiere demostrar una transición por la cual las personas que asisten y son parte de la institución logran alcanzar. Para obtener resultados diferentes debemos cambiar hábitos y pensamientos.

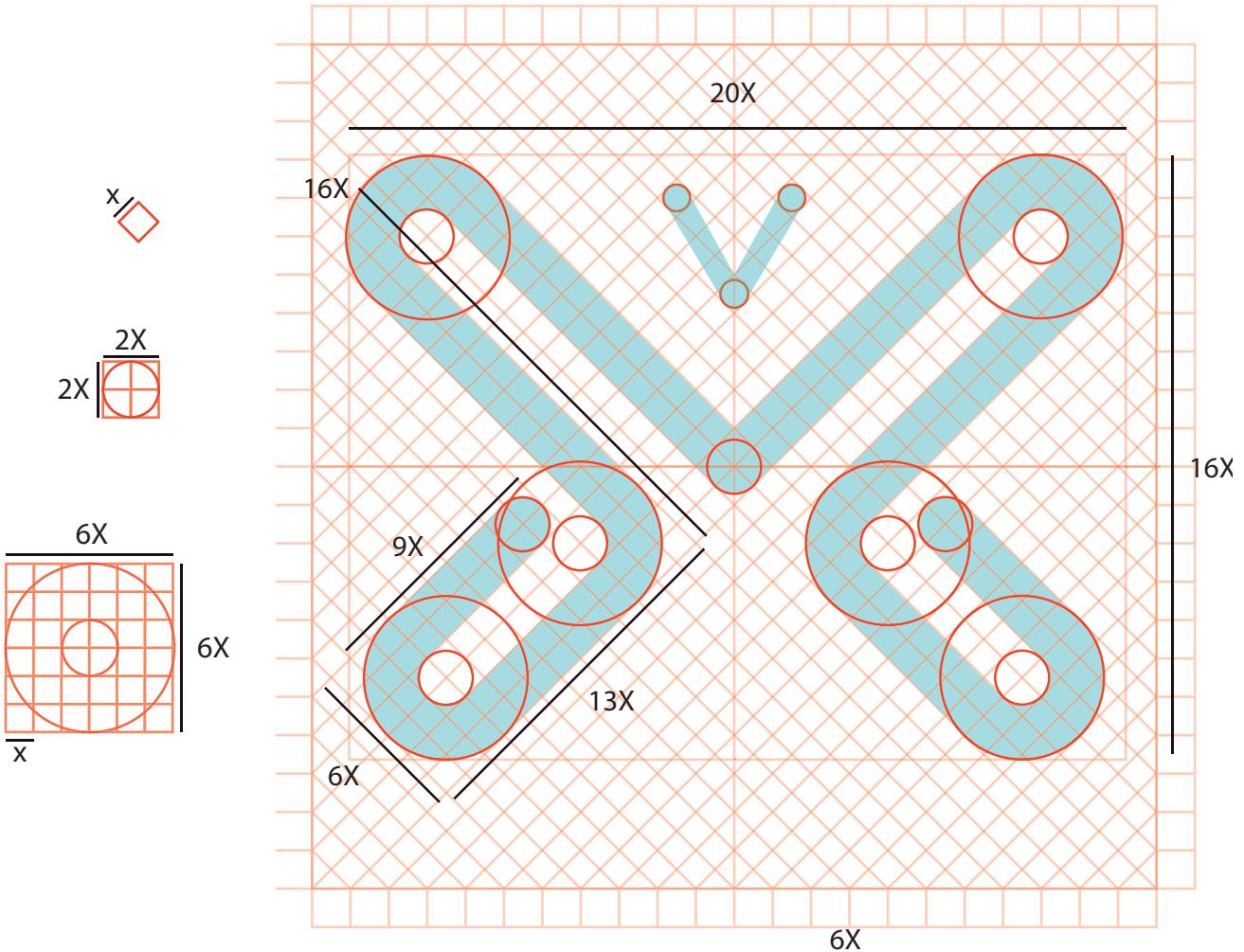
Para llegar a nuestro concepto se utilizaron técnicas como las relaciones forzadas, sinestesia y la lista de atributos; por medio de estas técnicas logramos identificar lo que queríamos transmitir en nuestro diseño dentro de los elementos que se utilizaron. La mariposa es nuestro elemento gráfico, el cual representa el desarrollo y los cambios. Este elemento se utilizó ya que representa la metamorfosis por la cual pasan, hasta llegar a ser una mariposa de muchos colores y la libertad que se representa en sus alas.

Con nuestro concepto queremos concientizar a las personas sobre la salud mental y que logren acercarse a la institución para conocer más sobre los programas que ofrecen y como estos pueden ayudarles a vivir plenamente.

Insight

“Desarrollo Personal”

6.4.2 Construcción del logotipo



Para construir el isotopo se generó una grilla cuadrada la cual tiene una medida determinada por x . Como guía dentro de la grilla que se realizó, se colocaron unos círculos los cuales miden $2x$ de cada lado; generando un círculo perfecto. Adicional a estos, se generó un círculo más grande el cual mide $6x$ para poder trazar los bordes del isotopo de con terminación circular.

6.4.3 Composición

La composición de nuestro logo está determinada por la abstracción de una mariposa y el nombre la institución. La forma en que está presentado favorece al recorrido visual de izquierda a derecha. El logotipo puede descomponerse en lo que es el isotipo y logotipo, su descomposición no afecta a la hora de su presentación. El imagotipo compuesto por el logotipo e isotipo funciona también en color negro sin afectar el diseño del mismo. El imagotipo es adaptable y funcional.



6.4.4 Código cromático

Los colores que fueron utilizados para el logotipo son colores pantone CMYK U. Fueron 3 los colores que se validaron y se aplicaron en nuestro diseño, estos colores son: celeste, anaranjado y color verde. El color verde se utilizó como parte de la línea gráfica y el manual de identidad corporativa.

R G B	#F37120
243, 113, 32	
C M Y K	PANTONE
0, 69, 100, 0	P 30-8 U

Las distintas tonalidades del color naranja se han relacionado con rasgos de personalidad, actitudes, motivaciones y emociones. Representa principalmente la alegría, el entusiasmo y lo divertido.

R G B	#0093E2
0, 147, 178	
C M Y K	PANTONE
89, 0, 13, 22	P 119-7 U

Frescura: como suele asociarse ecosistemas acuáticos como océanos, mares.

Calma: crean en el cuerpo una sensación de tranquilidad, calidez y confort.

Serenidad: ayuda a realizar las actividades cotidianas con calma y lejos del estrés.

R G B	#3B8D48
107, 189, 68	
C M Y K	PANTONE
62, 0, 100, 0	P 54-8 U

el color de la vegetación, por esta misma razón, se le asocia con la fertilidad. Simboliza esperanza y el desarrollo y crecimiento de la naturaleza.

6.4.5 Variaciones de color

Blanco y negro



Visión Internacional
plenitud

Pantone P 30-8
Uncoated



vision internacional
plenitud

Pantone P 119-7
Uncoated



vision internacional
plenitud

Pantone P 54-8
Uncoated



vision internacional
plenitud



6.4.6 Código tipográfico

La tipografías que se utilizaron fueron RUN MEDIUM y NEXA BOLD. Estas tipografías se complementan ya que son tipografías que son amigables ya agradables a la vista. Además nos transmiten tranquilidad combinadas con el color celeste.

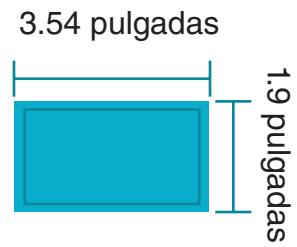
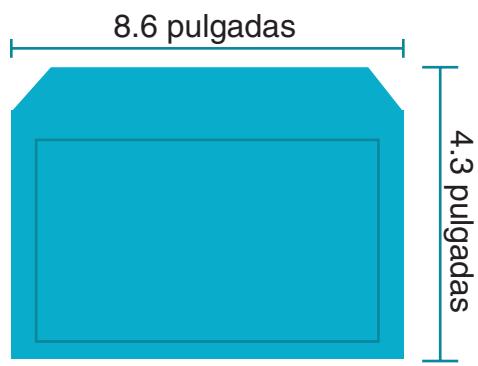
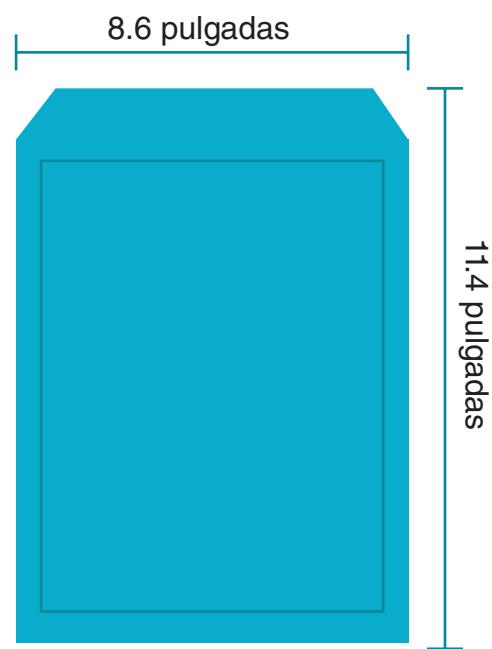
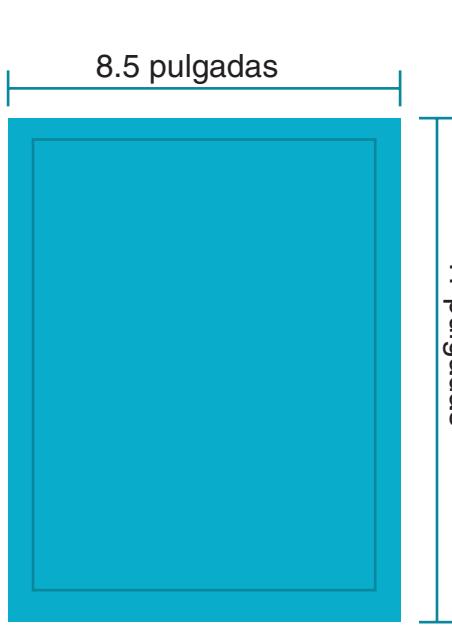
run medium	Nexa Bold
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w y z	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w y z
plenitud	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Visión Internacional

La tipografía RUN MEDIUM esta utilizada para la palabra, Plenitud
La tipografía NEXA BOLD esta utilizada para las palabras, Visión Internacional

6.4.7 Código de formato

Los formatos en que se utilizará nuestro logotipo son variables ya que dependiendo en la pieza gráfica en la que se utilizará dentro de la papelería corporativa va a cambiar. La Papelería que se trabajará serán, hoja carta membretada, sobre tamaño carta, sobre pequeño y tarjeta de presentación.





6.4.8 Lineamientos

Lineamientos de uso

El diseño de marca corporativa para la institución Visión Internacional Plenitud estará guiada por el manual de marca gráfica, en donde se describe como está formado el logotipo, normas de uso, color, tipografía entre otras aplicaciones. El logotipo funcionara de distintas formas dentro de la institución, tanto corporativamente para cambiar y atraer nuevas personas hasta la publicidad de la misma en redes sociales.

También cumple con la función de ser la primera impresión para las personas que necesitan apoyo psicológico. Las normas de uso del logotipo estarán determinadas por la versatilidad del logo y las normas gráficas que se determinaran para su uso correcto. El manual de marca tiene un formato de 8x8 Pulgadas para que las personas que necesiten saber códigos del diseño puedan verlo tanto impreso como digital.

Lineamientos técnicos

Para hacer uso de los archivos digitales, es necesario contar con los programas en los que se trabajó; así mismo una persona que pueda utilizar estos programas. Los programas necesarios son; Photoshop e Ilustrador. Esto se debe a que si se necesitan cambios, hay un encargado que puede realizarlos, también para la reproducción de los diseños para que la institución pueda reproducirlo cuantas veces quiera y sea necesario. Se debe tomar en cuenta que se utilice la tipografía determinada y las imágenes que fueron seleccionadas para que no existan errores a la hora de ser utilizado.

6.4.9 Aplicaciones



Papelería corporativa.



Hoja carta membretada.



Sobre tamaño A4.



Sobre tamaño A4.



Sobre para carta.



Tarjetas de presentación.



Camisas



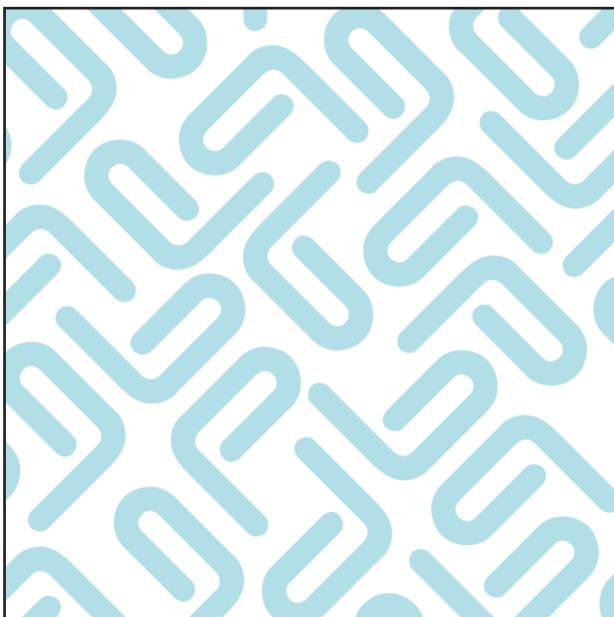
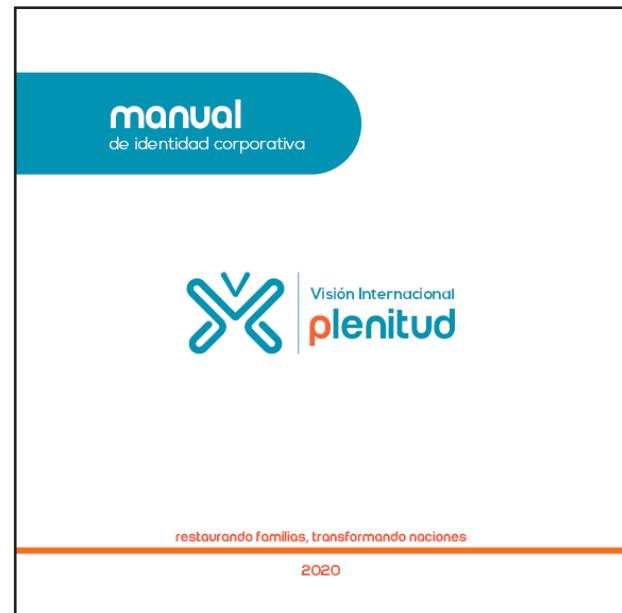
Productos



Manual de identidad corporativa



El manual de identidad corporativa es un instrumento en el cual se encuentran los elementos que componen la identidad visual de nuestra marca. Estos elementos abarcan los colores, formas, aplicaciones, tamaños, formas de utilizar la marca y formas en las que no se debe utilizar. Para este proyecto se realizó el manual de identidad corporativa con las especificaciones de uso de color, tipografía; que componen el logotipo de la institución. A continuación se evidencia la forma en que fue elaborado.



 <p>Índice</p>	<table border="0"> <thead> <tr> <th style="text-align: right;">Página</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Historia de la institución..... 4</td> </tr> <tr> <td>2. Misión..... 5</td> </tr> <tr> <td>3. Visión..... 5</td> </tr> <tr> <td>4. Isotipo..... 6</td> </tr> <tr> <td>5. Construcción de isotipo..... 8</td> </tr> <tr> <td>6. Código cromático..... 10</td> </tr> <tr> <td>7. Variaciones de color..... 12</td> </tr> <tr> <td>8. Código tipográfico..... 14</td> </tr> <tr> <td>9. Usos de logotipo..... 16</td> </tr> <tr> <td> Uso correcto..... 17</td> </tr> <tr> <td> Uso incorrecto..... 18</td> </tr> <tr> <td>10. Aplicaciones..... 20</td> </tr> <tr> <td>11. Papelería..... 22</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: right;">1</p>	Página	1. Historia de la institución..... 4	2. Misión..... 5	3. Visión..... 5	4. Isotipo..... 6	5. Construcción de isotipo..... 8	6. Código cromático..... 10	7. Variaciones de color..... 12	8. Código tipográfico..... 14	9. Usos de logotipo..... 16	Uso correcto..... 17	Uso incorrecto..... 18	10. Aplicaciones..... 20	11. Papelería..... 22
Página															
1. Historia de la institución..... 4															
2. Misión..... 5															
3. Visión..... 5															
4. Isotipo..... 6															
5. Construcción de isotipo..... 8															
6. Código cromático..... 10															
7. Variaciones de color..... 12															
8. Código tipográfico..... 14															
9. Usos de logotipo..... 16															
Uso correcto..... 17															
Uso incorrecto..... 18															
10. Aplicaciones..... 20															
11. Papelería..... 22															
 <p>isotipo</p> <p style="text-align: right;">6</p>	 <p>Abstracción de una mariposa. Esta representa el crecimiento que las personas tienen dentro de la institución. Representa la transformación y armonía que tenemos los seres humanos.</p> <p style="text-align: right;">7</p>														

Historia de la institución

La Lcda. Eugenia Villalta de la Asociación Visión Internacional Plenitud (2009) describe que, en el año 2005, invitó a un grupo de mujeres a reunirse todas las semanas para compartir temas de interés, especialmente para fortalecer la fe, la confianza, el respeto, y el amor, entre otros. Con el transcurso de los meses, los esposos motivados por los cambios evidentes en sus esposas decidieron unirse al grupo y dar comienzo a un nuevo estilo de vida. Vino al corazón de la Lcda. el deseo de ayudar a la mujer, fortalecer su autoestima y capacitarlas para obtener una vida mejor.

Al comunicar el proyecto al grupo de mujeres, surgió en ellas el deseo de formar una institución; a través de la cual pudiesen lograr su objetivo; considerando que la desintegración familiar que existe en todo el mundo a causa de los divorcios es muy grande. Para alcanzar sus propósitos, unieron esfuerzos y hoy es una realidad. Teniendo la visión de llevar PLENITUD de vida a través de la restauración familiar, comenzando por Guatemala, trascendiendo a Latinoamérica y llevar luz a todas las naciones.

4



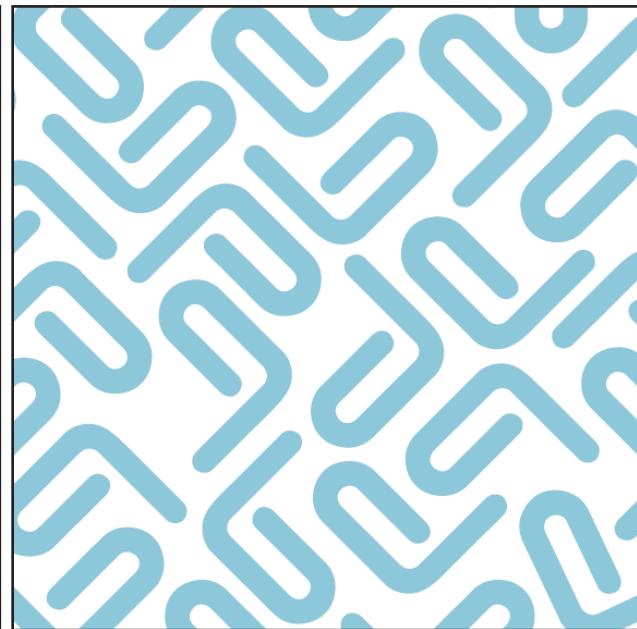
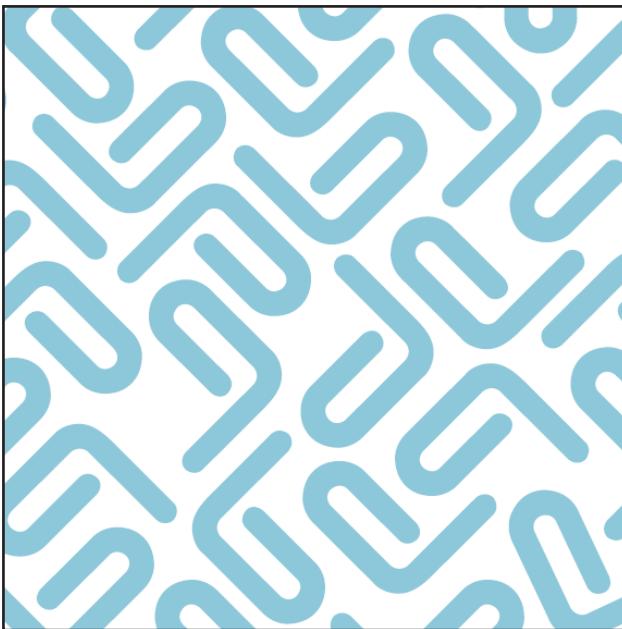
Misión

Restauramos y fomentamos la unidad familiar a través de la participación de la mujer en programas de desarrollo integral, iniciando por la salud mental y brindamos ayuda a través del fortalecimiento de sus valores espirituales, morales y culturales para cimentar su identidad con el fin de erradicar la violencia intrafamiliar en sus diversos géneros.

Visión

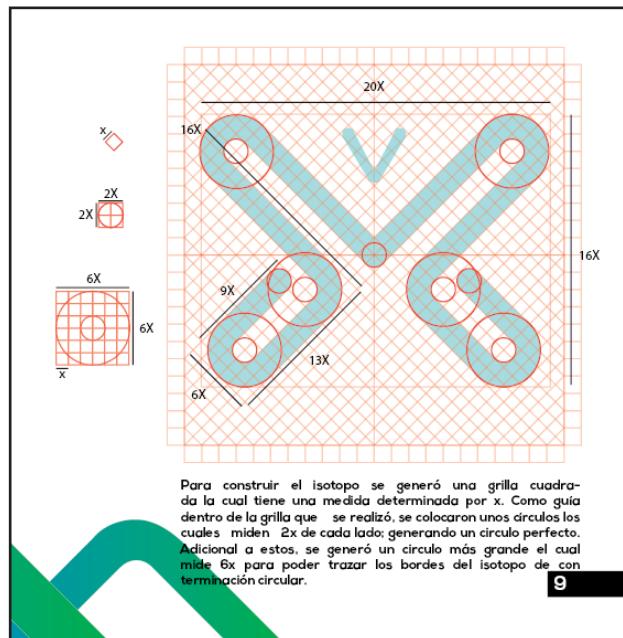
Somos una organización líder a nivel mundial de carácter privado, no lucrativa, apolítica y no religiosa que no hace distinción de raza o clase social cuyo propósito es alcanzar el desarrollo integral de la persona.

5



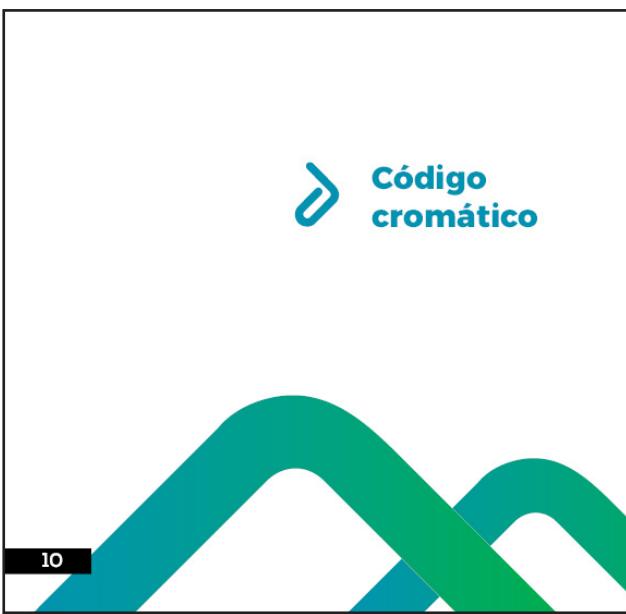


Construcción de isotipo

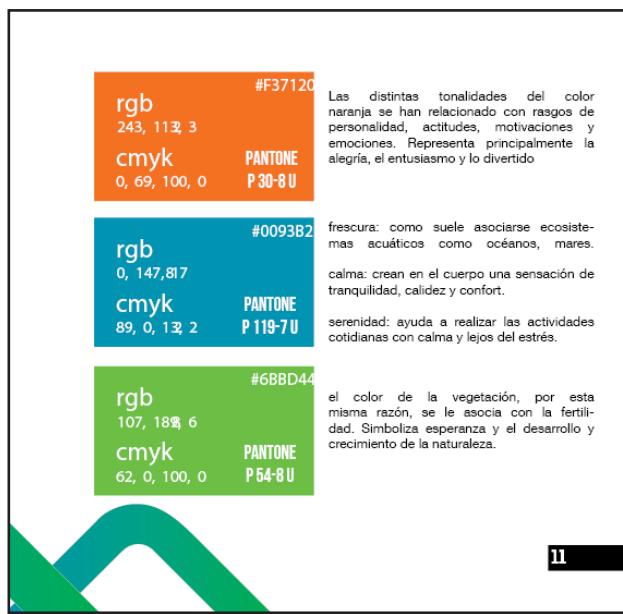


Para construir el isotipo se generó una grilla cuadrada la cual tiene una medida determinada por x. Como guía dentro de la grilla que se realizó, se colocaron unos círculos los cuales miden 2x de cada lado; generando un círculo perfecto. Adicional a estos, se generó un círculo más grande el cual mide 6x para poder trazar los bordes del isotipo de con terminación circular.

9



Código cromático





variaciones de color

12

Visión Internacional **plenitud**

Blanco y negro

Pantone P 30-8 Uncoated

Pantone P 119-7 Uncoated

Pantone P 54-8 Uncoated

13

Código tipográfico

14

run medium	Nexa Light
abcdefghijklm nopqrstuvwxyz	abcdefghijklm nopqrstuvwxyz
abcdefghijklm nopqrstuvwxyz	ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ
1234567890	1234567890

plenitud **Visión Internacional**

Las tipografías que se escogieron pertenecen al estilo de tipografía ROUNDED. Estas tipografías tienen como característica que sus formas son suaves y redondas. Estas tipografías transmiten amistad y frescura.

La tipografía RUN MEDIUM esta utilizada para la palabra, Plenitud. La tipografía NEXA BOLD esta utilizada para las palabras, Visión Internacional

15





Aplicaciones

20



21

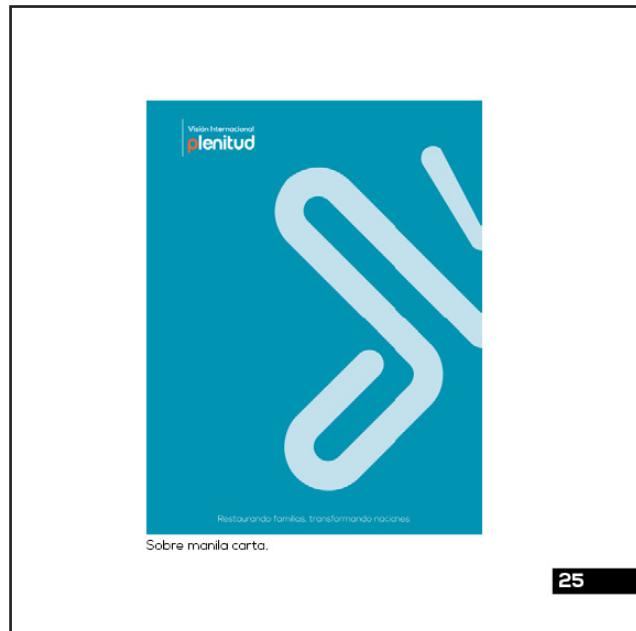
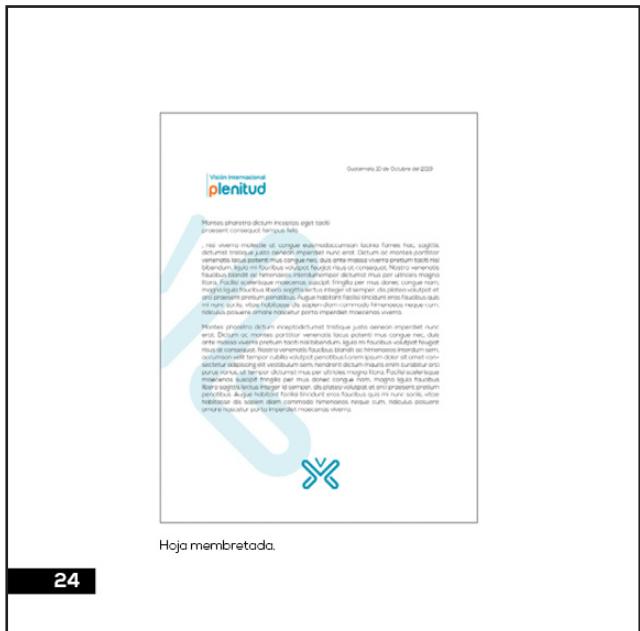
Papelería

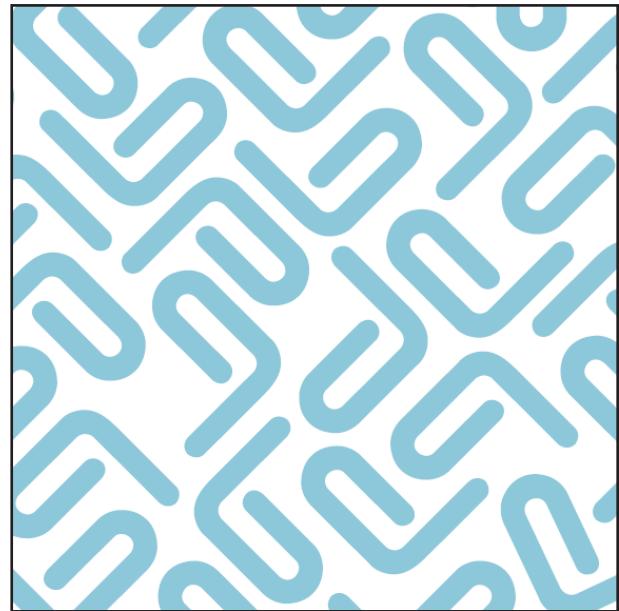
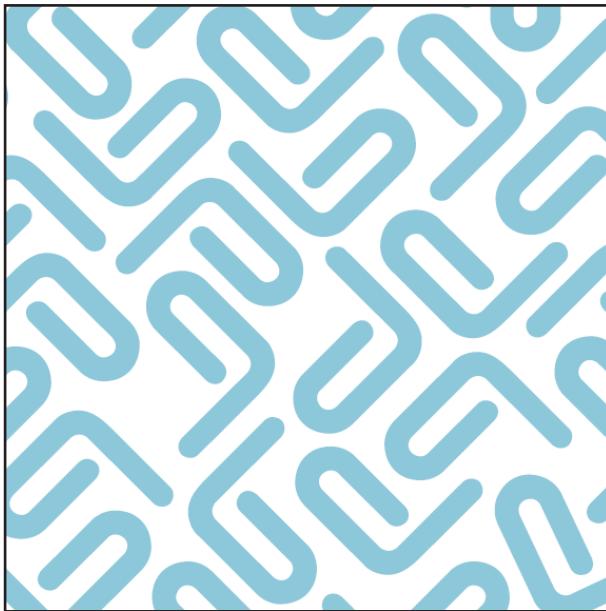
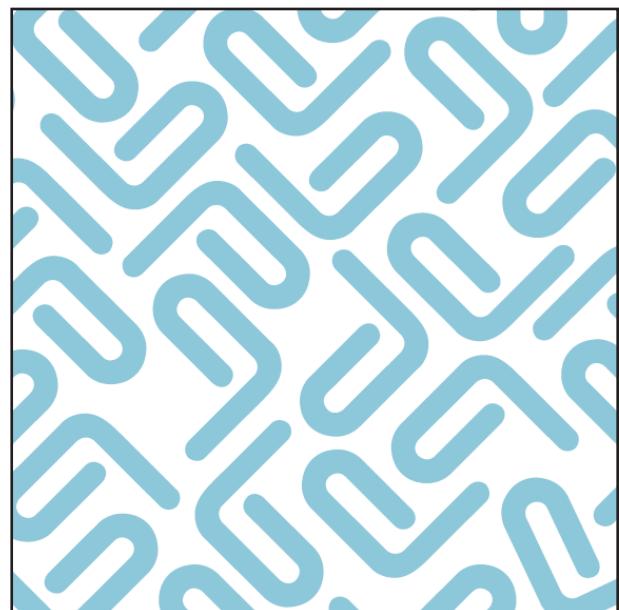
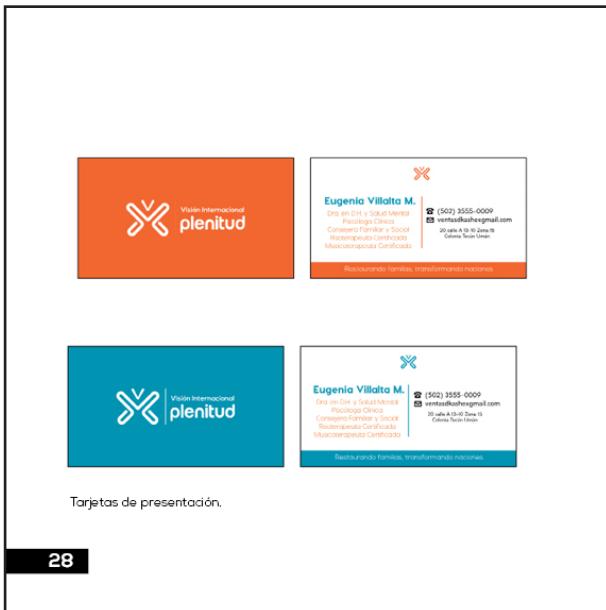
22



Papelería corporativa.

23





6.4.7 Presupuesto

El siguiente presupuesto se realizó mediante las fases del proceso del proyecto de graduación para la institución Visión Internacional Plenitud. En este presupuesto se contemplaron las horas de trabajo desde la investigación y definición del problema visual, hasta lo que es la producción gráfica de la propuesta de diseño. Los costos están delimitados mediante las horas que se emplearon en la realización de cada actividad. El costo por hora de trabajo se determinó por el salario que un egresado universitario está ganando actualmente. El salario con el que se calculó fue de Q.7,500.00 dando un resultado de Q.55.00 por hora de trabajo.

Salario mensual Q.7,500.00

Q.7,500 x 14 salarios anuales (aguinaldo y bono catorce) = Q.105,000.00

Q. 105,000.00 / 12 meses = Q. 8750.00

Q.8,750.00 / 4 semanas = Q.2,188.00

Q.2,188.00 / 40 horas semanales = Q.55.00 por hora

ACTIVIDAD	HORAS	COSTO
Fase 1: Investigación		
Antecedentes	15	Q.825.00
Definición del problema	7	Q.385.00
Justificación del problema	7	Q.385.00
Objetivos	8	Q.440.00
Perfil del cliente y grupo objetivo	22	Q.1,210.00
Marco teórico	60	Q.3,300.00
TOTAL FASE 1	119	Q.6,545.00

Fase 2: Planeación operativa		
Flujograma	7	Q.385.00
Cronograma	12	Q.660.00
TOTAL FASE 2	19	Q.770.00

Fase 3: Desarrollo creativo

Brief de diseño	5	Q.275.00
Referencias visuales	15	Q.825.00
Estrategias creativas	13	Q. 715.00
Concepto creativo	10	Q.550.00
TOTAL FASE 3	43	Q.2,365.00

Fase 4: Producción gráfica y validación

Nivel 1, bocetaje a mano		
Bocetos a mano	24	Q.1,320.00
Fundamentación de bocetos	10	Q.550.00
Autovalidación y coevaluación	7	Q.385.00
Nivel 2, bocetaje digital		
Bocetaje digital (PROYECTOS)	38	Q.2,090.00
Fundamentación	12	Q.660.00
Validación con diseñadores	17	Q.935.00
Modificaciones a bocetos	10	Q.550.00
Nivel 3, propuesta final		
Boceto de propuesta final	24	Q.1,320.00
Fundamentación de propuesta	10	Q.550.00
Validación con el grupo objetivo	18	Q.990.00
Modificaciones en la propuesta	8	Q.440.00
TOTAL HORAS FASE 4	178	Q.9,790.00

Fase 5: Producción gráfica final

Construcción de logotipo	16	Q.880.00
Papelería corporativa	18	Q.990.00
Manual de normas gráficas	24	Q.1,320.00
Aplicaciones	9	Q.495.00
TOTAL HORAS FASE 5	67	Q.3,025.00

TOTAL HORAS 5 FASES **426** **Q.23,430.00**

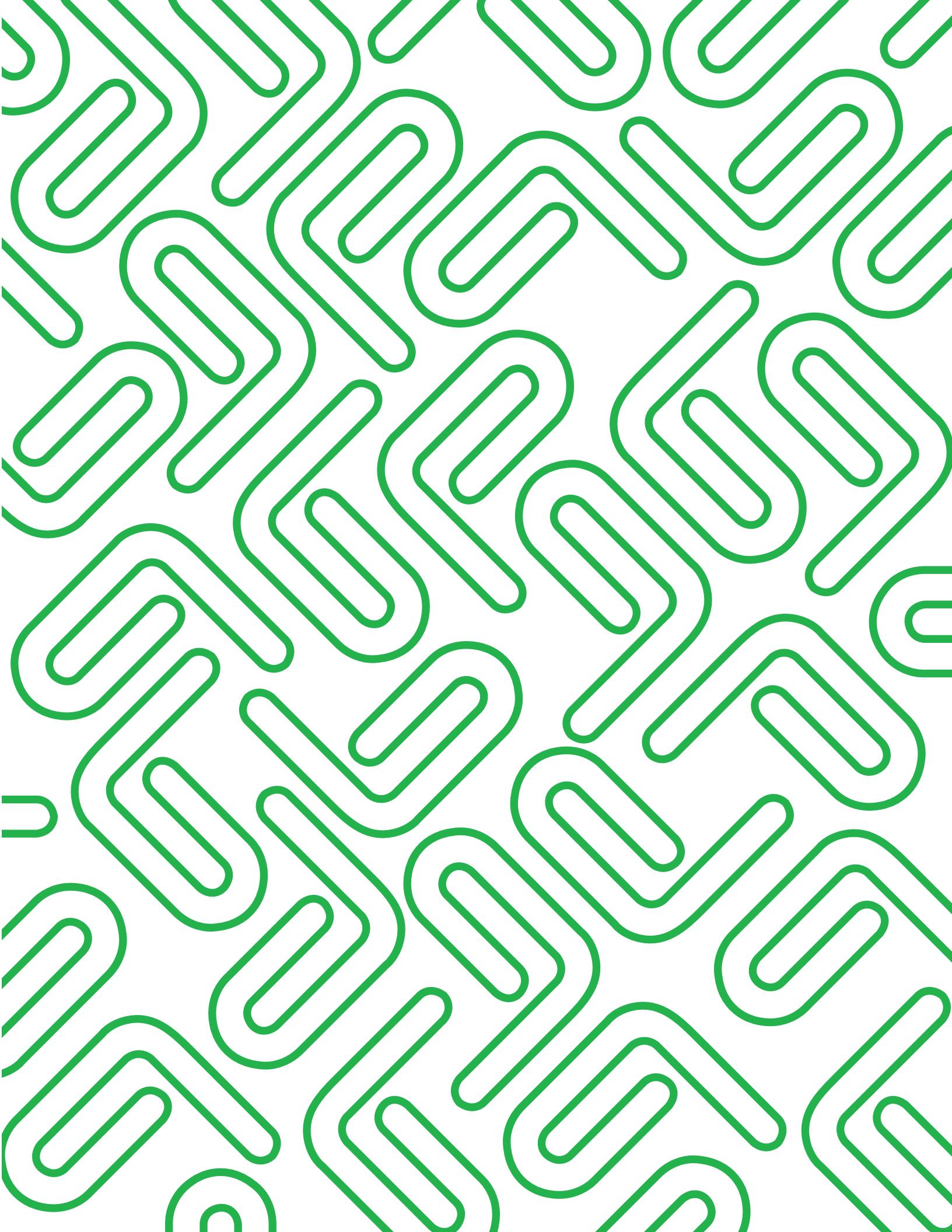
Gasto de insumos	COSTO
Luz	Q.1,500.00
Teléfono	Q.500.00
Transporte (gasolina)	Q.1,000.00
Computadora	Q.1,500.00
Internet	Q.600.00
Comida	Q.300.00
Impresiones (entregas, actas, pruebas)	Q.700.00
Total gasto de insumos	Q.6,100.00

TOTAL PROYECTO

Total horas de 5 fases trabajadas	Q.23,430.00
Total gasto de insumos	Q.6,100.00
Costo total del proyecto	Q.29,530.00

Presupuesto que representa el aporte del Epesista para la institución a través de la elaboración del presente proyecto de Graduación de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.





6.5. Ponencia

Ponencia

A pesar de la investigación que se realizó para la realización del proyecto “Diseño de marca corporativa de la institución Visión Internacional Plenitud, para darse a conocer dentro del territorio nacional guatemalteco “dicha institución no aceptó la propuesta. Los motivos por los cuales no aceptaron la propuesta fueron porque no querían trabajar con un solo elemento, el cual es la mariposa, ya que perdía el sentido de la institución y lo que significaba para ellas, dejando las tres mariposas las cuales representan a cada una de las directoras de la institución.

Lograron aceptar el cambio de colores y tipografía, dejando solamente el nombre dentro del logotipo haciendo que el eslogan se quitara de este mismo para que no se viera saturado. A continuación se muestra la ponencia que se dio por parte de las directoras de la institución, con la cual quedaron contentas, cumpliendo con sus requerimientos y expectativas.



Logotipo



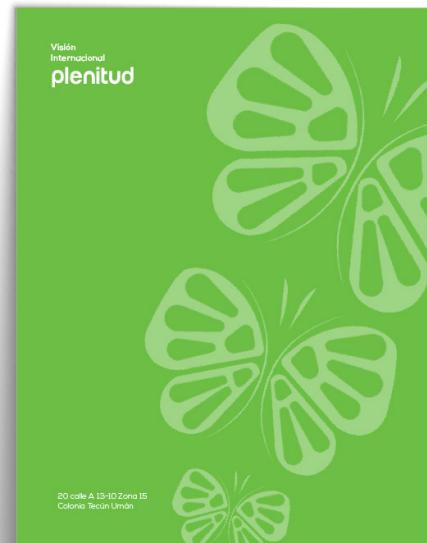
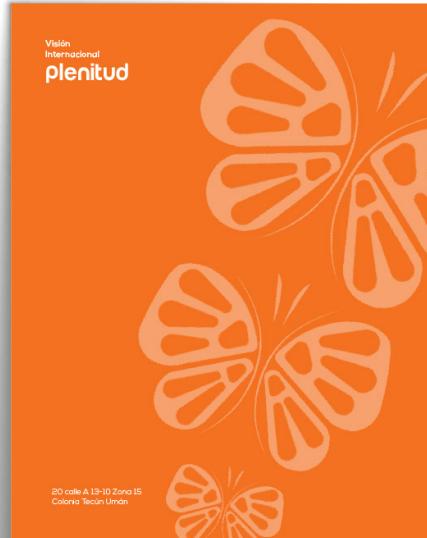
ponencia



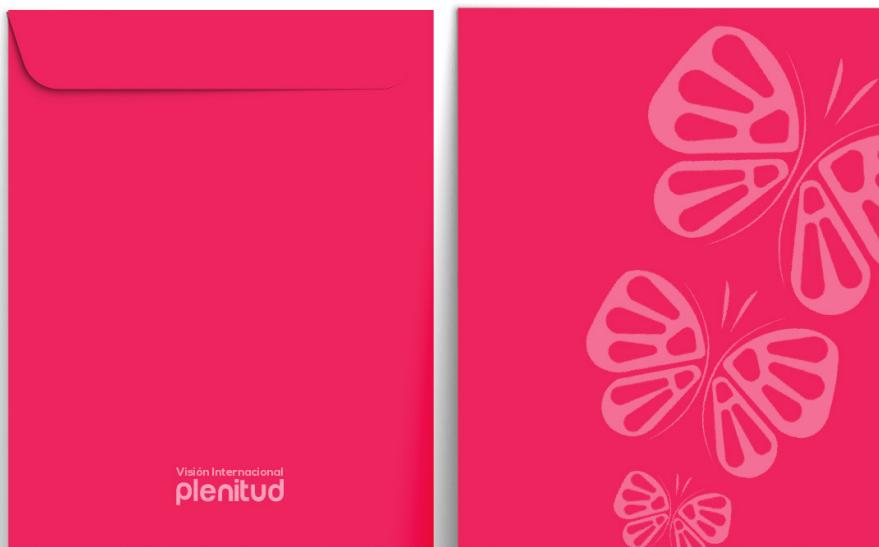
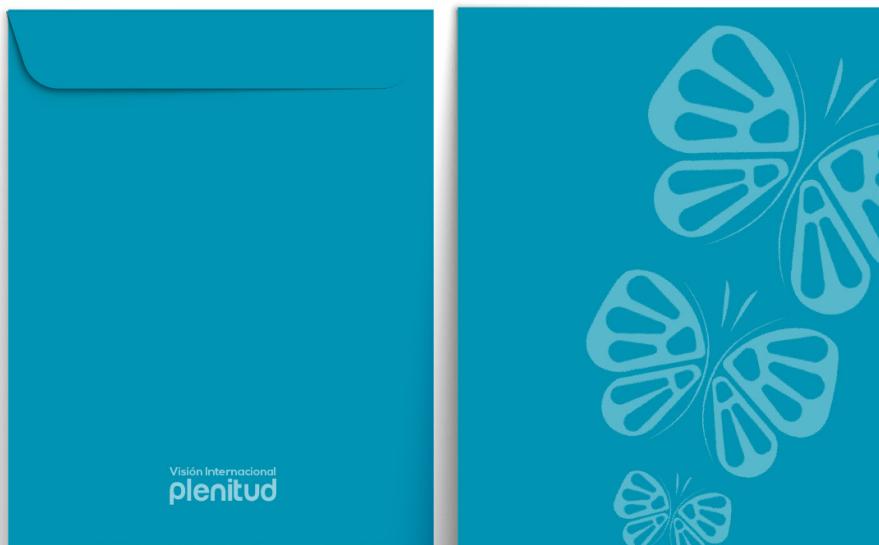
Proyecto



Hoja carta membretada.



Sobre manila carta.



Sobre manila carta.



Sobre carta.



Sobre carta.



Tarjetas de presentación.



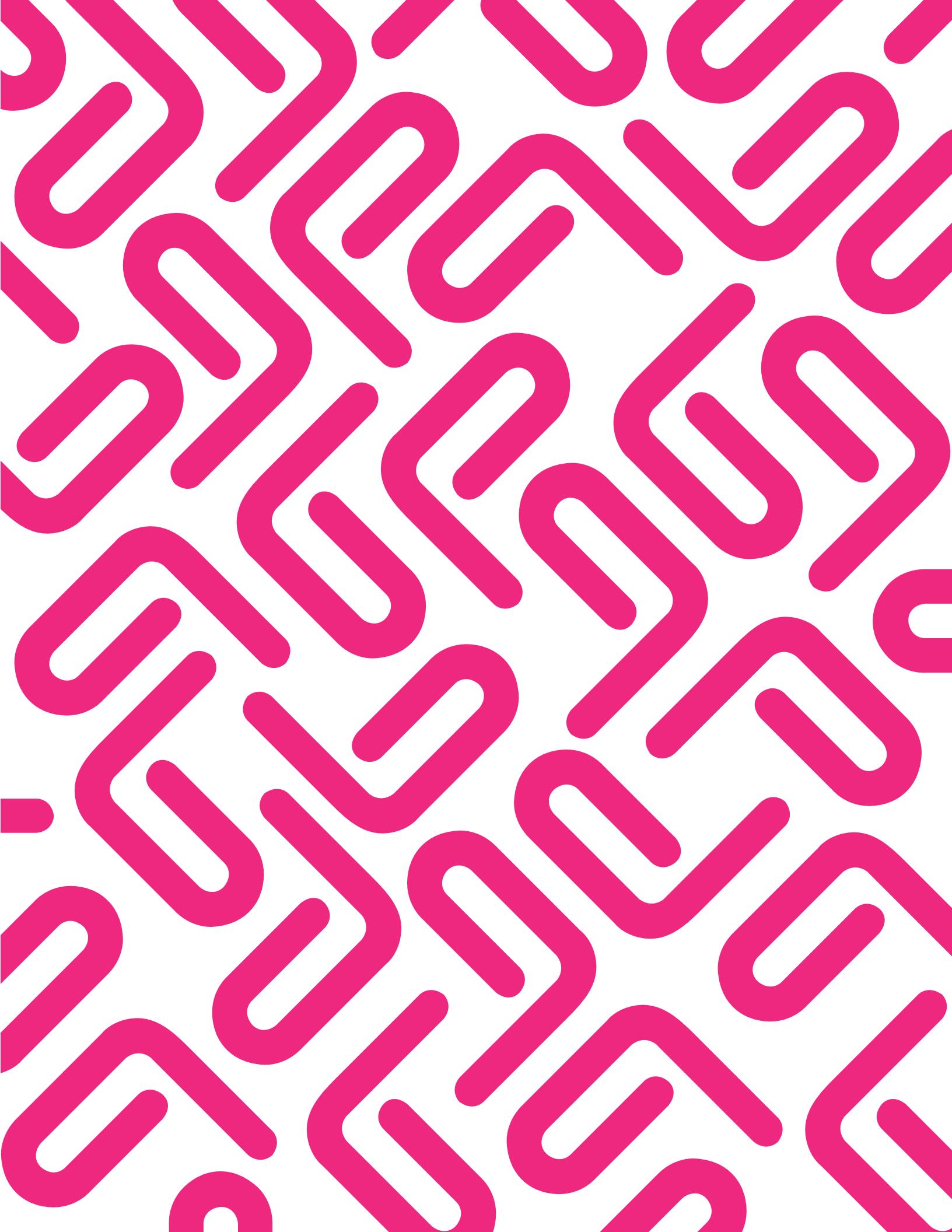
Tarjetas de presentación.



Aplicaciones.



Promocionales.

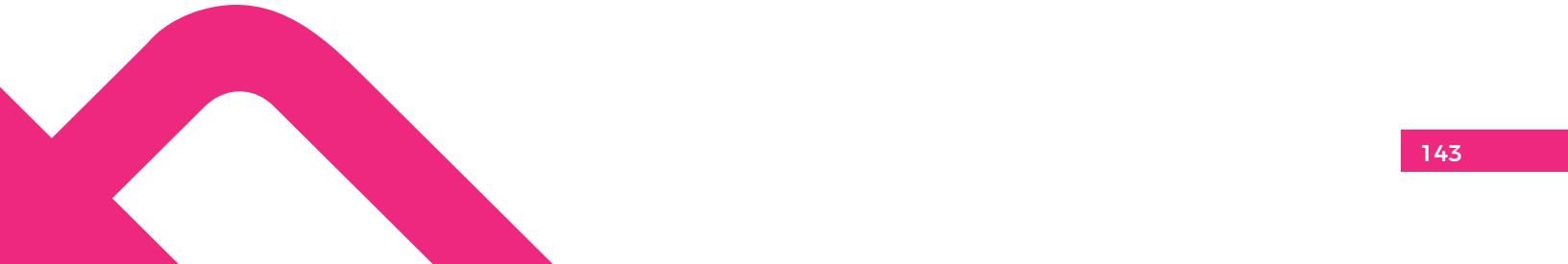




Capítulo 7

Síntesis del proyecto

7.1 Conclusiones

- 
- 
-  Mediante el diseño de marca corporativa que se realizó para la institución, Visión Internacional Plenitud, se logró conceptualizar y realizar una línea gráfica por la cual va a ayudar a personas que necesiten asesoría psicológica puedan tener conocimiento de la existencia de esta institución. Por medio de los proyectos realizados la institución puede tener una base con la cual pueden trabajar en proyectos futuros y puedan llegar a donadores nacionales e internacionales para ayudar a personas de escasos recursos.
 -  Los proyectos informativos que se realizaron para la utilización de la institución logran educar e informar a las personas la forma en que pueden cambiar hábitos que les ayudaran a mejorar su vida. Se logró tocar temas necesarios en las piezas gráficas que son necesarios para todos y todas las personas que se acerquen con necesidad de asesoría psicológica. Así mismo a las personas que están fuera de la ciudad capital ya que las piezas gráficas son simples y logran comunicar lo más importante en cada una de las piezas.
 -  Por medio de los proyectos podemos educar a la sociedad guatemalteca sobre lo que es la salud mental y como esto beneficia nuestras vidas en cada uno de los ámbitos en los que nos desenvolvemos. La importancia de la salud mental y donde podemos acudir en caso de necesitar de una guía profesional psicológica es necesaria para cambiar la mentalidad de las personas sobre el “tabú” que se tiene sobre este mismo.
 -  El apoyo a las familias que necesitan lugares e instituciones no lucrativas se logrará mediante la influencia que cada una de ellas pueda alcanzar. La institución Visión Internacional Plenitud logrará llegar a distintas personas de distintas clases sociales por medio de los proyectos de diseño que se realizaron, ayudando a muchos guatemaltecos y transformando su vida.

7.2 Recomendaciones

- 
- Antes de empezar el proceso de proyecto de graduación, se recomienda buscar una institución que trabaje con temas que son de nuestro interés para poder realizar un trabajo que nos emocione y logremos nuestros objetivos. El buscar instituciones es necesario para tener distintas opciones en caso la primera que elegimos no llegara a cumplir con nuestras expectativas.
 - Se recomienda a la institución Visión Internacional Plenitud seguir con la aplicación de línea grafica que se logró realizar en este proyecto para que exista coherencia en futuros planes y trabajos sociales que se vayan a realizar.
 - Es importante que las personas que están por realizar sus proyectos conozcan el proceso para que no hayan confusiones o atrasos. A futuros estudiantes, se les recomienda buscar referencias de proyectos que ya se realizaron para tener una guía real de lo que se requiere en ambas asignaturas y que vean el nivel de diseño al que se quiere llegar.
 - Para tener resultados finales que sean agradables tanto a la institución como a los requerimientos que se piden de parte de la universidad, es muy importante tener una buena comunicación con ambas partes con las que se trabajan. Esto es importante para que no hayan malos entendidos durante todo el proceso. El proceso requiere del cuidado de nuestros tiempos ya que si existe algún contratiempo va a atrasar las demás actividades que tenemos programadas.
 - Es muy importante dejar en claro lo que se va a trabajar con la institución con la que vamos a realizar nuestro proyecto de graduación. Esto es importante porque así la institución no empieza a pedir otros trabajos que no están contemplados y que puedan afectar a los proyectos con los que si debemos trabajar.
 - A nuestra casa de estudios universitario, Universidad de San Carlos de Guatemala, se le recomienda gestionar de mejor manera los tiempos en que se solicitan los proyectos. Sería necesario explicar el proceso desde el inicio de año para que los estudiantes tomen conciencia de lo que deben realizar y no hayan confusiones. También prever contratiempos con las actividades de la universidad para que no afecte la realización de nuestros proyectos de graduación.



7.3 Lecciones aprendidas



Investigación del tema:

Para realizar un proyecto de magnitud social hay que conocer el alcance que este tiene en la sociedad. Para poder concretar un proyecto como tal, debemos saber lo que queremos exponer, los temas relevantes que van a ser parte de nuestro proyecto. Conocer e investigar de manera que se tomen todos los temas que abarca dicho tema y delimitar lo que nos va a servir. Delimitar información y buscar distintos referentes gráficos que hay sobre nuestro tema para darnos ideas sobre lo que podemos lograr hacer. También es importante asesorarnos de gente que sabe, expertos en el tema para poder evaluar nuestro proceso profesional.



Conocimientos técnicos:

Para realizar un proyecto de diseño gráfico es importante tener conocimientos básicos y referencias gráficas sobre lo que vamos a trabajar. Conocer lenguaje técnico es importante para poder convencersobrelosdiseñosquevamosrealizando.Tambiénesimportante tener el conocimiento teórico y herramientas que nos van a ayudar en la elaboración de nuestro proyecto. Poner en práctica lo que hemos aprendido en los años de estudio de la carrera para poder evidenciar el aprendizaje obtenido durante este tiempo.



Tiempos de proceso:

Es importante delimitar nuestros tiempos y saber cuánto de este debemos utilizar en nuestras distintas actividades. No dejar a última hora las etapas por las que se pasan al realizar un proyecto con una organización no lucrativa. Los tiempos son importantes ya que vamos avanzando nuestro proyecto en las partes y módulos que necesitamos realizar. También se debe tomar en cuenta el tiempo de los Directores de la institución en la que estamos trabajando, evidenciarles el proceso que estamos siguiendo al igual que el desarrollo el mismo. Muchas veces afectan las actividades que los trabajadores de la institución deben realizar, por esto mismo debemos aprovechar los espacios que nos dan para poder presentar los mayores avances posibles para no atrasarnos con los demás procesos.



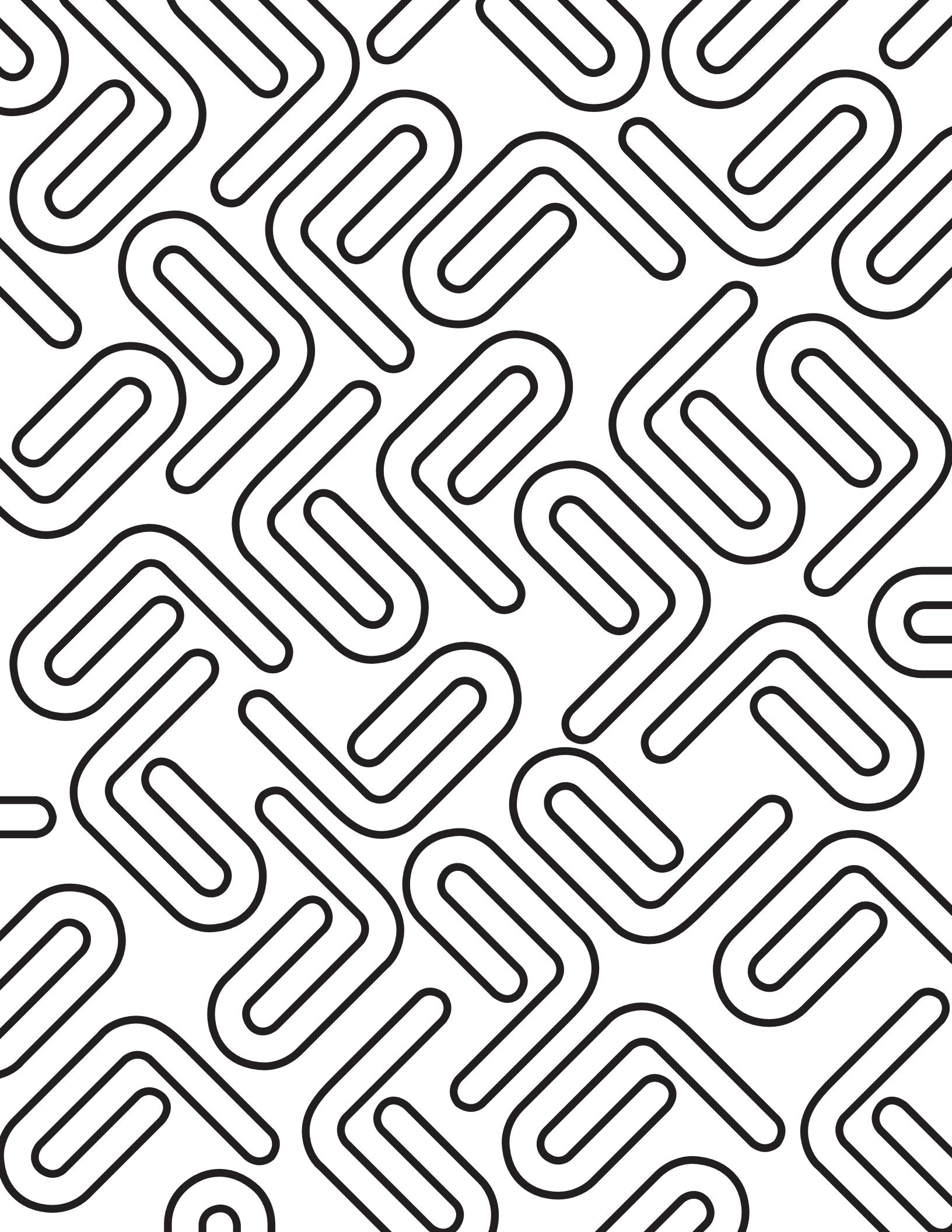
Comunicación:

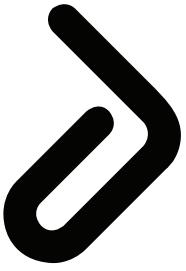
Una de las cosas que más cuesta es llegar a un consenso con los encargados de la institución y los asesores universitarios. Debido a nuestros tiempos que tenemos para los procesos y módulos que tenemos que realizar, debemos estar en comunicación con ambas partes para que tengan el conocimiento de los requerimientos que se tienen de ambas partes. También es bueno que los licenciados que nos estás asesorando conozcan cómo vamos en el desarrollo de nuestro proceso por si llegara a haber algún contratiempo o atraso en alguna actividad y así volver a gestionar el tiempo para trasladar a los distintos encargados.



Piezas gráficas a trabajar:

Debemos aprender a elegir las piezas gráficas que queremos realizar. El conocer qué tipo de piezas necesitamos realizar y que sea funcional para la institución es fundamental, ya que por medio de esto se basa todo nuestro cronograma de trabajo. Debemos saber elegir entre lo que realmente va a servir y comparar con lo que ya existe dentro de la institución para no repetir o copiar algo que ya existe. Cada uno de los diseños que realicemos tienen un fin y debemos ser conscientes para lo que se va a utilizar y como esto va a ayudar a muchas personas que lo verán. Debemos pensar en nuestro grupo objetivo y sus características para diseñar algo funcional.





Capítulo 8

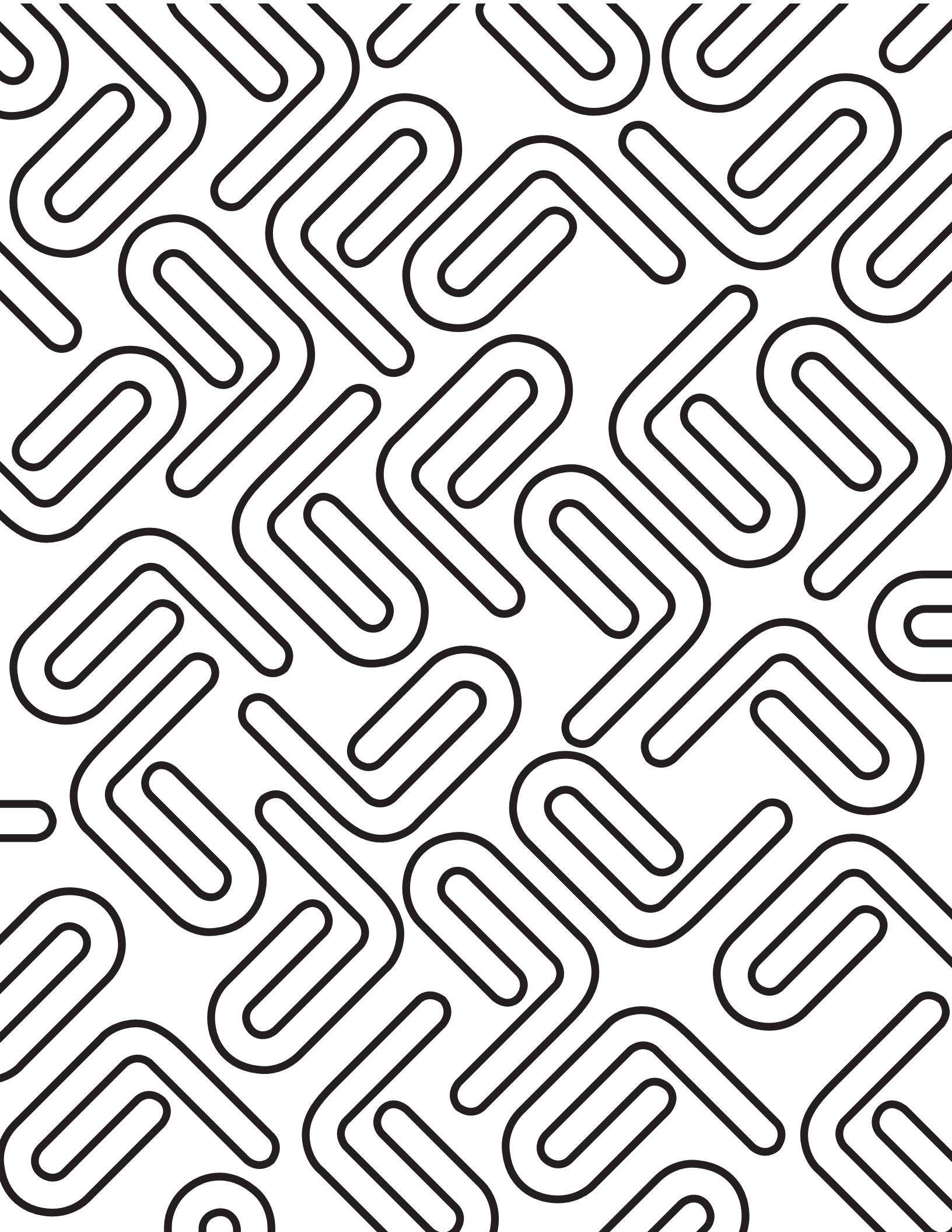
Referencias

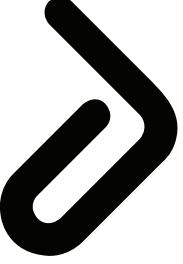


Bibliografía

- Aliados creativos en la comunicación visual, 2009, Universidad de San Carlos de Guatemala, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0682.pdf
- Bustos Rojo, Gabriela. Teorías del diseño gráfico, Red tercer milenio, 2012, http://aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/disenio_y_edicion_digital/Teorias_del_diseño_grafico.pdf
- Calussi, Marcelo. Salud mental en Guatemala 2/2, Plaza pública, 2017, <https://www.plazapublica.com.gt/content/salud-mental-en-guatemala-22>
- Carrazana, Valeria, EL CONCEPTO DE SALUD MENTAL EN PSI-COLOGÍA HUMANISTA–EXISTENCIAL (Universidad Católica Boliviana), 2002, Vol. I, No.1, <http://www.scielo.org.bo/pdf/rap/v1n1/v1n1a01.pdf>
- Castellanos Cifuentes, Ángel Alberto. La publicidad y el diseño gráfico, aliados creativos en la comunicación visual, 2009, Universidad de San Carlos de Guatemala, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0682.pdf
- Código de salud, Artículo 4 Obligación del estado, 1997 Célida Muñoz, Tesis, Observatorio de salud mental en Guatemala Análisis de la situación de la inversión en salud mental, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2009, http://www.biblioteca.usac.edu.gt/tesis/13/13_1647.pdf
- Dávila, H. (1994) La Salud mental. Difusión en Investigación. Ministerio de Desarrollo Humano – Secretaría Nacional de Salud. P. 7, 11-15
- Davini, Gellon de Salluzzi, Rossi. (1978). Psicología General. Argentina: Kapelusz
- Ferrer Franquesa, Alba; David Gómez Fontanills, Imagen y comunicación visual, 2010, https://capdtron.files.wordpress.com/2013/03/ml-m1_imagen-y-comunicacion-visual.pdf

- Gómez, David. Jordi Alberich. Fontanills, Alba Ferrer Franquesa, Conceptos básicos de diseño gráfico, <https://www.exabyteinformatica.com/>
- [uoc/Disseny_grafic/Diseno_grafico/Diseno_grafico_\(Modulo_4\).pdf](http://uoc/Disseny_grafic/Diseno_grafico/Diseno_grafico_(Modulo_4).pdf)
- Leal Rivera, Claudia Anabella. El aporte de Adolfo Nathan al diseño gráfico en Guatemala, Universidad Rafael Landívar, 2006, <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Leal-Claudia.pdf>
- Lom Holguín, Javier Antonio, Actas de diseño No.3, Año II, Vol. 3, Julio 2007, Buenos Aires, Argentina. | 255 páginas, https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_libro=11&id_articulo=5502
- Real Academia Española, Lenguaje, RAE, 2019, <https://dle.rae.es/?id=N7BnIFO>
- Real Academia Española, Emisor, RAE, 2019, <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=emisor>
- Real Academia Española, Mensaje, RAE, 2019, <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=mensaje>
- Real Academia Española, Receptor, RAE, 2019, <https://dle.rae.es/srv/fetch?id=VPm7M2t>
- Ruíz, Roxana. Depresión y ansiedad: las enfermedades mentales más comunes en el país, SOY502, 2016, <https://www.soy502.com/articulo/depresion-ansiedad-enfermedades-mentales-mas-comunes-pais-68696>
- Sittler, Paula. Diseño de material didáctico interactivo sobre las tendencias del diseño visual. Desde la revolución industrial hasta el siglo XXI, 2007, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1888.pdf
- Sittler, Paula. Diseño de material didáctico interactivo sobre las tendencias del diseño visual. Desde la revolución industrial hasta el siglo XXI, 2007, http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_1888.pdf





Capítulo 9

Anexos

Validación 1, bocetaje a mano



Evaluación de Bocetaje; Nivel 1

La siguiente encuesta es realizada para la validación para el proceso de Bocetaje en nivel 1 (bocetos a mano), para la elaboración del proyecto de graduación y EPS que se está realizando para el cambio de marca corporativa de la institución Visión Internacional Plenitud, ubicada en zona 15 de la ciudad capital de Guatemala.

La institución brinda servicios de restauración familiar y salud mental en las cuales se ofrece acompañamiento psicológico profesional para abordar temas Psicológicos, espirituales y mentales.

A continuación encontraras una serie de bocetos hechos a mano para poder evaluar si las propuestas que se tienen, para desarrollar el proyecto para la institución, responde según tu criterio.

Mariposa

La institución utiliza tres mariposas para su logotipo, las siguientes propuestas son la representación de una mariposa; algunas son abstracciones de la misma para poder elaborar una propuesta que se adapte a las necesidades de la institución.

BOCETO NO.1



1. ¿Cuál de las tres opciones tiene más impacto visual ?

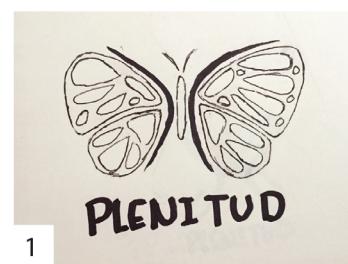
- Opción 1
- Opción 2

2. ¿Cual de las dos opciones es más abstracta?

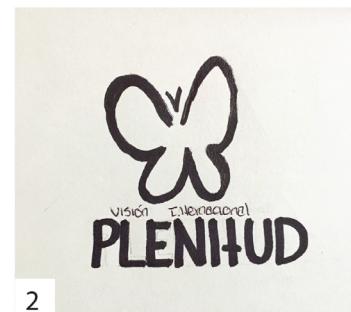
- Opción 1
- Opción 2

3. ¿Cual de las dos opciones es legible?

- Opción 1
- Opción 2



1



2

1. ¿Cuál de las tres opciones tiene más impacto visual ?

- Opción 1
- Opción 2

2. ¿Cual de las dos opciones es más abstracta?

- Opción 1
- Opción 2

3. ¿Cual de las dos opciones es legible?

- Opción 1
- Opción 2

Validaciòn 2, bocetaje digital

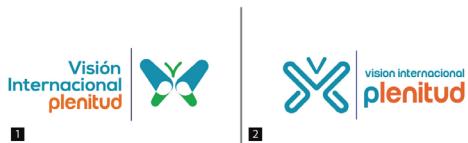


Evaluaciòn de Bocetaje; Nivel 2

Logotipo actual de la instituciòn



A continuaciòn se le presentan distintas propuestas de logotipo con distintas presentaciones, responda segùn su criterio.



1 2



3



¿Cuál de las tres opciones tiene más impacto visual ?

- Opción 1
- Opción 2
- Opción 3

¿Por qué?



Visión
Internacional
plenitud 

vision internacional
plenitud

Visión
Internacional
plenitud 

vision internacional
plenitud

Visión
Internacional
plenitud 

vision internacional
plenitud

¿En cuál de las tres opciones te parece adecuada la aplicación de color?

Opción 1
 Opción 2
 Opción 3

¿Por qué?

Visión
Internacional
plenitud 

vision internacional
plenitud

Visión
Internacional
plenitud 

vision internacional
plenitud

Visión
Internacional
plenitud 

vision internacional
plenitud

¿Cuál de las tres opciones es más distintivo?

Opción 1
 Opción 2
 Opción 3

¿Por qué?

Validación 3, Propuesta final



Evaluación de Bocetaje; Nivel 3 Propuesta Final

La siguiente encuesta es realizada para la validación de la propuesta final que se realizó para la elaboración del proyecto de graduación y EPS que se está realizando para el cambio de marca corporativa de la institución Visión Internacional Plenitud, ubicada en zona 15 de la ciudad capital de Guatemala.

La institución brinda servicios de restauración familiar y salud mental en las cuales se ofrece acompañamiento psicológico profesional para abordar temas Psicológicos, espirituales y mentales.



¿Considera que el logotipo es fácil de recordar?

- Sí
- No

¿Por qué?

¿Considera que el logotipo es una buena representación de una mariposa?

- Sí
- No

¿Por qué?

¿Se siente identificado con el logotipo?

- Sí
- No

¿Por qué?





¿Considera que el logotipo se adapta y se ve bien en blanco y negro?

Sí
 No

¿Por qué?



¿Si usted ve el isotipo (figura) puede recordar el logotipo completo?

Sí
 No

¿Por qué?



¿Considera que la paleta de color esta bien aplicada dentro del logotipo?

Sí
 No

¿Por qué?

Color



La paleta de color le parece apropiada para la aplicación en el logotipo, tomando en cuenta que el tema que se está trabajando es sobre salud mental.

Poco 1 2 3 4 5 Bastante

¿Por qué?

Tipografía

Plenitud **plenitud** **Plenitud**

■ ■ ■

¿Qué tipografía le parece mas adecuada para la aplicación dentro del logotipo?

Opción 1
 Opción 2
 Opción 3

Guatemala, marzo 01 de 2021.

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

Señor Decano:

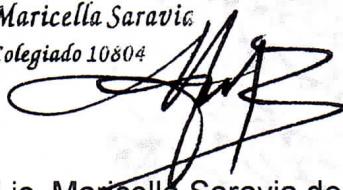
Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **DANIEL ANDRÉS GONZÁLEZ GARCÍA**, Carné universitario: 201501068, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MARCA CORPORATIVA DE LA INSTITUCIÓN VISIÓN INTERNACIONAL PLENITUD, PARA DARSE A CONOCER DENTRO DEL TERRITORIO NACIONAL GUATEMALTECO**, 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

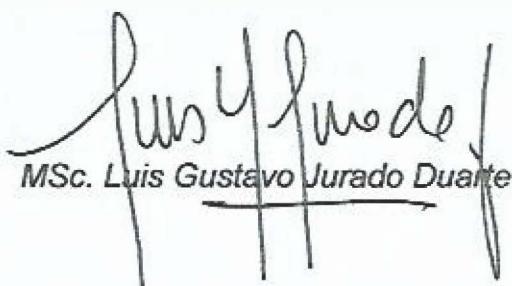
LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Oficina: Centro Histórico, 1^a. Calle 10-26 Z 1.
Teléfonos: 3122 6600 - 2252 9859 - maricellasaravia@hotmail.com

Diseño de marca corporativa de la institución Visión Internacional Plenitud, para darse a conocer dentro del territorio nacional guatemalteco
Proyecto de Graduación desarrollado por:



Daniel Andrés González García
Asesorado por:



MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte



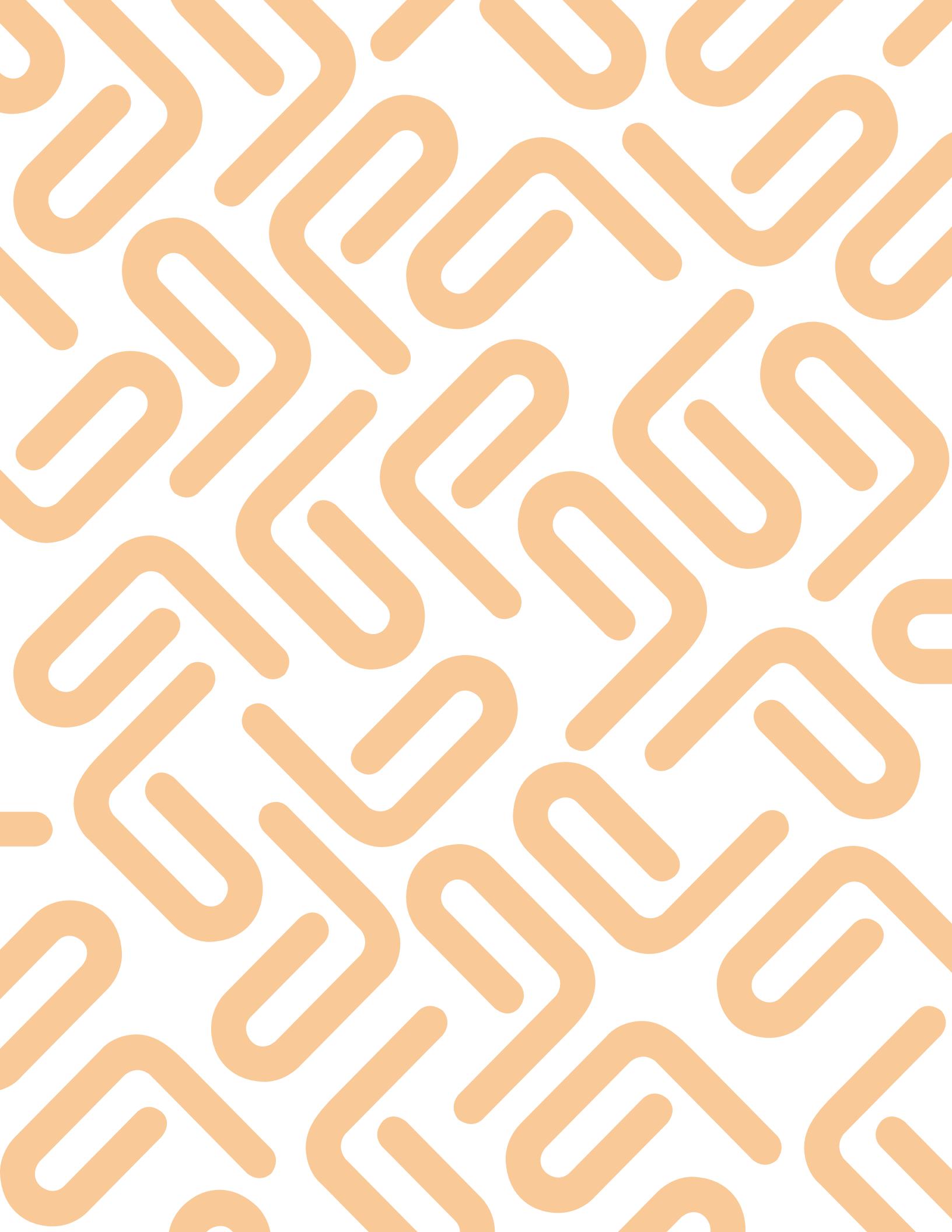
MSc. Salvador René Gámez Mora

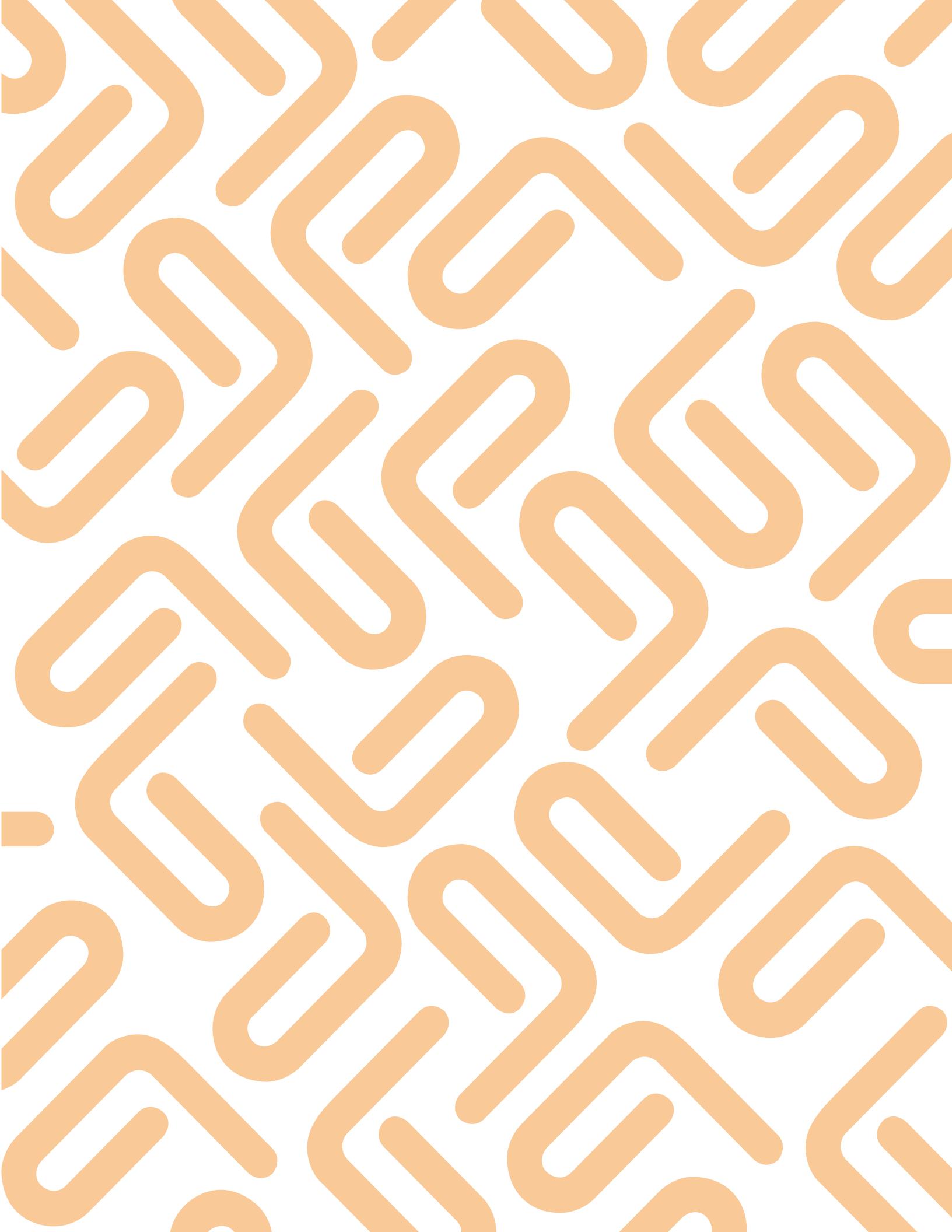


Licda. Luisa Francisca Martínez Quiñonez

Imprímase:









USAC
TRICENTENARIO
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA