



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

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

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

## **Diseño de Manual de Identidad Gráfica**

Para la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería  
de la Universidad de San Carlos de Guatemala ubicada en la ciudad capital.

**Presentado por:**  
María del Carmen Sagastume Flores

**Al conferírsele el título de:**  
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, mayo de 2025





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

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

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

## **Diseño de Manual de Identidad Gráfica**

Para la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería  
de la Universidad de San Carlos de Guatemala ubicada en la ciudad capital.

Proyecto de Graduación elaborado por:  
María del Carmen Sagastume Flores

Para optar al título de:  
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, mayo de 2025

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

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
Decano

Msc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque  
Vocal II

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas  
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola  
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez  
Vocal V

M. A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría  
Secretario Académico

## Tribunal examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
Decano

M. A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría  
Secretario Académico

Lic. Marco Antonio Morales Tomas  
Asesor Metodológico

Lcda. Margarita Del Carmen Tobar Arriola  
Asesor Gráfico

Lcda. Lourdes Pérez  
Tercer Asesor

---

# Dedicatoria

## A mi mamá

Por motivarme cada día con su apoyo y palabras de aliento para seguir a delante a pesar de todas las adversidades que se presentaban, por estar siempre para mí cuando la necesitaba.

## A mi hermano

Por estar en todos los aspectos de mi formación de la carrera, a pesar de nuestras diferencias, sabemos que no estaríamos completos sin el uno con el otro. Por acompañarme en las desveladas mientras hacía tareas... y él jugaba valorant.

## A mi familia

Por siempre mostrar orgullo de mí al saber que esta etapa estaba cerca a culminar y finalizaría mis estudios universitarios.

## A mis amigos

Por todos los momentos increíbles que pasamos, los buenos recuerdos que me llevo de la universidad junto con ellos y sé que tendremos más tiempo para crear recuerdos, los cuales atesoraremos en el camino, gracias por todo Jenny y Jair.

## A mi papá

Por apoyarme también, sé que se siente orgulloso de la persona que me he convertido durante todo este tiempo y que esto es solo el comienzo.

## A mis gatitos

Por estar incluso en las madrugadas junto conmigo, esperando a que fuera a mi cama para ir conmigo a dormir, por los momentos graciosos mientras estaba estresada y frustrada por muchas cosas, ellos lograban hacerme reír. En especial a Simba que sé que desde el cielo está jugando y recordando el tiempo juntos.

## A mis asesores

A quienes les debo una gran parte de mi formación académica, que con sus consejos y comentarios constructivos me llevaron a tomar mejores decisiones y mejorar muchos aspectos durante todo este proceso de formación. Siempre los recordaré por su gran aprecio y dedicación a su trabajo. En especial, al Lic. Marco Morales y a la Lcda. Margarita Tobar, por compartir sus conocimientos y consejos. Los cuales atesoraré y siempre pondré en práctica.

---

# Índice

## 01 Introducción

- Antecedentes 12-13
- Justificación el proyecto 14
- Objetivos del proyecto 15

## 02 Perfiles

- Perfil de la institución 18-20
- Perfil del grupo objetivo 21-23

## 03 Planeación Operativa

- Flujograma de producción gráfica 26-27
- Cronograma de actividades del proyecto de graduación 27
- Previsión de recursos y costos del proyecto de graduación 28

## 04 Definición creativa

- Ventajas y desventajas técnicas de la pieza a diseñar 32
- Descripción de la estrategia de comunicación institucional 33
- Brief 34-35
- Conceptualización 36-37
- Premisas de diseño 38
- Referentes visuales 39

## 05 Marco teórico

- Educación superior en Guatemala 42-59
- Manual de marca 60-80
- Fuentes consultadas 81-87

---

## 06 Producción y evaluación gráfica

- Visualización Nivel 1 90-97
- Visualización Nivel 2 97-104
- Visualización Nivel 3 105-108

## 08 Síntesis

- Lecciones aprendidas 138-139
- Conclusiones 140
- Recomendaciones 141-142
- Fuentes consultadas 143-149

## 07 Presentación de la pieza gráfica

- Presentación final 112-114
- Presentación gráfica de la pieza completa 114-131
- Orientaciones técnicas para reproducir e implementar las piezas gráficas 132
- Costos de la producción gráfica 133
- Costos de reproducción de la pieza diseñada 134
- Entrega de la pieza diseñada a la institución 135

## 09 Anexos

- Anexos 152-162



---

# Presentación

El principal propósito del proyecto de graduación es implementar y poner en práctica todos los conocimientos que se han aprendido durante el ciclo universitario de la carrera.

Como diseñadores es importante irse desarrollando en el ámbito exterior y laboral. Enfrentar diversos proyectos o trabajos los cuales irán formando el carácter profesional y generando experiencia que en un futuro será de valor ante distintas entidades o personas las cuales queramos ofrecer nuestros servicios.

Como Sancarlistas tenemos un deber con la sociedad y poder devolver de algún modo el conocimiento y práctica que tenemos para que este sea utilizado a beneficio de la sociedad guatemalteca y poder ir solucionando, aportando o corrigiendo ciertos problemas en el país para tener un mejor futuro nosotros y las demás generaciones que vienen.

Este proyecto que se estará presentando se basa en el apoyo a instituciones no gubernamentales, la cual se enfoca en brindar educación superior a los jóvenes guatemaltecos para un mejor futuro y desarrollo de la sociedad como lo hace la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala que se dedica a la educación superior de jóvenes guatemaltecos que se interesan por la ciencias y computación de la ciudad de Guatemala y sus alrededores.

Se analizó el grupo objetivo de la institución, el entorno en el que se maneja y la forma de comunicarse y ser vista ante la sociedad. Así mismo, un diagnóstico previo de la institución para encontrar la problemática a tratar; conceptualización, premisas de diseño y validación de las piezas a diseñar.

En el presente informe se evidencia el proceso que se llevó a cabo para la solución a la problemática y con ello concretar exitosamente el proyecto de graduación.



---

# 01 Introducción

- Antecedentes 12-13
- Justificación el proyecto 14
- Objetivos del proyecto 15

## Antecedentes

Históricamente, la educación superior ha sido con frecuencia inaccesible para ciertos grupos marginados como el de mujeres, minorías étnicas y raciales, las personas con discapacidad y aquellas en situación de pobreza. La educación superior permite a los individuos expandir sus conocimientos y habilidades, expresar de forma clara sus pensamientos tanto de forma oral como de escrita, entender y dominar conceptos y teorías abstractas, e incrementar su comprensión acerca de sus comunidades y del mundo. También se ha demostrado que la educación superior mejora la calidad de vida de los individuos; los estudios muestran que comparados con graduados de educación media superior (preparatoria), los egresados de universidades tienen una vida útil más prolongada, un mejor acceso a servicios sanitarios, mejores prácticas alimentarias y de salud, más estabilidad y seguridad económica, más empleo estable y satisfacción laboral, menos dependencia en asistencia gubernamental, mayor comprensión acerca del gobierno, mayor servicio y liderazgo comunitario, más autoconfianza, y menor actividad criminal y posibilidad de encarcelamiento. Además, los egresados universitarios poseen un mayor índice de acceso a internet, y más tiempo para dedicar a actividades de ocio, entretenimiento o artísticas, así como mayores índices de votación.<sup>1</sup>

La Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala fue fundada en 1970, desde hace 52 años ha velado por la formación de jóvenes en la educación superior y su motivo principal es apoyar la solución de los problemas del desarrollo integral del país a través del potencial que contiene la aplicación de técnicas propias del área de computación y de la visión de sistemas.

Con un promedio de 500 estudiantes inscritos por año en la carrera durante años de operación de la institución se ha encargado de informar, educar y capacitar a los estudiantes mediante talleres y charlas para motivar e incentivar el adquirir conocimientos actualizados y de gran valor para su carrera profesional y personal.

<sup>1</sup>. "Educación superior | Naciones Unidas", United Nations, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.un.org/es/impactoacademico/educación-superior>

## **Antecedentes e identificación del problema de comunicación visual**

El principal canal de comunicación de La Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala son las redes sociales, ya que el grupo objetivo tiene mayor interacción por ese medio de comunicación. Por el cual genera contenido de interés tanto para los actuales estudiantes y posibles nuevos ingresos a la carrera.

Existía un déficit en la comunicación, ya que no se contaba con línea gráfica lo cual causaba cierto impedimento en el desarrollo visual de la asociación y posicionamiento ante el grupo objetivo y demás instituciones de la misma facultad, por lo que esto no le permitía llegar a sus objetivos.

La persona encargada del manejo y comunicación por medio de las distintas redes desconoce los términos y principios de normativas gráficas en el ámbito del diseño gráfico, diagramación e incluso el uso de programas de diseño. La falta de conocimientos en estos temas ha ocasionado que se tengan publicaciones y comunicaciones desalineadas en lo que es la línea gráfica de la institución generando poca formalidad e impregnancia en el usuario. Derivado de lo expuesto con anterioridad se busca dar solución y proporcionar las herramientas correspondientes a la institución para mejorar, siendo estas; un manual de identidad gráfica, plantillas y manuales de uso para que el personal pueda capacitarse y tener una herramienta fácil de utilizar para emplear el uso de la marca de una forma adecuada.

# Justificación del proyecto

## Trascendencia del proyecto

La creación de un manual de marca para uso institucional suple la necesidad de contar con una guía de respaldo para la elaboración de materiales gráficos que sean de apoyo para la comunicación entre la institución y el grupo objetivo. Proporcionar dicho material facilitará la comprensión de la información que se le esté transmitiendo al grupo objetivo por un tiempo indefinido.

Se apoya a la sociedad para una mejor comprensión de los temas y a su vez facilitar el acceso a la información. De no intervenir en este aspecto gráfico de normativas de marca, la información se perderá en el medio utilizado, dificultando la comprensión y posicionamiento de la institución ante la sociedad. Al mejorar la comunicación se obtendrá a largo plazo un mejor resultado derivado al incremento de interacción con el grupo objetivo.

## Incidencia del Diseño Gráfico en el proyecto

El apoyo a la institución por medio del diseño gráfico en un manual de identidad para uso institucional, es un aporte a los métodos de formación del grupo objetivo, para facilitar la comprensión y retención de lo que se les está comunicando.

La intervención de los materiales divulgativos cumple la función de ordenar y priorizar la información para que esta sea captada de la mejor manera y así brindar la comodidad y seguridad de lo transmitido.

El uso de un manual de marca ayuda a las decisiones racionales y conscientes en el proceso la maquetación y composición de las publicaciones, que aseguran el cumplimiento del objetivo bajo el cual es diseñado.

Se busca dar una solución prudente a la institución para que puedan divulgar e informar de manera más práctica y entendible, sobre todo, que ayude a la comprensión de la información en los medios transmitidos.

## Factibilidad del proyecto

Actualmente ya cuenta con un logo, el cual es el que se utiliza en todas las plataformas de comunicación por parte de la institución. También se tiene

el compromiso por parte de la institución para realizar la producción de los materiales, ofreciendo disponibilidad de tiempo y de personal que estará realizando las piezas de diseño gráfico basándose en el manual de marca, para lograr que se realice de manera óptima. Por otro lado, el proyectista cuenta con amplia experiencia de más de tres años en la creación de manuales de identidad y branding, así como habilidades y capacidades en el tema, que facilitan el desarrollo de las piezas que conforman el proyecto. Además, posee también un equipo técnico en buen estado, que es necesario para realizarlo. La suma de las condiciones mencionadas aseguran un resultado acertado en la ejecución y culminación del proyecto, en tiempo y alta calidad, que cumpla con las metas propuestas.

## **Objetivos del proyecto**

### **Objetivo General**

Contribuir a mejorar la línea gráfica de la institución, estableciendo normativas de uso para que esta sea implementada de una manera efectiva en cuanto a comunicación con el grupo objetivo y a su vez sea adecuada para los medios de divulgación por la cual esta se comparte garantizando así un mejor posicionamiento tanto de marca como de conocimiento de la institución, logrando así una comunicación efectiva con los estudiantes y aspirantes a esta institución, creciendo así en la formación de jóvenes en el ámbito de educación superior.

### **Objetivo específico de comunicación**

Contribuir al fortalecimiento y mejorar la comunicación de información relevante durante el proceso de formación del estudiante de la institución y posibles aspirantes a ella por medio de publicaciones bien estructuradas visualmente para que esta sea fácil de comprender por el lector, tanto a nivel gráfico como informático.

### **Objetivo específico de diseño gráfico**

Diseñar un manual de marca institucional de alto nivel gráfico y de fácil comprensión para que las personas encargadas puedan hacer uso de el de manera adecuada al momento de implementarlo en los recursos a diseñar por parte de la institución.



---

## 02 Perfiles

- Perfil de la institución 18-20
- Perfil del grupo objetivo 21-23

## Perfil de la institución

A continuación, se presentan datos relevantes de la La Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Se dará a conocer más acerca de la institución, su filosofía y grupo objetivo.

### Antecedentes de la institución

La Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tiene un tema central de estudio son las ciencias de la computación y los sistemas de información. Los programas académicos ofrecidos por esta misma poseen como motivo principal apoyar la solución de los problemas del desarrollo integral del país a través del potencial que contiene la aplicación de técnicas propias del área de computación y la visión de sistemas.

### Historia

La carrera de Ingeniería en Ciencias y Sistemas a nivel de licenciatura fue creada por la Junta Directiva de la facultad de Ingeniería en su sesión del 25 de septiembre de 1970.

La misma empezó a Funcionar en 1972, y en ese entonces se definió como: La ingeniería en Ciencias y Sistemas es aquella rama de la Ingeniería que trata con los problemas característicos en la planificación, diseño, operación y control de los sistemas en gran escala que tienen su origen con el desarrollo tecnológico de la sociedad.

En 1977 se modificó temporalmente la carrera por un programa de posgrado con el nombre de Maestría en Sistemas, dirigido principalmente a aquellos profesionales con títulos de Ingeniería, Arquitectura, Economía o Administración de Empresas, que por la naturaleza de su trabajo requerían de profundizar en las nuevas técnicas que ofrecía el enfoque de sistemas.

En 1982 la Junta Directiva nombró una comisión de profesionales cuyo objetivo fue determinar el marco conceptual, necesidades y enfoque para la enseñanza de la computación y las técnicas del enfoque de sistemas en la Facultad.

Finalmente, se optó por una carrera con el enfoque de Ingeniería en Computación, sin dejar por un lado los conocimientos del área de metodología de ciencias y

sistemas, para los cuales esta carrera deberá actuar como vehículo de introducción y transmisión dentro de la Facultad de Ingeniería. Como consecuencia de lo anterior, la Junta directiva de la Facultad, en sesión del 9 de noviembre de 1982, decidió reestructurar el pensum de estudios de la carrera, haciendo ver la necesidad de brindar a los estudiantes guatemaltecos la oportunidad de estar al día en los últimos adelantos científicos, que es necesario el desarrollo académico en el área de procesamiento de la información y de los sistemas.

## Filosofía de la institución

El motivo principal es apoyar la solución de los problemas del desarrollo integral del país a través del potencial que contiene la aplicación de técnicas propias del área de computación y de la visión de sistemas.

**Misión:** Desarrollar en el alumno las competencias que garantizan el éxito en la construcción del conocimiento a través de los diferentes estilos de aprendizaje y fomentar la investigación permanente para permitir una mejor calidad de vida a la comunidad. Teniendo en cuenta las opciones del mercado actual en el país (logística, administración, tecnología de la información, finanzas, contabilidad, comercio, etc.), y también el mercado internacional, hacen una gran demanda global y competitividad en la actualidad.

**Visión:** El estudiante de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala será reconocido como un profesional superior, en base al conocimiento incorporado en el currículo de estudios para capacitar a los estudiantes de manera integral, dándoles las herramientas adecuadas para su desarrollo profesional.

**Valores:**

- Conocimiento
- Auto aprendizaje
- Superación personal
- Liderazgo

## Áreas de cobertura geográfica

Las áreas que cubre la institución actualmente son a nivel nacional, aunque, debido a la pandemia todo se ha estado trabajando de forma virtual, permitiendo a los estudiantes poder conectarse desde cualquier parte del país.

## Población meta

La población a la que la institución quiere llegar es principalmente a jóvenes interesados por la carrera y que estén cursando actualmente o aspiren a ingresar para así tener un contacto con ellos desde ya y crear mejores vínculos con su grupo objetivo.

## Diseño de materiales de comunicación gráfica

La Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala actualmente maneja de forma digital su comunicación a través de las redes sociales, página web y canal de YouTube, al igual que la revista que genera por su parte y es publicada en los mismos medios.



Figura 1. Conferencias informativas para estudiantes, introducción a modelos mentales. (2022) Facebook.com/ecysFIUSAC/

## Perfil del grupo objetivo

Para el proyecto de comunicación es importante saber a quién irá dirigido para poder delimitar y caracterizar la línea gráfica para que esta pueda ser de alto impacto e influenciar en el grupo objetivo. A continuación, se describen las siguientes características.<sup>2</sup>

### Características sociodemográficas

- **Edad:** Jóvenes entre 18 y 27 años de edad
- **Género:** Hombres y mujeres
- **Estado civil:** Solteros y casados
- **Idioma:** Español
- **Ubicación:** Ciudad capital y estados departamentales
- **Formación académica:** Concluida la educación media, cursado educación superior
- **Ocupación:** Trabaja y estudia

### Características socioeconómicas

- **Nivel socioeconómico:** Nivel C3
- **Ingresos familiares:** La familia en general tiene un ingreso mensual entre Q12,000
- **Tipo de vivienda:** Cuentan con una vivienda formal, entre propia y alquilada.
- **Medios de transporte:** Un 60% utiliza transporte público y el otro 40% posee un medio de transporte propio o es de la familia.
- **Herramientas de estudio:** El 100% de los estudiantes cuentan con dispositivos inteligentes que le facilita el acceso a información y cuentan con conexión a Internet.

<sup>2</sup>. Encuesta: Perfil del grupo objetivo, Google forms, Marzo, 2022.

## Características psicográficas

**Estilo de vida:** Tiene un estilo de vida tranquilo, le gusta estar actualizado en todo lo que sea tecnología y avances alrededor del mundo.

**Personalidad:** Son personas curiosas y autodidactas, se plantean muy a menudo como evolucionar o innovar para un bien general y crear una diferencia.

**Pasatiempo, aficiones y valores:** Debido a su estilo de vida, le interesa estar navegando por Internet buscando artículos o aprendiendo cosas nuevas que estén en tendencia o innovando en otros países lo cual le llame la atención.

**Religión:** En lo que se puede hablar de religión, la mayoría son católicos y otros no lo ven como algo de interés.

**Cultura visual:** El grupo objetivo debido a sus intereses y estilo de vida ve todo tipo de material visual, por lo que tiene un amplio antecedente tanto en el medio digital como en medios impresos. <sup>3</sup>

## Características psicopedagógicas

**Entorno escolar:** La mayor parte del grupo objetivo culmina su educación media en una institución privada.

**Familiar:** La mayor parte de las familias está constituida por ambos padres y hermanos, en las cuales la familia completa del estudiante trabajan.

**Método de aprendizaje:** Los métodos de aprendizaje detectados a través del instrumento de investigación son en clases presenciales y Online, por lo que para ciertas clases se les hace más fácil vía Internet ya que pueden poner en práctica lo visto en el momento. Por otro lado, unos prefieren presencial ya que la resolución de dudas se da mucho mejor así al igual que las explicaciones. <sup>4</sup>

<sup>3</sup>. Encuesta: Perfil del grupo objetivo, Google forms, Marzo, 2022

<sup>4</sup>. Encuesta: Métodos de aprendizaje, Google forms, Abril, 2022

## **Relación del grupo objetivo con la institución**

La institución brinda educación superior para jóvenes que estén interesados en la carrera y realicen las pruebas correspondientes para poder ingresar, teniendo así a la mano charlas, talleres y capacitaciones por parte de la escuela para que puedan seguir creciendo de forma educativa y profesional. Estas se han impartido en auditorios y de forma a distancia vía online, teniendo actividades las cuales se puedan adaptar a las distintas normalidades (presencial y virtual). A raíz de esto han creado lo que es una revista digital (2014- actualmente) para que puedan tener información actualizada no solo del país si no de forma internacional. <sup>5</sup>

<sup>5</sup>. Encuesta: Perfil del grupo objetivo, Google forms, Marzo, 2022



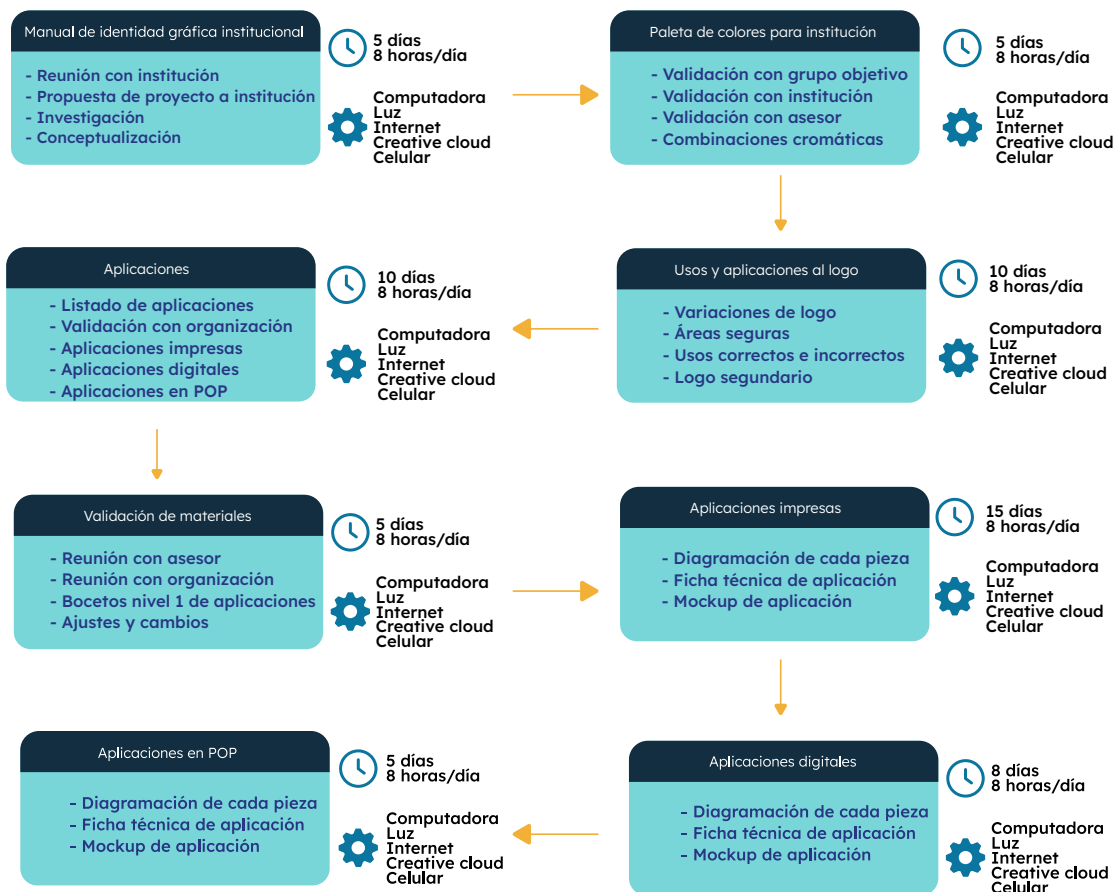
---

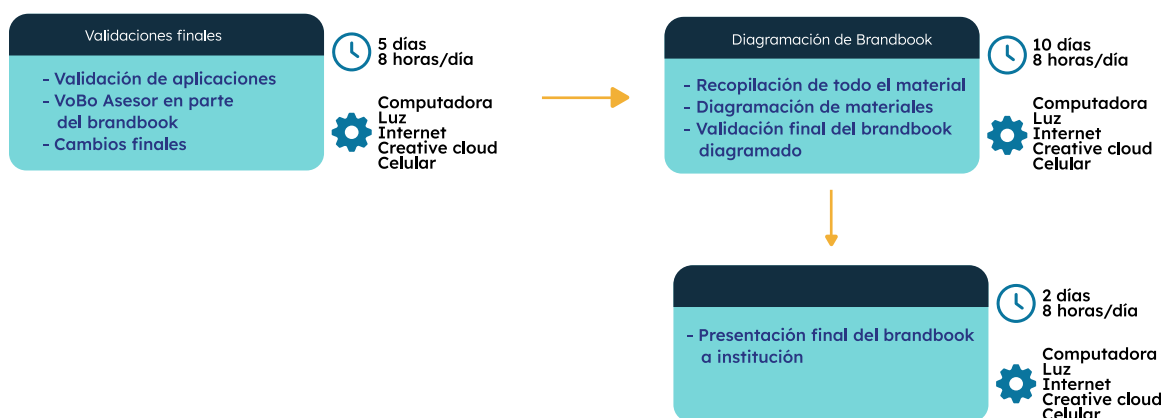
## 03 Planeación Operativa

- Flujograma de producción gráfica 26-27
- Cronograma de actividades del proyecto de graduación 27
- Previsión de recursos y costos del proyecto de graduación 28

# Flujograma de producción gráfica

Para el desarrollo de la pieza gráfica de este proyecto es fundamental delimitar los tiempos de trabajo, recursos y materiales a utilizar durante el proceso de desarrollo. En el presente flujograma se detallan los aspectos en base a cada etapa.





## Cronograma de actividades del proyecto de graduación

Con base en el flujograma con las fases definidas, se establece un tiempo específico para cada actividad que se va a desarrollar, con el fin de mejorar tiempos de entrega y organización del proyecto.

| ACTIVIDADES                                                   | AGOSTO |    |    |    | SEPTIEMBRE |    |    |    | OCTUBRE |    |    |    |
|---------------------------------------------------------------|--------|----|----|----|------------|----|----|----|---------|----|----|----|
|                                                               | S1     | S2 | S3 | S4 | S1         | S2 | S3 | S4 | S1      | S2 | S3 | S4 |
| Presentación de propuestas a institución                      | ■      |    |    |    |            |    |    |    |         |    |    |    |
| Desarrollo del marco teórico                                  | ■      | ■  | ■  |    |            |    |    |    |         |    |    |    |
| Entrega de protocolo con correcciones                         |        |    | ■  |    |            |    |    |    |         |    |    |    |
| Borrador del marco teórico                                    |        |    | ■  | ■  |            |    |    |    |         |    |    |    |
| Definición de estructuración y contenido para manual de marca |        |    |    | ■  | ■          |    |    |    |         |    |    |    |
| Primeras propuestas de gama cromática                         |        |    |    |    | ■          |    |    |    |         |    |    |    |
| Estructuración de instrumentos de validación (GO/INST)        |        |    |    |    |            | ■  |    |    |         |    |    |    |
| Aplicación de instrumentos de validación                      |        |    |    |    |            | ■  | ■  |    |         |    |    |    |
| Resultados de validaciones                                    |        |    |    |    |            |    |    | ■  |         |    |    |    |
| Segunda validación con GO/INST                                |        |    |    |    |            |    |    |    | ■       |    |    |    |
| Diagramación del material                                     |        |    |    |    |            |    |    |    | ■       | ■  |    |    |
| Fundamentación y lineamientos                                 |        |    |    |    |            |    |    |    |         | ■  | ■  |    |
| Recursos y costos                                             |        |    |    |    |            |    |    |    |         |    | ■  |    |
| Elaboración de informe final                                  |        |    |    |    |            |    |    |    |         |    |    | ■  |

## Previsión de recursos y costos del proyecto de graduación

Para el desarrollo del proyecto se definen los recursos a utilizar y el gasto representado por cada uno.

| DESCRIPCIÓN             | MONTO        |
|-------------------------|--------------|
| Recurso humano          | --:--        |
| Herramientas de trabajo | Q. 7, 714.00 |
| Recursos y servicios    | Q. 6,720.00  |
| Depreciación de equipo  | Q. 5,320.00  |
| Alimentación            | Q. 920.00    |
| Tiempos                 | --:--        |





---

## 04 Definición creativa

- Ventajas y desventajas técnicas de la pieza a diseñar 32
- Descripción de la estrategia de comunicación institucional 33
- Brief 34-35
- Conceptualización 36-37
- Premisas de diseño 38
- Referentes visuales 39

## Ventajas y desventajas técnicas de la pieza a diseñar

En la elaboración del plan diagnóstico de la institución se detectaron problemas de comunicación relevantes que dan la oportunidad para el desarrollo de un proyecto de comunicación visual.

| PROYECTO                         | VENTAJAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | DESVENTAJAS                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Manual de identidad gráfica      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en conjunto con personal de la institución</li> <li>• Tiempo dedicado sin fines de lucro</li> <li>• Comunicación directa con la institución</li> <li>• Experiencia en proyectos similares</li> <li>• Una guía en la que se pueden respaldar al momento de diseñar</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimiento en el uso de materiales</li> <li>• No hay una persona en específico de esta área</li> <li>• Falta de experiencia en el manejo de manuales de identidad y ejecución por parte de la institución</li> </ul> |
| Rediseño de página web           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en conjunto con ingenieros encargados de la página</li> <li>• Comunicación directa y disposición a cambios rápidos</li> <li>• En base al manual de marca ya se tendrá una guía de diseño</li> </ul>                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dichos cambios puede que no sean aplicables a la página</li> <li>• Falta de mantenimiento y alimentación de la página en calidad de contenido</li> <li>• Desactualización de contenido dentro de la página</li> </ul>           |
| Manuales de usuario y materiales | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejor control en áreas de contenido y distribución</li> <li>• Guía de respaldo y consulta para un mejor manejo de los materiales diseñados con anterioridad</li> <li>• Capacitación a las personas encargadas para un uso efectivo</li> </ul>                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio constante de las personas encargadas</li> <li>• Poco conocimiento del área de diseño gráfico</li> <li>• Falta de seguimiento en las distintas plataformas</li> </ul>                                                     |

De las oportunidades encontradas, según las necesidades de comunicación visual de la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas, se ha definido por factibilidad e importancia el implementar el proyecto de Manual de identidad gráfica, ya que partiendo de este se pueden subsanar las otras necesidades. Teniendo una calidad gráfica a nivel general y mejor manejo de esta por parte del personal de la institución. Establecer una línea gráfica y un manual que pueda respaldar y fundamentar los usos de esta misma en distintos medios y aplicaciones. Generando mayor impacto de atención y posicionamiento en los estudiantes y aspirantes a la escuela.

## **Descripción de la estrategia de comunicación institucional en la que se integra el proyecto**

Para el desarrollo del proyecto, se conocen los antecedentes que motivan la realización de dicho proyecto, por lo que se detalla a que áreas se estará aportando.

### **Contenidos a comunicar**

Con la línea gráfica establecida, se comunicará profesionalismo y una constante actualización en el ambiente de la educación superior.

### **Propósito de la comunicación**

Con este proceso se espera un mejor posicionamiento a largo plazo, una mejor imagen a nivel institucional la cual pueda ser reconocida de mejor manera por el grupo objetivo activo y los aspirantes a formar parte de ella teniendo un manejo más profesional a nivel institucional por sus integrantes.

### **Herramienta de implementación**

Esto se normará a través de un manual de marca, el cual estará en formato digital e impreso para las consultas de las personas encargadas del uso de la línea gráfica. Dentro del manual estarán tanto los manejos en formatos digitales como impresos y los distintos medios de aplicaciones, variaciones, usos correctos e incorrectos de la marca.

### **Proceso de realización**

Durante el proceso de elaboración del proyecto, este será realizado por la proyectista con continuo asesoramiento tanto de los encargados de la institución, asesores gráficos universitarios y el tercer asesor, en este caso un experto en el ámbito del diseño gráfico.

## Tiempo de desarrollo

El proceso de desarrollo del proyecto se tiene determinado de 2 a 3 meses como máximo, debido a las validaciones, propuestas y funcionalidades tanto dentro como fuera de la institución para establecer la funcionalidad de una mejor manera.

## Implementaciones

Dicho manual será implementado a nivel general para la Escuela, tanto en medios propios ya sean digitales o impresos, o bien, algún tercero que trabaje en conjunto con la escuela deberá de regirse a las normas de uso de marca de esta para mantener y respetar lo normado por el manual de identidad gráfica.

## Brief

### Título del proyecto

Diseño de manual de identidad gráfica para fortalecer la imagen institucional, tener una mejor presentación y unificación en la línea gráfica de la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### Objetivo del proyecto

Brindar una línea gráfica establecida con los lineamientos y normativos necesarios para tener una mejor comunicación visual con el grupo objetivo, a la vez formar una imagen limpia, profesional y de alto impacto visual para el grupo.

### Descripción del proyecto

Desarrollo de la identidad gráfica a través de combinaciones cromáticas que evoquen armonía, profesionalismo e innovación para posicionar a la escuela de ingeniería en ciencias y sistemas con el grupo objetivo generando una conexión más comprensible y a la vez captar la atención de los aspirantes a la misma.

## Información de la institución

La Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, tiene un tema central de estudio son las ciencias de la computación y los sistemas de información. Los programas académicos ofrecidos tienen como motivo principal apoyar la solución de los problemas del desarrollo integral del país a través del potencial que contiene la aplicación de técnicas propias del área de computación y la visión de sistemas.

## Forma de comunicación

Todo el material es comunicado de forma digital por medio de las redes sociales, son elaborados por el personal y el principal tema de comunicación son las conferencias o talleres que preparan para los estudiantes.

## Medios de comunicación

La identidad gráfica será implementada tanto en medios digitales como impresos, dado que esta será utilizada a nivel general tanto como en las instalaciones y por el personal.

## Grupo objetivo

Mujeres y hombres entre las edades de 18 y 35 años de edad, que residen, principalmente, en la capital y a sus alrededores, con un nivel socioeconómico medio-alto. Personas interesadas por la tecnología, tranquilas, autodidactas y con un nivel de observación y retención de información bastante alto.

# Conceptualización

Para el desarrollo de la línea gráfica y que esta tenga una mejor aceptación y comprensión por el grupo objetivo se buscan insights para generar un mejor apoyo al proyecto. Para esto se utilizarán 3 métodos:

- Relaciones forzadas
- Lista de Kent y Rosanoff
- SCAMPER

## Relaciones forzadas

Esta técnica consiste en crear asociaciones de ideas o conceptos según conexiones menos directas, de esta técnica surgen conceptos originales la cual es muy útil para generar ideas complementarias.

Moderno + Imagen = Imagen moderna

Marca + Tecnología = Marca actualizada

**Software + Conocimiento = Actualizando los conocimientos**

## Lista de Kent y Rosanoff

Esta técnica consiste en enlistar palabras referentes al tema que se esté trabajando, de esas escoger las que mejor se acoplen para poder formar luego un concepto, esta es parecida al brainstorming.

|              |              |
|--------------|--------------|
| Innovación   | Ingeniería   |
| Conocimiento | Circuito     |
| Actualizar   | Futuro       |
| Invento      | Autodidacta  |
| Nuevo        | Enseñanza    |
| Tecnología   | Aprendizaje  |
| Moderno      | Magistral    |
| Educación    | Enfoque      |
| Seguridad    | Vanguardia   |
| Profesional  | Renacimiento |

Profesionalmente preparados para el futuro

**Educación moderna y actual**

El conocimiento del futuro

## SCAMPER

Es otra forma de generar nuevas ideas, se usa para productos que ya se encuentran en el mercado. Su proceso es el siguiente, se identifica el elemento a mejorar y seguidamente se hacen una serie de preguntas llamadas SCAMPER.

S: Substituir   C: combinar   A: adaptar   M: modificar   P: poner otros usos  
E: eliminar   R: reordenar

**S- sustituir:** Los elementos que no lleven una línea establecida, carezca de diseño y diagramación. Los cuales no estén actualizados en las tendencias acorde al grupo objetivo.

**C- combinar:** Se puede combinar de forma gradual, teniendo en cuenta los cambios a realizar, principalmente en jerarquía y gamas cromáticas

**A- adaptar:** La línea de conferencias, reestructuradas a la línea gráfica por implementar, ya que es material informativo que ya está posicionado y es buscado por el grupo objetivo de la escuela.

**M- modificar:** Los contenidos publicados en RRSS, para tener un mejor valor y enriquecimiento de contenidos de interés para el grupo objetivo.

**P- poner otros usos:** Generar material institucional, promocional y educativo que se pueda distribuir a los mismos estudiantes, como parte del primer ingreso a la escuela. Esto con el propósito de reforzar el posicionamiento de marca.

**E- eliminar:** El ruido visual que se implementa en los elementos de comunicación y divulgación de la escuela, los cuales no tienen mayor función dentro de la línea gráfica.

**R- reordenar:** Al momento de reordenar la línea gráfica, esta debe de empezar desde las redes sociales, página web y canal de YouTube, para luego poder reestructurar materiales impresos y digitales utilizados por catedráticos y estudiantes.

Buscan la mejor formación para los estudiantes

[Preparando estudiantes para un mejor futuro](#)

Lo último en conocimiento y tecnología

# Premisas de diseño

## Gama cromática

La paleta de gama cromática ayudará a dar mejor término a la línea gráfica, con tonalidades frías y cálidas que ayudan a evocar el profesionalismo, energía y modernidad de la institución, ayudando así a tener mejor posicionamiento.

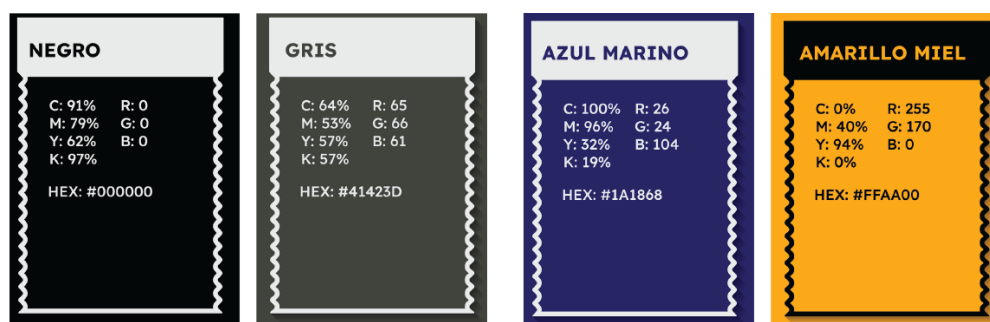


Figura 3. Paleta de colores para marca, 2022, Manual de identidad para la escuela de ingeniería en ciencias y sistemas

## Tipografía

Se ha seleccionado una fuente joven que se adapta a las características geométricas modernas. Montserrat es un tipo de letra que tiene una gran familia de tipos de letra que mejoran su utilidad.



Figura 4. Tipografías para marca, 2022, Manual de identidad para la escuela de ingeniería en ciencias y sistemas

## Referentes visuales

Para la línea gráfica se busca poder conectar de mejor manera con el grupo objetivo, teniendo una paleta de colores más llamativa y con mejores combinaciones tanto en colores como en material y tipografía.



Figura 5. Referente visual para papelería corporativa



Figura 6. Referente visual para papelería corporativa

Una papelería corporativa moderna, pero a la vez seria con tonalidades frías y patrones sutiles que aporten valor a la marca.



Figura 7. Referente visual para papelería corporativa

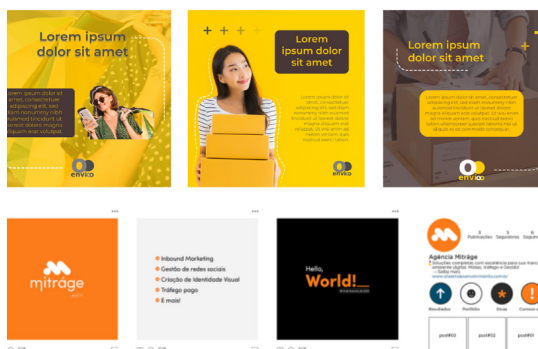


Figura 8. Referente visual para papelería corporativa

Para el área digital también se busca implementar de manera única la línea gráfica, con esto logrando una mejor manera de transmitir el mensaje, de manera clara y de fácil comprensión.



---

## 05 Marco teórico

- Educación superior en Guatemala 42-59
- Manual de marca 60-80
- Fuentes consultadas 81-87

## Educación superior

Históricamente, la educación superior ha estado fuera del alcance de grupos como las mujeres, las minorías raciales y étnicas, las personas con discapacidades y las personas que viven en la pobreza. La educación superior permite a las personas ampliar sus conocimientos y habilidades, expresarse con claridad tanto de forma oral como escrita, comprender y dominar teorías y conceptos abstractos, y ampliar su comprensión de su comunidad y del mundo. También se ha demostrado que la educación superior mejora la calidad de la vida humana. Los estudios muestran que en comparación con los graduados de las universidades de educación secundaria (preparadas) tienen un tiempo de uso más largo, el mejor acceso a los servicios médicos, los métodos de nutrición y nutrición y la mejor atención médica, seguridad más estable y económica, empleo y más satisfacción estable del trabajo, menos dependiente. Tiene una ayuda y comprensión más amplias del gobierno, el trabajo social y el excelente liderazgo, una gran confianza y menos actividades criminales y la capacidad de privar a la libertad. Además, los graduados universitarios tienen un índice de acceso a Internet más alto y pasan más tiempo en eventos de entretenimiento o arte, así como una mayor votación.<sup>6</sup>

## Educación superior en Guatemala

La educación superior del país está en manos de un conjunto de instituciones universitarias que integran lo que en adelante se denomina el Sistema Universitario Guatemalteco, aunque en el país es posible encontrar ofertas educativas provenientes de universidades extranjeras, a la fecha ninguna de ellas cuenta con autorización para funcionar legalmente, el cual está constituido por un conjunto de 12 instituciones privadas y una pública: la Universidad de San Carlos en Guatemala que data de enero de 1676, mientras que las privadas comienzan a incorporarse en 1961, fecha en que es autorizada la primera universidad privada del país: la Universidad Rafael Landívar. Más tarde le siguieron la Universidad Del Valle, Mariano Gálvez y Francisco Marroquín, como la primera generación de universidades privadas del país, hasta 1971. Pasados 24 años de estas autorizaciones, las cuales antes las hacía el Consejo Superior Universitario de

6."Educación superior | Naciones Unidas", United Nations, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.un.org/es/impacto-académico/educación-superior>.

la universidad estatal, surgen las restantes 8 universidades al amparo de la emergente Ley de Universidades Privadas, autorizándose la segunda generación de éstas a partir de 1995 en que se crea la Universidad Rural de Guatemala.<sup>7</sup>

## Acceso a la educación superior en Guatemala

La educación superior es importante porque desarrolla habilidades, aumenta los ingresos y ayuda a mejorar el funcionamiento social. También reduce la pobreza, promueve la inclusión social, asegura un futuro próspero y mejora las condiciones para la participación democrática y la gobernabilidad. A pesar de todos los beneficios que trae, aún existe la necesidad de llegar a más personas en Guatemala.

La región centroamericana ha tenido sus propias universidades desde la época colonial, como la Universidad Autónoma de Nicaragua, fundada en 1812, la segunda de la región después de la Universidad de San Carlos de Guatemala, fundada el 31 de enero de 1676. en Antigua Guatemala. . Al mismo tiempo, ha habido un aumento en el número de instituciones educativas privadas relacionadas con la tecnología de comunicación a distancia y virtual. El Banco Mundial estima que la cantidad de estudiantes matriculados a nivel de pre grado en América Latina aumentó un 24 % en 2018 en comparación con los estudiantes que ingresaron un año antes. Sin embargo, en Guatemala solo el 2,6% de la población de 18 a 26 años asiste a la universidad (IESALC, 2018). El porcentaje de estudiantes de dos años o más es aún más bajo.<sup>8</sup>

En total, hay 16 universidades en Guatemala, de las cuales una es pública, 12 privadas y 3 universidades locales, comunitarias y multiculturales. Actualmente, todas las universidades privadas ofrecen 66% de pre grado (ingeniería), 73,3% de pregrado, 62,4% de maestría, 38,7% de profesional y 68% de doctorado. Se espera que el número de estudiantes en universidades privadas aumente en el futuro.

En total, el país cuenta con 1086 vacantes, de las cuales 729 vacantes y 357 vacantes son públicas. Los ingresos y la ubicación son factores que impiden que

8. IESALC. (2018). Educación superior, diversidad cultural e interculturalidad en América Latina. UNESCO: Cres 2018, vol 3. consultado el 6 de mayo de 2022

muchos jóvenes se matriculen en la universidad. Por ello, la Universidad Da Vinci decidió llegar a todas las facultades, siendo la única universidad del país con cobertura a nivel nacional. Desde el 2 de febrero de 2012, se ha expandido por todo el territorio para suplir la escasez de instituciones que brindan educación superior en el país y así preparar a las futuras generaciones. Con más de 3000 profesores, 2 campus y más de 40 ubicaciones, la Universidad Da Vinci se ha fijado el objetivo de elevar el nivel de las estadísticas de educación superior en la región.<sup>9</sup>

## Porcentaje de personas que tienen acceso a la educación superior en Guatemala

El INE estableció que son 38,950 los graduados universitarios en 2019. De ellos, el 44% obtuvo un grado de técnico y el 48% una licenciatura, mientras que solo el 7% obtuvo una maestría, y menos del 1%, un doctorado. Asimismo, la entidad refiere que la población estudiantil la conforman en su mayoría jóvenes entre los 20 a 24 años, representando el 62%, con 156,140 matriculados en 2019. Pero, la mayoría de quienes se gradúan rondan entre los 25 a 29 años (28%), y de este grupo son más las mujeres graduadas, que hombres.

El INE estableció que, desde 2015, se ha visto un predominio de población femenina en las aulas universitarias. Fueron contabilizadas 212,150 mujeres, lo que equivale al 53%, mientras que los hombres sumaron 188,063 estudiantes.

Además, el 56% del total de los universitarios se graduaron de la universidad estatal en 2019, es decir unas 21,812 personas. Lo que representaría un 10.9% del total, tomando en cuenta que la Universidad de San Carlos (Usac) reportó, en ese año, que contaba con 200 mil estudiantes inscritos.<sup>10</sup>

## Porcentaje de personas cursando educación superior en la USAC

El Sistema de Estudios de Postgrado (SEP) de la Universidad de San Carlos de Guatemala fue creado por el Consejo Superior Universitario el 11 de octubre de 2000. A la fecha ofrece 335 postgrados con grado académico: 48 doctorados y 287 maestrías; y 114 sin grado académico: 1 postdoctorado, 3 especialidades,

10. Heidi Loarca, "¿Cuántas personas logran graduarse de la universidad en Guatemala?", Soy502 | Noticias sobre Guatemala, 23 de mayo de 2021, <https://www.soy502.com/articulo/casi-39-mil-personas-obtuvieron-titulo-universitario-101476>.

77 especializaciones y 33 cursos de actualización. Estos se desarrollan en las 10 facultades, 8 escuelas no facultativas y 20 centros universitarios.

En una década, la cantidad de estudiantes inscritos en postgrados se duplicó, pasando de un total de 6144 en 2010 a 13 717 al finalizar 2021. La tendencia al crecimiento en la matrícula estudiantil de postgrados es una constante. Para finales de abril de 2022, según datos del Sistema Integrado de Información Financiera (SIIF) de la USAC, se contaba con 11 780 estudiantes matriculados en postgrado, 282 más que en la misma fecha de 2021. De igual forma, se ha observado que la población estudiantil ha crecido cerca de 4 veces más de enero a abril de 2022.

De los 11 780 estudiantes de postgrados USAC, 71 % se encuentran en las facultades (n= 8,398); 24 %, en los centros universitarios (n= 2,852); y 5 %, en las escuelas no facultativas (n= 530). En cuanto al género se ha contemplado una reversión con respecto a años anteriores en la relación hombres/mujeres, se establece un leve aumento de alrededor del 2 % de la matriculación femenina en el nivel superior, pues del total de inscritos en postgrados, actualmente 50.9 % son mujeres y 49.1 %, hombres.

Tanto las mujeres como los hombres prefieren a nivel de doctorado programas pertenecientes al área Social-Humanística, el Doctorado en Ciencias Penales y el Doctorado en Investigación en Educación son los que más estudiantes tienen. En relación con las maestrías con mayor demanda de estudiantes destaca el área de Ciencias de la Salud, especialmente las maestrías en Ciencias Médicas en sus diferentes énfasis.

Para el Sistema de Estudios de Postgrado la pandemia significó un reto al que era imperativo responder con creatividad y rapidez. No obstante, la crisis ocasionada se convirtió en la oportunidad que aceleró la puesta en marcha del proceso de transformación digital y favoreció así el acceso a la educación superior a través de entornos virtuales, lo que dio como resultado, entre otros, el crecimiento exponencial de estudiantes matriculados. Asimismo, se evidencia que las desigualdades de género en la educación superior en todo el mundo se han invertido, las mujeres han avanzado considerablemente en el nivel de educación y han ampliado su formación hasta obtener un título superior.<sup>11</sup>

11. "Incrementa la población estudiantil en postgrados | Soy Usac", Soy Usac | Medio de Noticias de la USAC, 2 de junio de 2022, <https://soy.usac.edu.gt/?p=17543>.

# Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala

La Escuela de Ciencias y Sistemas es el ente designado por la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para la planeación, organización, dirección y control de los grados, postgrados y maestrías, cuyo tema central de estudio son las ciencias de la computación y los sistemas de información. Los programas académicos ofrecidos por la ECYS poseen como motivo principal apoyar la solución de los problemas del desarrollo integral del país a través del potencial que contiene la aplicación de técnicas propias del área de computación y de la visión de sistemas.

## Historia

La carrera de ingeniería en ciencias y sistemas a nivel de Licenciatura fue creada por la Junta Directiva de la facultad de Ingeniería en su sesión del 25 de septiembre de 1970. La misma empezó a Funcionar en 1972, y en ese entonces se definió como: La ingeniería en Ciencias y Sistemas es aquella rama de la Ingeniería que trata con los problemas característicos en la planificación, diseño, operación y control de los sistemas en gran escala que tienen su origen con el desarrollo tecnológico de la sociedad.

En 1977 se modificó temporalmente la carrera por un programa de postgrado con el nombre de Maestría en Sistemas, dirigido principalmente a aquellos profesionales con títulos de Ingeniería, Arquitectura, Economía o Administración de Empresas, que por la naturaleza de su trabajo requerían de profundizar en las nuevas técnicas que ofrecía el enfoque de sistemas.

En 1982 la Junta Directiva nombró una comisión de profesionales cuyo objetivo fue determinar el marco conceptual, necesidades y enfoque para la enseñanza de la computación y las técnicas del enfoque de sistemas en la Facultad.

Finalmente se optó por una carrera con el enfoque de Ingeniería en Computación, sin dejar por un lado los conocimientos del área de metodología de ciencias y

sistemas para los cuales esta carrera deberá actuar como vehículo de introducción y transmisión dentro de la Facultad de Ingeniería. Como consecuencia de lo anterior, la Junta directiva de la Facultad, en sesión del 9 de noviembre de 1982, decidió reestructurar el pensum de estudios de la carrera, haciendo ver la necesidad de brindar a los estudiantes guatemaltecos la oportunidad de estar al día en los últimos adelantos científicos, que es necesario el desarrollo académico en el área de procesamiento de la información y de los sistemas.

## ¿Qué es diseño gráfico?

Según el American Institute of Graphic Arts (AIGA), el diseño gráfico se define como el arte y la práctica de planificar y proyectar ideas y experiencias con contenido visual y textual. En otras palabras, el diseño gráfico comunica ciertas ideas o mensajes de manera visual. Estos gráficos pueden ser tan simples como un logotipo de negocio o tan complejos como diseños de página en un sitio web.

El diseño gráfico toma elementos gráficos y textuales y los implementa en múltiples tipos de medios. Ayuda al productor a conectarse con el consumidor y transmitir el mensaje de un proyecto, evento, campaña o producto.<sup>12</sup>

Las empresas pueden emplear el diseño gráfico para promover y vender productos a través de la publicidad; los sitios web, para transmitir información complicada de una manera digerible a través de infografías; o las empresas, para desarrollar una identidad a través del branding, entre otras cosas.

Cada día, se da por sentada muchas de las cosas sutilmente artísticas que nos rodean. Pero escondido en cada rincón de una revista, letrero de salida o libro de texto, hay un conjunto de ideas de diseño que influyen en nuestras percepciones.

También es importante recordar que, aunque muchos proyectos de diseño gráfico tienen fines comerciales como anuncios y logotipos, también se utilizan en otros contextos. Y los trabajos de diseño gráfico a menudo se crean exclusivamente como un medio de expresión artística.<sup>13</sup>

12. "Qué es el Diseño Gráfico - Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico", Piktochart en Español, consultado el 8 de julio de 2022, <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>.

13. "¿Qué es el diseño gráfico? Lo que necesitas saber", Cursos de Diseño y Revit Online - Escuela ESDIMA en Madrid, consultado el 14 de octubre de 2022, <https://esdimamadrid.com/que-es-el-diseno-grafico/>.

Para comprender mejor el significado del diseño gráfico, es importante ser conscientes de los elementos y principios que componen el diseño. Los elementos se utilizan en conjunción u oposición entre sí para crear diseños visualmente llamativos e impactantes.<sup>14</sup>

## Importancia del diseño gráfico

El diseño gráfico es una profesión que se encarga de elaborar y diseñar una determinada comunicación visual a través de imágenes que logran transmitir mensajes significativos, expresando sentimientos y valores. Esto se logra conjugando de manera armoniosa los elementos de la imagen como la tipografía, los colores, las proporciones, etc.

La importancia de esta profesión radica principalmente en el nivel de consideración que tiene la imagen en la sociedad actual. La imagen ha comenzado a sustituir al texto, por eso cada vez más las estrategias de comunicación, publicidad y marketing se centran en el formato visual, ya sea mediante una fotografía, un folleto, un cartel.

En cuanto a la estrategia empresarial, el diseño gráfico es fundamental al momento de potenciar la imagen de la empresa y destacarse frente a la competencia. Además, la imagen suele ser el primer contacto de los usuarios o clientes con la empresa y de ella dependen sus futuras relaciones.

Desde el punto de vista social, el diseño gráfico también tiene la responsabilidad de generar mensajes que contribuyan de manera positiva a la sociedad, difundiendo elementos visuales capaces de colaborar con el desarrollo social y generando conciencia del poder de lo visual.<sup>15</sup>

## Conceptos básicos

Los fundamentos del diseño son la base de todos los medios visuales: están en el arte, el diseño web e, incluso, en pequeños detalles, como las tipografías. Pero, ¿qué tienen en común estos ejemplos? Sencillamente, algunos poseen elementos básicos, como la línea, el tamaño, la forma, la textura y el equilibrio.<sup>16</sup>

14. La importancia del diseño gráfico | FUDE", FUDE | Cursos Online Gratis | Cursos a Distancia en Argentina, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.educativo.net/articulos/la-importancia-del-diseno-grafico-776.html#:~:text=¿Por%20qué%20es%20importante%20el,significativos,%20expresando%20sentimientos%20y%20valores>

15. "Conceptos básicos de diseño gráfico: Fundamentos del diseño", GCFGlobal.org, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos-de-diseno-grafico/fundamentos-del-diseno/1/>.

16. "Conceptos básicos de diseño gráfico: Fundamentos del diseño", GCFGlobal.org, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos-de-diseno-grafico/fundamentos-del-diseno/1/>.

El diseño gráfico es algo que se puede empezar desde lo más básico hasta lo mas conceptualizado y complejo, todo puede mepezar desde una simple linea la cual esta dará el inicio de un grafico. <sup>17</sup>

En el diseño gráfico hay infinidad de conceptos los cuales son importantes saber un poco a fondo y tener los terminos correctos para cada ambito de esta amplia carrera. Como por ejemplo en el área del color los conceptos relacionados con el color. Las siglas “CMYK” hacen referencia a «Cyan, Magenta, Yellow and Key» (cian, magenta, amarillo y negro). Es el modo de color utilizado al diseñar para imprimir. Las siglas “RGB” hacen referencia a «Red, Green and Blue» (Rojo, Verde y Azul), el modo de color utilizado al diseñar digitalmente. Por ultimo, Pantone es un sistema de color estandarizado para la impresión, que proporciona inspiración de diseño, especificación de color y precisión de impresión. <sup>18</sup>

Otro de los elementos más importantes que nos ayudan a jerarquizar la información son las tipografías, las cuales comunican y tienen personalidad por lo que es importante dedicarles una atención especial a la hora de escogerlas. Además, es recomendable no utilizar más de 2 familias tipográficas y combinarlas correctamente. Utiliza el contraste para que la silueta del texto se vea bien definida y sea fácil de leer. <sup>19</sup>

Una vez que se tienen los elementos definidos se crea la composición. Se trata de unir todos los elementos para formar un todo. Básicamente organizar, distribuir, alinear, recopilar y enfocar tu diseño para que sea efectivo.

Organiza la información agrupando elementos relacionados. Alinea los elementos de una manera intencionada y lógica creando divisiones de contenido. Si estas empezando, te será más fácil utilizar cuadrículas o retículas que te ayudarán a ordenar los elementos más importantes en los puntos focales adecuados.

Puedes utilizar el tamaño de los elementos como característica visual para jerarquizar el orden del contenido. También puedes dar énfasis a la zona que quieras remarcar utilizando el contraste del color o de las formas.

Respetar el espacio de otros elementos. En los textos puedes utilizar el interletraje moderadamente para llenar el espacio necesario, para alinearlos o para condensar palabras que ocupan demasiado espacio siempre y cuando no pierdan la legibilidad. <sup>20</sup>

---

17. Mina Park, "Líneas: qué son, tipos, clases y ejemplos | Smartick", Smartick, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.smartick.es/blog/matematicas/geometria/lineas-rectas-y-lineas-curvas/>

18. "Diseño gráfico: 10 conceptos que debes conocer - SEFHOR", SEFHOR, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://sefhor.com/diseño-gráfico-conceptos/>

19. Nagore Martínez, "Conceptos básicos de diseño gráfico • ETEeKIN by Oreka I.T.", ETEeKIN by Oreka I.T., 19 de octubre de 2020, <https://eteekin.eus/blog-conceptos-basicos-de-diseno-grafico/>

20. Nagore Martínez, "Conceptos básicos de diseño gráfico • ETEeKIN by Oreka I.T.", ETEeKIN by Oreka I.T., 19 de octubre de 2020, <https://eteekin.eus/blog-conceptos-basicos-de-diseno-grafico/>

## Disposición y composición

La composición y el diseño gráfico dotan de sentido a la transmisión de ideas, mensajes, afirmaciones visuales. La mayor parte del trabajo de diseño se relaciona específicamente alrededor de la venta o la promoción de un producto o servicio y actualmente la industria se desarrolla con mucha rapidez, dado que la competencia entre los productores de mercancías y los suministradores de servicios es cada vez mayor. Por lo que todos intentan establecer una imagen única y promocionar sus bienes y servicios de un modo original y eficaz para comunicarse con su mercado potencial.<sup>21</sup>

## Ramas del diseño gráfico

El diseño gráfico se desglosa en distintas ramas, las cuales se enfocan en una sola especialidad la cual se explota de manera específica, las cuales son las siguientes.<sup>22</sup>

**Diseño Publicitario:** Los diseñadores de publicidad están a cargo de desarrollar ideas y anuncios apropiados para una empresa, organización o agencia. La mayoría de los diseñadores de publicidad tienen al menos una licenciatura en un campo relacionado, como el diseño gráfico. Desarrollar una cartera profesional para exhibir su trabajo de diseño es crucial para los diseñadores de publicidad que buscan empleo.

**Diseño Gráfico:** Un diseñador gráfico es alguien que crea imágenes y otros elementos visualmente atractivos, generalmente para transmitir una idea. Los trabajos cubiertos por un diseñador gráfico incluyen logotipos, folletos, tarjetas de presentación, invitaciones, empaques y más. Usan colores, imágenes, formas y palabras para crear diseños gráficos atractivos para usar en varios lugares.

**Diseño Editorial:** El diseño editorial es un campo interesante que combina composición, diseño editorial y tipografía creativa. Todos esos elementos reunidos crean un diseño de periódico sobresaliente. Tradicionalmente, se ha referido al diseño para periódicos, revistas y libros. En estos días, también podría referirse al diseño de publicaciones en línea.

El diseño editorial tiene un gran impacto en cómo se entiende la información

21. "Composición y diseño gráfico - artesvisuales", artesvisuales, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://artesvisuales.com/blog/composicion-y-diseno-grafico/>.

22. "¿Cuáles son los diferentes tipos de Diseño que existen? - Academia de Diseño", Academia de Diseño, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://academiadediseno.com/2019/08/03/cuales-son-los-diferentes-tipos-de-diseno-que-existen/>.

escrita. Un diseñador editorial tiene muchas cosas en que pensar, desde la tipografía hasta los diseños y los gráficos e ilustraciones.

**Diseño Vectorial:** El diseño gráfico vectorial es un tipo de diseño centrado en la creación de imágenes a partir de distintos elementos geométricos. Pero no solo con polígonos de distintos lados, también con líneas. Así, cada una de las imágenes generadas a través del diseño vectorial contará con diversos atributos.

Para entender mejor qué es el diseño vectorial es básico comprender bien las bases de los vectores, sus elementos principales, en el diseño gráfico. Los vectores son unas imágenes, independientes entre sí, que parten de las líneas como elemento base; es decir, en los trazos unidos entre sí por dos puntos. Pero un vector también puede ser un polígono de varios lados, e incluso figuras compuestas por la combinación de varios.<sup>23</sup>

**Diseño Corporativo:** El diseño corporativo es un conjunto de características que la hacen identificable y distintiva en el mercado. Además de esta identidad, también hay imagen: la impresión que una empresa deja en un individuo. Dicha identidad visual es lo más importante en la publicidad, donde los productos, servicios o ideas se dirigen hacia su público objetivo a través de medios publicitarios.

**Diseño de Logotipos:** Los logotipos son imágenes, textos, formas o una combinación de los tres que representan el nombre y el propósito de un negocio, para decirlo simplemente. Sin embargo, un logotipo puede y debe ser más que un símbolo de identificación. Si está bien diseñado, también cuenta la historia de una empresa, transmitiendo el mensaje de su marca de una manera que ayude a establecer una conexión emocional con su público objetivo.

**Diseño de Ilustración:** En el mundo del diseño gráfico la ilustración es utilizada para ilustrar un documento o mensaje de cualquier tipo; es considerada una herramienta versátil, ya que puede ser utilizada en diferentes formatos y técnicas. Las posibilidades son infinitas, lo que abre un universo de oportunidades para transmitir mensajes de forma precisa y efectiva.<sup>24</sup>

**Edición de Vídeo:** La edición de vídeo es el proceso que permite componer un producto audiovisual terminado y listo para su visionado a partir de fragmentos de vídeo, imágenes, sonido, subtítulos, efectos especiales o cualquier otro material grabado previamente. Por lo tanto, la edición es fundamental para dar sentido

23. "Diseño vectorial: qué es y dónde aplicarlo", ESDESIGN, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseño-gráfico/diseño-vectorial-que-es>.

24. "La importancia de la Ilustración y el Diseño Gráfico | Valor de Ley", Valor de Ley, consultado el 5 de mayo de 2022, <https://valordeley.es/blog/importancia-ilustracion-diseno-grafico/>.

y ritmo a un material que suelto no dice nada. En este aspecto, lo más habitual es que el editor base su trabajo en un guion, ya que este le ayuda a situar de forma ordenada y coherente cada plano, escena y secuencia de la filmación.<sup>25</sup>

**Motion Graphics:** Motion Graphic que literalmente se traduce como grafismo en movimiento, es una animación gráfica multimedia que crea una ilusión de acción en movimiento mediante imágenes, fotografías títulos, colores y diseños. Una definición más técnica y explicativa puede ser: una pieza de vídeo corta que combina las técnicas del mundo audiovisual con el diseño gráfico, originalmente estático.<sup>26</sup>

**Diseño Fotográfico:** El programa de diseño de fotografía se enfoca en hacer que los estudiantes comprendan estas dinámicas en el nivel central, y los ayuda a tomar decisiones informadas basadas en su aprendizaje en el aula y una sólida interfaz de la industria. Con los diversos dominios de los medios cada vez más cruzados, el programa alienta a los estudiantes a inculcar enfoques interdisciplinarios y a descartar metodologías formuladas específicas de género.

**Diseño Multimedia:** El diseño de multimedia es responsable de llevar los movimientos a imágenes fijas, ilustraciones, textos, animaciones, etc. Todo tipo de videos, gráficos animados, presentaciones animadas, guiones gráficos, demostraciones de productos y secuencia de títulos de películas son ejemplos de gráficos en movimiento.

**Diseño de Páginas Web:** El diseño web implica trabajo relacionado con el layout y diseño de páginas online, así como la producción de contenido, aunque generalmente se aplica a la creación de sitios web. En este caso, los diseñadores web crean las páginas utilizando lenguajes de marcado como HTML o XML.

Por otro lado, la parte visual de los sitios está a cargo del CSS, término utilizado para estilizar los elementos escritos en HTML. Por lo tanto, es común que los diseñadores web utilicen ambos para construir un site porque juntos definirán cómo aparecerán las páginas en los navegadores. El proceso de creación de sitios se puede realizar desde herramientas como Adobe Dreamweaver (que requerirá que el profesional sepa más sobre los códigos) y CMS que son plataformas de administración de contenido.<sup>27</sup>

25. "¿Qué es edición de vídeo? - Treintaycinco mm", Treintaycinco mm, 15 de mayo de 2021, <https://35mm.es/que-es-edicion-video/>.

26. "Motion Graphics, qué es y para qué sirve", Agencia de Publicidad Valladolid|Madrid|Desarrollo y Posicionamiento Web SEO Trama, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.tramapublicidad.com/blog/motion-graphics-que-es-y-para-que-sirve/>.

27. "Diseño web: ¿qué es y cuáles son sus características?", Rock Content - ES, 21 de junio de 2020, <https://rockcontent.com/es/blog/diseño-web/>.

Diseño UI/UX: Se habla de diseño UX (user experience design) con el propósito de definir el diseño de la experiencia de usuario. Por design se hace referencia sobre todo a la «concepción» de la experiencia de usuario más que a la creación visual. El papel de un diseñador UX consiste en pensar, reflexionar y crear no sólo el producto, la interfaz de usuario, sino también la experiencia del usuario que esta genera. Para realizar un diseño UX hay que tener en cuenta las expectativas, necesidades y posibles deseos de los usuarios. Un diseñador de interfaz de usuario es diferente de un diseñador gráfico en que el último solo diseña los gráficos y las imágenes, mientras que el diseñador de interfaz de usuario define cómo los usuarios interactúan con esos gráficos y diseños digitales. Un diseñador de UX es responsable de crear experiencias de usuario al mejorar el diseño y la usabilidad de la interacción entre el usuario y el producto.<sup>28</sup>

## Implementación del diseño gráfico para el desarrollo social

El diseño gráfico se ha convertido en una herramienta fundamental de comunicación; las técnicas gráficas y los medios que se utilizan para transmitir un mensaje son vistos como un emisor creativo y eficiente llegando de esta forma el ámbito comercial social y comunitario, ya que conceptualiza los componentes gráficos para que a través de ellos se pueda llegar de formar responsable al mercado meta.

Esta profesión contribuye a una buena comunicación porque recibe la información y la transforma y la transmite, también colabora con la sociedad y la comunidad por medio del conocimiento investigativo que forma parte de una estrategia de comunicación, conocer sobre los barrios y ciudades con sus necesidades y tener un criterio formal para diseñar con un lenguaje propio, intercambiando ideas con todo el grupo objetivo.<sup>29</sup>

La comunicación ha globalizado y su influencia es notable, pues va más allá de un simple grafico o diseño, sino abarcando la identidad cultural de un pueblo, sus costumbres, hábitos, gustos, preferencias, sus ideologías, es decir todo aquello que lo hacer permanente en el tiempo y que logra pasar de generación en generación.

28. "La guía del principiante: ¿Que es UX/UI? - Wild Code School", [www.wildcodeschool.com](https://www.wildcodeschool.com/es-ES/blog/que-es-ux-ui-diseno-interfaz-usuario-experiencia), 11 de junio de 2021, <https://www.wildcodeschool.com/es-ES/blog/que-es-ux-ui-diseno-interfaz-usuario-experiencia>.

29. "Desarrollo social y ¿diseño? - Glocal", Glocal, consultado el 7 de mayo de 2022, <https://glocal.mx/desarrollo-social-y-diseno/>.

El diseño gráfico tiene gran influencia en el desarrollo social y comunitario; ya que a través de la transmisión del mensaje eficiente y bien entendido se puede contribuir a cambios significativos en la población a la cual se dirigen los esfuerzos comunicativos; es de radical importancia porque se puede establecer mejor en la calidad de vida de la población y cambiar aquellas actitudes erróneas y crear nuevas actitudes positivas e idóneas en la misma. <sup>30</sup>

## Responsabilidad social en el diseño gráfico

La responsabilidad social en el diseño gráfico es en sí, responder de todos los actos que realizamos con el diseño a la sociedad y a la cultura, es saber poner la responsabilidad de diseñador gráfico en el contexto social para producir una sociedad más humana y que sea productiva, produciendo satisfacciones comunicacionales positivas para la sociedad, cumpliendo todas las expectativas del consumidor, cliente o usuario de nuestros productos.

El diseñador gráfico y su responsabilidad social es sumamente importante:

Se requiere de una transparencia al momento de diseñar, una transparencia en la información, ya que el diseño gráfico es una profesión que resuelve la forma de transmitir los mensajes, influye en la sociedad por ello se requiere de una transparencia en el diseño, partiendo de que el diseño gráfico sigue siendo muy útil en la sociedad, y en su contexto social que no sólo resuelve problemas de identidad, salud, educación, cultura, sino muchos más problemas del medio en que convive, para lo cual “debe estar enterado de las nuevas responsabilidades las cuales debe reconocer en la sociedad del conocimiento”, para una producción de mensajes que hagan una contribución positiva a la sociedad. <sup>31</sup>

## Importancia del diseño gráfico ante la sociedad

No todo el mundo es consciente de la importancia que el diseño posee ante la sociedad, no todos comprenden la labor que desempeña un diseñador.

Existe una sociedad en la que cantidad de comercios no contratan los servicios de un diseñador gráfico para crear la imagen de su negocio. Vivimos en una

30. “el diseño gráfico como influencia en el desarrollo social y comunitario”, Roberto Omar García, Liliana Isamar Paucar, consultado el 6 de mayo del 2022, <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3980/1/EL%20DISEÑO%20GRAFICO%20COMO%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20SOCIAL%20Y%20COMUNITARIO.pdf>

31. “Diseño gráfico y responsabilidad social - Design Republik”, Design Republik, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.designrepublik.com/diseño-gráfico-y-responsabilidad-social/#:~:text=La%20Responsabilidad%20social%20en%20el,que%20sea%20productiva,%20produciendo%20satisfacciones.>

sociedad en la que se piensa que un logotipo, un cartel o una página web se crean “solos”, o tal vez presionando un par de teclas del ordenador.

El diseñador gráfico, tiene la responsabilidad de producir mensajes que contribuyan positivamente a la sociedad, así mismos la creación de objetos visuales que ayuden al desarrollo y la posibilidad de identificar problemas con la capacidad de transformarlos.

Más que hacer logos o dibujitos, el diseño actual crea comunicación visual, transforma el entorno común de letras a icono, radicando a la vida social actual en como se comunica a través de imágenes.<sup>32</sup>

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito, que cumple una función muy importante con respecto a la comunicación y que puede afectar el conocimiento, las actitudes, los afectos y el comportamiento en las personas.

Esta profesión es capaz de responder a un problema a través de una acción: comunicar visualmente con responsabilidad, con conocimiento, con creatividad y con iniciativa, de tal manera que los proyectos contribuyan a mejorar la realidad dentro de la sociedad.

La importancia del diseño en la sociedad actual radica en su poder de comunicar ideas a través de la imagen, color, forma, tipografía y las técnicas adecuadas que se conocen como teoría del diseño.

“El diseño no sólo vende, el buen diseño sabe cómo vender y sobre todo como comunicar e implantarse como parte de la sociedad”<sup>33</sup>

## Uso de marca

Actualmente, la marca representa la satisfacción principal que un cliente espera y desea del proceso de compra, y del uso de un producto o servicio. Igualmente, representa una colaboración continua entre el vendedor y el comprador, configurada mediante interacciones múltiples con un producto o servicio y las actividades de mercadeo. Esta colaboración produce una relación compradora/vendedor importante que pueden llegar a ser duradera y estar anclada mediante

32. “El Diseño Gráfico y su importancia en la sociedad”, consultado el 9 de junio de 2022, [https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos\\_UC/aviso/El-Diseño-Gráfico-y-su-importancia-en-la-sociedad#:~:text=El%20diseño%20gráfico%20ha%20servido,un%20arte%20sobre%20esos%20productos.](https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos_UC/aviso/El-Diseño-Gráfico-y-su-importancia-en-la-sociedad#:~:text=El%20diseño%20gráfico%20ha%20servido,un%20arte%20sobre%20esos%20productos.)

33. “Importancia del diseño gráfico ante la sociedad – Gamagrafica”, Gamagrafica – Una imprenta Ecoeficiente, consultado el 7 de mayo de 2022, <https://gamagrafica.com/importancia-del-diseno-grafico-ante-la-sociedad/>.

una identidad social esencial que se configura en el tiempo creando una historia de marca. La utilización de marcas además de ser una ventaja para los fabricantes y/o vendedores en cuanto a la diferenciación de sus productos y servicios de la competencia, presenta ventajas para el consumidor al facilitar la identificación de los productos y servicios, y garantizar una calidad comparable cuando repita su compra. Por ello la marca es uno de los principales atributos del producto, cuya percepción permite establecer importantes distinciones en cuanto a su posicionamiento en el mercado. Por lo anterior, la marca ofrece un valor añadido al producto y servicio que es apreciado por el consumidor y cuyo precio está dispuesto a pagar. La concepción de marca, por tanto, no es simplemente una característica de ciertas industrias, sino tiene que ver con la forma en que los clientes perciben y adquieren cosas.<sup>34</sup>

## Importancia de las marcas

Las marcas son importantes para los consumidores porque aportan:

- Opciones claras y definidas: a la gente le gusta tener opciones, las marcas conceden la libertad de elegir. La experiencia con una marca hace que la siguiente elección sea más rápida.
- 
- Un medio para simplificar sus decisiones: las marcas facilitan el proceso de elección, al reconocer una marca el cliente agiliza la toma de decisiones.
- 
- Certidumbre de calidad: los clientes escogen productos y servicios de calidad siempre que tengan la oportunidad, relacionan sus experiencias de marca con los niveles de calidad y fuerza de la marca.
- 
- Prevención de riesgos: los clientes no escogen productos y servicios de los cuales desconocen su desempeño y estándar de calidad. Una experiencia de marca anterior positiva genera en el cliente seguridad, esto disminuye el riesgo de una mala elección.
- 
- Una forma de expresión propia: las marcas permiten que las personas expresen sus necesidades sociológicas y psicológicas (nivel social, éxito alcanzado, aspiraciones, amor y amistad, personalidad). Las marcas añaden un componente emocional a su relación con los consumidores.
- Algo en lo que pueden confiar: las marcas fuertes se apoyan en la confianza,

34. "¿Qué es una Marca Gráfica? | Branding diccionario de Comuniza", Comuniza, consultado el 15 de septiembre de 2022, <https://comuniza.com/diccionario-branding/marca-grafica#:~:text=La%20marca%20gráfica%20concentra%20los,sin%20las%20letras%20«Nike»>.

esto significa que la gente sabe que lo que compra estará a la altura de sus expectativas.

Las marcas venden. Las marcas perduran. Las marcas valen. Las marcas son activos estratégicos. La construcción de marcas, como lo saben las compañías en la actualidad.

Hoy en día las marcas son consideradas, por derecho propio, como bienes estratégicos por parte de muchas empresas, y el avalúo de marcas se está convirtiendo en un negocio que crece vertiginosamente. La valuación de marcas, hasta hace poco, es que se ha tornado más sofisticada y ha conquistado mayor aceptación. Actualmente es una de las partes más fascinantes en la construcción de marcas. Las marcas pueden ser usadas para apalancar el valor de una compañía y como garantía para obtener créditos.<sup>35</sup>

Existen varios tipos de branding que las compañías pueden necesitar o requerir, los cuales pueden formar parte de una secuencia y ser elegidos entre múltiples variaciones. En esencia presentan tres opciones: Branding de producto: es el que se aplica cuando una compañía decide que el producto puede mantenerse por sí solo y se le puede dejar expuesto al éxito o al fracaso sin apoyo de la marca corporativa o del nombre de la compañía. Branding corporativo: es el que se aplica a la marca corporativa para que ocupe un lugar preponderante y se traslada toda su identidad a sus productos. Branding de casa o de soporte: es el que se aplica para que cada producto posea su propia marca y su vez utilice o se apoye en el nombre de la marca corporativa.

En nuestros días, la importancia estratégica de las marcas requiere de una inversión en branding, ya que, a través del mismo se pueden lograr muchas cosas a la vez, entre ellas posicionamiento, mantenimiento, recordación y reconocimiento. El branding implica considerar la interacción entre marca (lo que los clientes compran) y valor (lo que los vendedores venden), distinguir la perspectiva del vendedor y la del comprador (especialmente), y centrarse en la relación de ambos con la marca. El branding hace la diferencia. El branding permite que se desarrollen y mantengan el conjunto de atributos y valores de una marca de forma coherente, apropiada, distintiva, susceptible de ser protegidos legalmente y atractivos para los consumidores.<sup>36</sup>

35. "La importancia del diseño de marca - Noticias - Fundación General ULL", Noticias - Fundación General ULL, consultado el 15 de septiembre de 2022, <https://fg.ull.es/noticias/2020/07/17/la-importancia-del-diseno-de-marca/>.

36. Oscar Colmenares, "La marca: su definición, sus elementos y su gestión", gestiopolis, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.gestiopolis.com/la-marca-su-definicion-sus-elementos-y-su-gestion/>.

## Identidad visual

La identidad visual es la construcción de varios elementos gráficos y visuales para comunicar el concepto de una marca, sus valores y el posicionamiento en el mercado hacia su público. Algunos de estos elementos de marca son: nombre, logo, empaque del producto y más. La importancia de una buena identidad visual en la estrategia de cualquier negocio debe considerarse una prioridad. Cuando la estrategia está bien elaborada, el proceso de encantamiento y conversión por parte de los clientes es más fácil. La identidad visual es una construcción de varios elementos gráficos y visuales responsables de crear una atmósfera sobre quién es la empresa, cuáles son sus valores e incluso cómo se ve el mundo y la sociedad desde su perspectiva.

Así mismo, aquellas características que no son favoritas o, son parte del conjunto que forma la manera de ser son importantes: tienes un nombre y una imagen propia que te distingue del resto.

Para que una marca sea igualmente reconocida positivamente y, como consecuencia, tenga éxito en su nicho de actuación, es necesario definirla y resaltar sus mejores cualidades para que sea única e interesante. Algunos de los elementos principales que conforman el desarrollo de una identidad visual son el logo, la tipografía, su paleta de colores, los materiales de divulgación (flyers, carteles y outdoors, por ejemplo) y, más recientemente, elementos de redes sociales como imágenes de publicaciones, avatar y la portada.<sup>37</sup>

Es importante trabajar con identidad visual por varias razones, pero una de las principales es que, con ella, es posible definir de manera visual, práctica y "a primera vista" quién es la empresa. La identidad visual conduce al reconocimiento y al valor de una marca: cuanto mayor es la presencia de elementos en la vida de una persona, mayor es la sensación de cercanía e incluso la necesidad de los productos o servicios ofrecidos.<sup>38</sup>

Los conceptos de identidad visual, marca y branding pueden generar cierta confusión entre sí.

Por mucho que estén dentro del mismo espectro, sus significados no son sinónimos y es muy importante poder diferenciar un concepto de otro.

37. "Identidad visual: qué es y por qué es clave en tu marca", Blog del E-commerce, consultado el 6 de octubre de 2022, <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>.

38. "¿Qué es la Identidad Visual? | Diccionario de Branding", Agarimo Estudio, consultado el 6 de octubre de 2022, <https://agarimoestudio.com/diccionario-de-branding/identidad-visual/>.

La marca (o brand, en inglés) de una empresa es básicamente su logo. Es posible desplegar la palabra y usarla con otros significados, incluso lo hicimos en esta publicación cuando definimos una marca como empresa, por ejemplo, pero, en el mundo del diseño, estamos hablando del logo.

Un logo de un negocio es una representación visual de quién es y cómo quiere posicionarse en el mercado.

Hay logos más tradicionales, modernos, audaces o conservadores y, créeme, todas las variaciones presentes en ellos dicen mucho sobre la compañía en cuestión.<sup>39</sup>

Pero, el branding es la palabra que define toda una estrategia y gestión, que va más allá del logo e identidad visual.

Es, todo el proceso de desarrollo de estrategias, planificación y creación de conceptos sobre quién es la empresa, cómo se posiciona, cómo ve el mundo y cómo quiere hablar con los clientes: muy similar a lo que hablamos sobre identidad visual. Sin embargo, la marca va mucho más allá de los problemas gráficos.

Sin una marca bien definida, no es posible crear una identidad, ya que es ella quien dicta las premisas de la marca, es decir, define la esencia que se desplegará en el contenido visual.

Cuando trabajamos con el conjunto de identidad visual, branding y marca de una manera estratégica, se hace mucho más fácil insertarse y establecerse en un mercado espontáneamente, generando consumidores fieles y promotores leales de ese producto o servicio.<sup>40</sup>

39. "¿Qué es la identidad visual de una marca? - Oink", Oink my God, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://oinkmygod.com/blog/identidad-visual-marca/>.

40. Luiza Pérez, "Identidad visual: ¿qué es y cómo construir la de tu empresa?", Rock Content - ES, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/>.

## Manual de marca

El manual de identidad corporativa es un documento en el que se recogen las líneas maestras de los elementos que definen tu marca, y cómo deben usarse. Es fundamental que todas las personas que trabajan en torno a tu marca (de forma interna o externa) tengan una guía de referencia y sepan utilizar de forma correcta los elementos gráficos corporativos.<sup>41</sup>

### ¿Qué incluye un manual de marca?

**Definición de la marca y su filosofía:** La mayoría de los manuales de identidad corporativa comienzan con una introducción teórica sobre la marca de que tratan, y los principales valores de la misma. En pocos párrafos se debe explicar de qué va tu negocio y cuál es su filosofía.

**El logotipo:** Es el corazón del manual de identidad corporativa. A partir del logo se definen todas las ejecuciones gráficas de la marca. En la parte dedicada al logotipo. Se deben crear distintos apartados:<sup>42</sup>

- Logotipo. El manual debe incluir el logotipo creado, y una breve explicación sobre el mismo y su relación con lo que representa.
- Construcción del logotipo. En este subapartado debes representar el logo sobre una cuadrícula y detallar proporciones y medidas del mismo. La intención de todo ello será que el logotipo se vea siempre igual, indistintamente de si éste se aumenta o se reduce de tamaño.
- Tamaños mínimos de reproducción del logo
- Colores. Se debe extraer la información sobre todos los colores utilizados en el logo, tanto los principales como los secundarios. Generalmente los colores van acompañados en este subapartado de su información: Pantone, con sus mismas versiones en RGB, CMYK y equivalente para web.
- Versión en blanco y negro del logotipo.
- Versiones cromáticas. Cómo puede variar el logo cromáticamente en función del fondo donde esté colocado, o en base a una determinada aplicación del mismo.
- Usos no permitidos del logo. Es importante definir una serie de usos no permitidos del logo (desproporciones, colores imposibles, etc).

41. "Qué es un manual de marca, cómo diseñarlo, apartados, ejemplos", Max Camuñas, consultado el 8 de julio de 2022, <https://www.maxcf.es/manual-de-marca/>.

42. Luis Cardaña, "¿Qué es un manual de marca y cuál es su importancia?", 20S Agencia, 28 de julio de 2021, <https://20sagencia.com/que-es-un-manual-de-marca-y-cual-es-su-importancia/>.

**Tipografía :** Un apartado muy importante es el que define las tipografías corporativas. Esto es, aquellas fuentes tipográficas utilizadas en el logo y sus variantes (papelería, etc).

Se debe representar cada familia tipográfica, definiendo los tamaños que se utilizarán: si se trata de web, en papelería, otras aplicaciones, etc. También es interesante plasmar los colores de fuente, así como el uso de negritas o cursivas. Cuanto más masticada esté la información en este punto, más sencilla será su posterior aplicación.

**Papelería :** La guía de estilo tendrá que reflejar todo lo relacionado con la imagen para tarjetas corporativas, carpetas, hojas en distintos tamaños, sobres, facturas, etc. Toda la parte de papelería debe tener un estilo homogéneo, ir en la misma línea, aunque quizás lo más importante es la creatividad aplicada a partir del logo.

**Usos audiovisuales y medios sociales :** En la era digital, se hace imprescindible definir una serie de normas de uso de tu logo para distintas redes sociales (tamaños, por ejemplo), así como el comportamiento del logo ante fotografías o vídeos.

**Otras aplicaciones :** Muchas marcas cuentan con vehículos de empresa, uniformes, incluso merchandising. Debes definir este tipo de aplicaciones del logo previamente, y plasmar en el manual su diseño y correcto uso.

Con estos apartados básicos puedes configurar un mapa de estilo cuyo principal fin es llevar al equipo a hacer las cosas bien en lo que a la parte gráfica se refiere. Es importante introducir los máximos detalles posibles para evitar posteriormente errores, y dar al propio manual corporativo un diseño coherente y claro. <sup>43</sup>

## ¿Cómo crear un manual de marca?

El primer paso para diseñar una manual de marca es conocer en profundidad la personalidad de cada marca o cliente. Para ello, esta fase del proceso requiere de varias acciones, la más destacada una "entrevista" con el cliente en la que

43. Laura Alonzo, "Cómo crear un manual de identidad corporativa para tu marca", Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce, 3 de enero de 2022, <https://marketing4ecommerce.net/manual-de-identidad-corporativa-para-tu-marca/>.

detalla su proyecto (visión, enfoque, objetivos, valores).

Es decir, información, fundamental para que cada marca tenga personalidad propia.

Además, es bueno solicitar ejemplos que reflejen los gustos y estilo de ese cliente, para tener una referencia visual de lo que busca y quiere transmitir.

Una vez se sepa con claridad la dirección del proyecto y necesidades del cliente, lo siguiente es diseñar varias pruebas y enviárselas al cliente. Estas pruebas tienen estilos, colores y tipografías diferentes, para que el cliente tenga distintas opciones a la hora de elegir.

Es decir, a partir de la prueba que más le gusta al cliente, se diseña la versión final y luego se desarrolla la imagen de marca.

Ya con el logotipo diseñado, el último punto a la hora de diseñar el branding de una marca es crear el manual de marca y recoger todos los detalles de colores, tipografías, efectos, elementos gráficos, usos, etc. <sup>44</sup>

## Línea gráfica

La línea gráfica sería ese conjunto de características gráficas definidas que distingue a la marca. No es solo una cuestión de estética o de diseño: se trata de cómo se quiere que los clientes recuerden.

Ciertos colores proyectan una cierta imagen, ciertas tipografías dan una sensación determinada. Todo debe estar correctamente definido y sobre todo calculado estratégicamente para atraer al público adecuado y dar la imagen profesional que se quiere. <sup>45</sup>

El gran error: no tener una línea gráfica definida, es muy grave el no tener una línea gráfica definida.

44. Max Camuñas, "Qué es un manual de marca, cómo diseñarlo, apartados, ejemplos", Max Camuñas, 4 de octubre de 2021, [https://www.maxcf.es/manual-de-marca/#Que\\_es\\_un\\_manual\\_de\\_marca\\_de\\_estilo\\_o\\_de\\_identidad](https://www.maxcf.es/manual-de-marca/#Que_es_un_manual_de_marca_de_estilo_o_de_identidad).

45. Katherine Lesmo, "La línea gráfica y el por qué necesitas un manual de marca ¡YA!", keysocialmedia, 4 de marzo de 2019, <https://www.keysocialmediapy.com/post/lineagrafica>.

Qué puede ser tan malo si se tiene un logotipo pixelado o si se usan imágenes con diferentes colores en las redes.

Con una línea gráfica definida, coherente y (sobre todo) consistente, lograrás:

**Que recuerden**  
**Atraer al público correcto**  
**Ganar autoridad**

En cambio, si no se cuida la línea gráfica, proyectará una imagen descuidada, poco profesional y resultará más difícil para el cliente recordar o reconocer en redes.

¿Dónde se refleja la línea gráfica?

Al pensar en una línea gráfica, no se limita a pensar en el logotipo. Esto va mucho más allá, incluso al tono de los textos y de los uniformes. Por ejemplo, si se decide hacer un termo de la empresa, deben asegurar que el logo se vea bien, de que contenga los colores de la marca, que tenga la tipografía correcta... si no, el producto simplemente no será representativo.<sup>46</sup>

## Marca

Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que se vive actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe disfrutar del mayor y mejor reconocimiento y posicionamiento en su mercado y sector.<sup>47</sup>

Según la Asociación Americana de Marketing, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que, como

46. Katherine Lesmo, "La línea gráfica y el por qué necesitas un manual de marca ¡YA!", keysocialmedia, 4 de marzo de 2019, <https://www.keysocialmediapy.com/post/lineagrafica>.

47. "¿Qué es una marca? Definición y tipos", Estudioka | Diseño gráfico y web Barcelona, consultado el 8 de septiembre de 2022, <https://estudioka.es/concepto-de-marca/>.

comentaba anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. Esto se debe, en gran medida, a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no solo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo.

Cada vez los productos se parecen más entre sí y es más difícil para los consumidores distinguir sus atributos. La marca es, además del principal identificador del producto, un aval que lo garantiza situándolo en un plano superior, al construir una verdadera identidad y relación emocional con los consumidores. Podríamos decir que la marca se forma por la unión de dos factores: <sup>48</sup>

## La identidad corporativa y la imagen corporativa

La diferencia entre una y otra es que la primera se sitúa en el plano del emisor y la segunda en el del receptor. El diseño de la identidad corporativa queda recogido en un manual tras un proceso meditado de análisis, desarrollo y estudio del conjunto de valores y creencias que conforman la personalidad de la empresa. Todo ello plasmado en un logo-símbolo, es decir, en una tipografía determinada (logotipo) y en la imagen o recursos gráficos que la acompañan (anagrama).

Para la elaboración del manual de identidad corporativa conviene plantearse:

- ¿Qué se quiere transmitir? Lo primero, hay que determinar cuáles son los valores con los que se desea que se identifique a la empresa. Para ello, hay que analizar factores como el sector en el que actúa, la competencia, los puntos fuertes que valoran los clientes, etc.
- ¿Cómo se va a transmitir? Esto implica elegir el nombre y los símbolos que acompañarán a la marca. Teniendo en cuenta que esta representará a la empresa a lo largo de su vida, su atractivo deberá perdurar a lo largo del tiempo.

El logotipo o nombre es quizá lo más importante porque, al final, es por lo que la empresa va a ser reconocida y diferenciada. Este debe ser breve, sencillo, fácil de pronunciar y con buena sonoridad. Además, tiene que aportar grandes dosis de asociación y evocación. <sup>49</sup>

Por lo que se refiere a la imagen de marca, es el valor que percibe el mercado

48 "1. Definición de Marca |", La nube artística - Espacio dedicado a la educación artística, consultado el 13 de octubre de 2022, [https://www.lanubeartistica.es/Diseno/bloque2/DI2\\_U3\\_T1\\_Contenidos\\_v01/1\\_definicion\\_de\\_marca.html](https://www.lanubeartistica.es/Diseno/bloque2/DI2_U3_T1_Contenidos_v01/1_definicion_de_marca.html).

49. "Diferencias entre imagen corporativa e identidad corporativa", Mask Comunicación, consultado el 21 de octubre de 2022, <https://maskcomunicacion.es/blog/diferencia-identidad-e-imagen-corporativa/>.

de ella y se forma como resultado acumulativo de todos los mensajes que emite la empresa. Para conseguir un buen posicionamiento y una imagen positiva es fundamental que todos los mensajes emitidos a través de la empresa y sus productos estén controlados, sean coherentes entre sí, y comuniquen una idea de empresa previamente formulada en función de sus objetivos estratégicos.

De una correcta gestión de ambos elementos depende en gran medida conseguir la notoriedad y la diferenciación que se pretende. Es decir, evitar que seamos uno más, y situarnos dentro de las marcas reconocidas y preferidas por el consumidor. Actualmente Google es, según el informe Millward Brown, año 2014, la marca más reconocida y valorada en el mercado con un valor superior a los 158.843 millones de dólares. La marca española Zara es, en principio, la primera de nuestro país que se encuentra dentro del ranking de las 100 primeras con un valor de 23.140 millones dólares.<sup>50</sup>

Para construir una marca poderosa, no solo hay que tener un buen producto y capacidad creativa, sino que habrá que:

- Crear un nombre fácil de memorizar, aunque a veces la realidad nos demuestre lo contrario.
- Alcanzar un alto nivel de identidad visual.
- Emitir emociones y sensaciones que simbolizen lo que el mercado espera de la marca.
- Tener adaptabilidad a todos los elementos de la empresa y diferentes mercados.
- Destacar una sola idea del producto o la empresa en todas las áreas de comunicación.
- No desarrollar una campaña publicitaria complicada que dificulte al consumidor memorizar la marca.
- Organizar un sistema comercial eficaz y un efectivo departamento de atención al cliente.
- Alcanzar buen posicionamiento en las redes sociales e internet.<sup>51</sup>

Ventajas de crear una marca fuerte y consolidada:

- Diferenciación frente a la competencia.
- Los costes de marketing se reducen puesto que la marca ya es conocida.
- Mayor facilidad en la venta de los productos a la distribución porque los consumidores esperan encontrar esa marca.

50. "Puntos clave de imagen e identidad corporativa", Occam Agencia Digital - Inbound Marketing Madrid, consultado el 13 de octubre de 2022, <https://www.occamagenciadigital.com/blog/puntos-clave-de-imagen-e-identidad-corporativa>.

51. "Diferencias entre identidad corporativa e imagen corporativa | Blau Comunicación y Eventos", Blau Comunicación y Eventos, consultado el 5 de octubre de 2022, <https://www.blaucomunicacion.es/el-blog-de-blau/comunicacion/identidad-corporativa-e-imagen-corporativa/>.

- Permite subir los precios por encima de la competencia porque los consumidores perciben la marca de mayor calidad.
- La empresa puede crecer más fácilmente porque el nombre de la marca encierra gran credibilidad.
- La marca ofrece una defensa frente a la competencia de precios.<sup>52</sup>

## Esencia de marca

La esencia de la marca es la sensación que perciben los clientes cuando interactúan con tu negocio. Es ese atributo intangible percibido por el cliente lo que separa a la marca del resto de los competidores del mercado. Además, define la razón de ser de una empresa, es algo así como el alma o el ADN de una marca que se puede sentir en todos los canales donde está presente la marca. Reúne los objetivos, la propuesta de valor y los principios de la empresa.

Suelen ser dos o tres palabras que describen la “razón de ser” de la empresa. Tiene que ser humana y emotiva, además, es intangible y por lo tanto, lo siente el público objetivo.<sup>53</sup>

## Paleta de colores

Una paleta de colores es un conjunto o variedad de colores usados habitualmente por un pintor, en una obra, pieza gráfica, página web o incluso la decoración de tu recámara.

La paleta de colores puede estar compuesta por todos los colores o también puede ser una selección de colores basada en las similitudes de sus tonos. No es regla, pero las paletas de colores suelen tener armonía y relación entre los colores que la componen, es decir, no es usual elegir colores sin relación entre sí sino colores que combinen.<sup>54</sup>

52. "15. La marca", Marketing XXI | Marketing XXI, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>.

53. "Esencia de marca: qué es lo que hace único a tu empresa", Salago, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://salagocreative.com/esencia-de-marca/>.

54. "Definición de Paleta de Colores", DefinicionABC, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://www.definicionabc.com/general/paleta-de-colores.php>.

## ¿Para qué sirve una paleta de colores?

En el diseño de interiores y la arquitectura la paleta de colores es muy importante. Tanto como usuarios como profesionales del diseño estamos de acuerdo en que los colores tienen una influencia muy grande en cómo percibimos los espacios y qué tan cómodos nos hace sentir estar en ellos.

De acuerdo con la teoría de la psicología del color, estos pueden influir en nuestro comportamiento o estado de ánimo. Por ejemplo, los colores cálidos, como el amarillo, estimulan nuestra creatividad, el apetito, etc. Mientras que los colores cálidos dan una sensación de tranquilidad y calma.<sup>55</sup>

Por eso es importante poner atención cuando elijas la paleta de colores, independientemente del objetivo para el que vayas a elegirla. Una paleta de colores también te ayudará a definir la identidad de una marca o, incluso, una identidad personal si es que estás buscando una paleta para diseñar tu casa.<sup>56</sup>

## Tipografía

En diseño gráfico, se le da gran importancia a las imágenes y los colores, hay un elemento fundamental, y que a veces pasa desapercibido, como son las clases de letras. El diseño, la apariencia y las dimensiones dependen del estilo. Existen muchos tipos, y varios de ellos a continuación:

- **Serif:** Son adornos ubicados por lo general en los extremos de las líneas de los caracteres tipográficos.
- **Sans:** Ofrecen una tipografía moderna al diseño.
- **Script:** Simulan la escritura a mano, tipo tipografía vintage, dándole un toque juguetón a los diseños.
- **Symbols:** Contiene caracteres griegos, signos matemáticos y de puntuación además de otras figuras especiales diseñadas en el mismo estilo que la Times New Roman.
- **Display:** Suelen ser procesos muy artesanales, su principal ventaja es que pueden transmitir muchas sensaciones.<sup>57</sup>

55. "Paleta de colores ¿Qué es y para qué sirve? #Diseños #Uninter", Escuela de Ciencias, Artes y Tecnología, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://blogs.uninter.edu.mx/ESCAT/index.php/paleta-de-colores-que-es-y-para-que-sirve-disenos-uninter/>.

56. Redacción AD, "¿Qué es una paleta de colores? ¿Cómo crear una y para qué sirve?", Architectural Digest, 14 de junio de 2021, <https://www.admagazine.com/interiorismo/paleta-de-colores-que-es-para-que-sirve-y-como-hacerla-20210614-8647-articulos>.

57. "La importancia de la tipografía en el diseño gráfico | Escuela Europea de Empresa", Escuela Europea de Empresa, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://escuelaeuropeadeempresa.eu/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-diseno-grafico/>.

- **Rounded:** Son fuentes redondeadas e ideales para proyectos relacionados con niños, tipo tipografía abecedario para ser bien entendida por ellos.

Las diferentes fuentes tipográficas tienen una personalidad y un efecto en cómo se recibe un mensaje. Diferentes estilos de letras transmiten diversos valores, y esto lo podemos observar en la tipografía para tatuajes, también en tipografía Instagram, cada una tiene su propia personalidad.

No obstante, hay varias razones por las que esta técnica de diseño de letras es importante; transmite sensaciones, ya que la elección del tipo de letra puede afectar la forma en que se entiende un texto, por una parte, puede transmitir rigor mientras que otro es más adecuado para mensajes divertidos. También se concentra en la lectura, en el sentido de que invita al lector a centrarse en el contenido.<sup>58</sup>

## Logotipo

Los logos son imágenes, textos, formas o una combinación de los tres que representan el nombre y el propósito de un negocio, por decirlo de manera simple.

Sin embargo, un logo puede y debe ser más que un símbolo de identificación. Si está bien diseñado, también cuenta la historia de una empresa. De hecho, ayuda a transmitir el mensaje de tu marca de una manera que ayuda a establecer una conexión emocional con tu público objetivo.<sup>59</sup>

Un logo es importante por varias razones, principalmente porque:

- Causa una gran primera impresión que invita a los clientes a interactuar con tu marca
- Te ayuda a crear una identidad de marca
- Le aporta a tu empresa un símbolo a través del cual las personas pueden recordarte mejor
- Te distingue de la competencia
- Fomenta la lealtad a la marca<sup>60</sup>

58. ¿Que es Tipografía?", Ecdisis Estudio – Diseño Gráfico, Diseño Web, Marketing Digital., consultado el 6 de mayo de 2022, <https://ecdisis.com/que-es-tipografia/>.

59. "Qué es un logo, para qué sirve y principales características", Blog de HubSpot | Marketing, Ventas, Servicio al Cliente y Sitio Web, 25 de agosto de 2022, <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-logo>.

60. "Logotipo", Significados, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://www.significados.com/logotipo/>.

Un buen logotipo debe de ser sencillo y no contener elementos decorativos superficiales. Se trata de un «identificador» gráfico de un concepto abstracto como es una marca. No se trata de una imagen o ilustración que deba describir cada aspecto de tu negocio. Todos los elementos decorativos superficiales que entorpezcan la comunicación de un mensaje, desviando la atención de lo importante deben de ser eliminados.

Debe ser original, fácilmente recordable e identificable. Con esto queremos decir que debe tratar de ser diferente y único frente al resto de las empresas de su sector.<sup>61</sup>

Un buen logo debe captar la esencia de la marca y reforzar su mensaje. Debe sintetizar todo lo posible la esencia y la personalidad de una marca. Debe ser fiel a la personalidad y la identidad que la marca representa. Es por ello que debemos de poner especial énfasis a la hora de diseñar un buen logo, y evitar tomar caminos o recursos gráficos que no tengan nada que ver con la marca a representar.

Un buen logo debe ser reproducible a cualquier tamaño y adaptable a varios formatos. Esta característica está muy relacionada con la sencillez del logo. Cuando decimos que un logotipo debe ser escalable, queremos decir que debe ser reproducible a varios tamaños sin perder la legibilidad: desde una pequeño bordado, hasta un cartel a la entrada de cualquier edificio. A la hora de hacer los escalados más pequeños debe poder leerse y verse bien con sus formas reconocibles.<sup>62</sup>

La pregnancia es la capacidad de una forma visual de captar la atención y ser recordada por la gente. Un buen logo debe ser memorable, debe dejar una marca en la memoria de quien lo vea. Una vez más esta característica está estrechamente relacionada con la primera: la simplicidad. Un logo muy recargado contiene demasiados elementos para retener en la memoria.

El diseño de tu logo debe ser atractivo para tu público objetivo. Por eso es importante que conozcas bien a quién se dirige la empresa y tengas correctamente definido el perfil de la audiencia.<sup>63</sup>

61. "Qué es un logo, para qué sirve y principales características", Blog de HubSpot | Marketing, Ventas, Servicio al Cliente y Sitio Web, 25 de agosto de 2022, <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-logo>.

62. Bárbara Nowik, "Características de un logo para una empresa", Página web gratis | Crear una página web gratis | Wix.com, 5 de septiembre de 2021, <https://es.wix.com/blog/amp/2017/09/caracteristicas-de-un-buen-logo?>

63. "Características para diseñar un logotipo", KeepCoding Tech School, consultado el 10 de agosto de 2022, <https://keepcoding.io/blog/caracteristicas-para-disenar-logotipo/>.

## Variaciones del logotipo

Los logotipos permiten que los productos, los servicios, las empresas y las instituciones puedan ser identificados y recordados por los consumidores. De manera que, si se encuentran bien posicionados en la mente del consumidor, es más fácil que los elijan al momento de efectuar una elección de compra.

A continuación, se discutirán los principales tipos de logotipos utilizados en el diseño gráfico, su importancia y algunas de sus características.<sup>64</sup>

### Logotipo tipográfico o palabra marca

El logotipo tipográfico o palabra marca utiliza únicamente tipografía para representar el nombre de la marca. Es el tipo de logotipo más común y efectivo para marcas con nombres fáciles de recordar. Ejemplos de empresas con logotipos tipográficos son Coca-Cola, IBM y Google.

### Logotipo icónico o imagen marca

El logotipo icónico o imagen marca utiliza una imagen o símbolo para representar la marca. Este tipo de logotipo es efectivo para empresas con nombres difíciles de recordar, ya que la imagen o símbolo se convierte en la identidad visual de la marca. Ejemplos de empresas con logotipos icónicos son Apple, Nike y McDonald's.<sup>65</sup>

### Logotipo combinado

El logotipo combinado es una combinación del logotipo tipográfico y el logotipo icónico. Este tipo de logotipo es efectivo para crear una identidad visual completa y efectiva para la marca. Ejemplos de empresas con logotipos combinados son Adidas, BMW y Toyota.

64. The Chicago Manual of Style Online. "Logos". Consultado el 30 de marzo de 2023, en <https://www.chicagomanualofstyle.org/home.html>.

65. 99designs. (2023). What is a wordmark logo? <https://99designs.com.mx/blog/tips/what-is-a-wordmark-logo/>

## Logotipo abstracto

El logotipo abstracto utiliza una forma abstracta para representar la marca. Este tipo de logotipo es utilizado por empresas como Nike, Pepsi y Mercedes-Benz. La forma abstracta se convierte en la identidad visual de la marca y es fácilmente reconocible por los clientes.

## Logotipo emblema

El logotipo emblema utiliza un escudo o sello para representar la marca. Este tipo de logotipo es utilizado por empresas como BMW, Harley-Davidson y Starbucks. El escudo o sello se convierte en la identidad visual de la marca y es fácilmente reconocible por los clientes.<sup>66</sup>

El logotipo es una parte importante de la identidad corporativa de una empresa. Es la representación visual de la marca y ayuda a los consumidores a identificar y reconocer la empresa. Un logotipo efectivo puede diferenciar una marca de la competencia y crear una imagen positiva de la empresa.

El logotipo también es importante para la estrategia de marketing de una empresa. Se utiliza en todos los materiales de marketing, como folletos, carteles y anuncios. El logotipo ayuda a crear una imagen coherente y consistente de la marca en todos los materiales de marketing.

El diseño de un logotipo debe ser simple y memorable. Un logotipo simple es fácil de recordar y reconocer por los clientes. Además, el diseño debe ser distintivo y único para que la marca pueda diferenciarse de la competencia.

El uso del color también es importante en el diseño de un logotipo. Los colores pueden evocar emociones y sentimientos, y pueden ser utilizados para crear una imagen positiva de la marca.<sup>67</sup>

<sup>66</sup> Brandingmag. (2023). Iconic logos and their history. <https://www.brandingmag.com/2015/02/19/iconic-logos-and-their-history/>

<sup>67</sup> Canva. (2023). Combination logos: What they are and why you need one. <https://www.canva.com/learn/combination-logos/>

## Variaciones cromáticas

Las escalas de colores pueden ser cromáticas o acromáticas:

- Escala Cromática: Se obtienen los valores del tono mezclando los colores puros con blanco o con negro, por lo que pueden perder fuerza cromática o luminosidad. Es decir, cambia su tono, su saturación y su brillo.
- Escala Acromática: Será siempre una escala de grises, una modulación continua del blanco al negro. La escala de grises se utiliza para establecer comparativamente tanto el valor de la luminosidad de los colores puros como el grado de claridad de las correspondientes gradaciones de este color puro.

Por la comparación con la escala de grises (también llamada escala test), se ponen en relieve las diferentes posiciones que alcanzan los distintos colores puros en materia de luminosidad.

Dicho de otro modo, podemos comparar los grados de luminosidad y claridad de los colores puros que la forman.<sup>68</sup>

### Gamas de colores

Las gamas de colores son las escalas formadas por gradaciones que realizan un paso regular de un color a otro. Por ejemplo, de un color puro hacia el blanco o hacia el negro, de una serie continua de colores cálidos a fríos o una sucesión de diversos colores. Pueden ser monocromas, cromáticas o policromas.

- Escalas monocromas: Se basan en un único color y se forman con todas sus variaciones, añadiendo blanco, negro o gris como mezcla de ambos.

Las escalas monocromas pueden formarse por saturación, luminosidad o valor

Escala de Saturación, también llamada escala de blanco. Ésta se da cuando al blanco se le añade un cierto color hasta conseguir una saturación determinada.

Escala de Luminosidad, también llamada escala de negro. Es cuando al color

68. Tipos de logotipos - Economipedia", Economipedia, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-logotipos.html>.

saturado se la añade solo negro.

Escala de Valor se produce cuando al tono saturado se le mezclan, al mismo tiempo, el blanco y el negro, es decir, el gris.

- Escalas cromáticas: Estas pueden ser escalas altas, medias o bajas:

Escalas Altas: cuando se utilizan las modulaciones del valor y de saturación que contienen mucho blanco dando lugar a composiciones luminosas.

Escalas Medias: cuando se utilizan modulaciones que no se alejan mucho del tono puro saturado del color dando lugar a composiciones algo apagadas.

Escalas Bajas: cuando se usan las modulaciones de valor y luminosidad que contienen mucho negro por lo que las composiciones resultarán oscuras.

- Escalas Polícromas: Son aquellas gamas de variaciones de dos o más colores. El mejor ejemplo de este tipo de escala es el arco iris.<sup>69</sup>

## Composición y diagramación

El diseño gráfico es una disciplina que utiliza elementos visuales para comunicar un mensaje y crear una conexión emocional con el espectador. En este sentido, la composición y la diagramación son fundamentales para lograr diseños atractivos y efectivos. En este ensayo, se explicará en qué consisten la composición y la diagramación en el diseño gráfico, así como los términos más comunes utilizados.

La composición en el diseño gráfico se refiere a la organización y disposición de los elementos visuales, como imágenes, texto, colores y formas, en un espacio visual. La composición tiene como objetivo crear una armonía visual y comunicar de manera efectiva el mensaje deseado. Para lograr esto, es esencial considerar aspectos como la selección adecuada de los elementos visuales, su tamaño, forma, posición y relación entre ellos.<sup>70</sup>

---

69. "Escalas cromáticas, acromáticas y gamas de colores", Fotografía digital y diseño gráfico, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.fotonostra.com/grafico/escalascolores.htm#:~:text=A%20la%20variación%20graduada%20de,es%20decir,%20colores%20sin%20color>.  
70. Bringhurst, Robert. The Elements of Typographic Style (Vancouver: Hartley & Marks, 2004), 45-60.

Por otro lado, la diagramación se refiere al proceso de organizar y distribuir los elementos visuales en un diseño, asegurando que haya un flujo lógico y claro para el espectador. La diagramación se utiliza en la maquetación de revistas, periódicos, folletos, carteles, páginas web y otros medios impresos o digitales. La diagramación tiene como objetivo crear un diseño que sea fácil de leer y comprender para el espectador.

La diagramación implica organizar y distribuir los elementos visuales en un diseño de manera que haya un flujo lógico y claro para el espectador. Aquí hay algunos pasos clave para realizar una diagramación efectiva: <sup>71</sup>

## Definir la estructura

Antes de comenzar con la diagramación, es importante definir la estructura del diseño. Esto implica decidir cómo se organizarán los elementos visuales en el espacio disponible, establecer la jerarquía visual y determinar la secuencia o flujo de la información.

## Utilizar una retícula o grid

Una retícula o grid es una estructura de líneas guía que se utiliza para organizar y alinear los elementos en un diseño. Puedes crear una retícula utilizando software de diseño o dibujándola manualmente. La retícula te ayudará a mantener la consistencia y el equilibrio en tu diseño.

## Seleccionar y colocar los elementos visuales

Una vez que hayas definido la estructura y creado una retícula, puedes comenzar a seleccionar y colocar los elementos visuales en tu diseño. Es importante considerar la jerarquía visual, es decir, la importancia relativa de los elementos y cómo se relacionan entre sí. Puedes utilizar el tamaño, la posición y la forma de los elementos para crear una jerarquía visual clara.

## Considerar la legibilidad

La legibilidad es crucial en la diagramación, especialmente cuando se trata de textos. Asegúrate de que el texto sea fácil de leer, utilizando fuentes apropiadas en términos de tamaño, estilo y color. También es importante dejar suficiente espacio en blanco alrededor del texto para que sea legible y no se vea apretado. <sup>72</sup>

71. Lupton, Ellen. "The Grid: History, Use, and Meaning." *Print* 51, no. 4 (1997): 62-69.

72. Smith, John. "Principios de la Composición en Diseño Gráfico", *Diseño Creativo*, <https://www.ejemplo.com/principios-de-la-composicion-en-diseno-grafico> (Accedido el 17 de noviembre de 2022).

## ¿Cómo influyen los colores en las personas?

A la hora de vender nuevos productos es fundamental considerar que los consumidores sitúan la apariencia visual y el color por encima de otros factores a la hora de comprar.

De hecho, el 85% de los compradores señalan al color como la razón principal por la cual compran un producto.

El 73% de las decisiones de compra se toman dentro de una tienda, ya sea online o física.

Como consecuencia, resulta fundamental captar los ojos del comprador y transmitir la información de manera eficaz para el éxito de las ventas.<sup>73</sup>

Entre otras bondades de la psicología del color aplicado al marketing se encuentran:

El color y el branding. El reconocimiento de marca está directamente relacionado con la confianza del consumidor. El color incrementa el conocimiento de una marca en un 80%.

Incrementa la memoria. El color ayuda a procesar y almacenar imágenes de manera más eficiente que las escenas sin color (blanco y negro) y como consecuencia, las recordamos mejor.

Aumenta la participación. Los anuncios publicitarios a color son leídos un 42% más a menudo que los mismos anuncios en blanco y negro.

Para los minoristas y la mayoría de los puntos de venta, el marketing es un arte de la persuasión.

Muchos factores diferentes influyen en la decisión de compra de los compradores que entran en tu tienda.

Las influencias más comunes son las sutiles y obvias señales visuales alrededor de la salida, desde el orden de la disposición y los colores hasta la presentación y colocación de los productos.<sup>74</sup>

73. "Cómo los colores nos influyen | DW | 16.09.2020", DW.COM, consultado el 12 de octubre de 2022, <https://www.dw.com/es/cómo-los-colores-nos-influyen/a-54954103>.

74. "¿Cuál es la influencia de los colores en las personas?", Mejor con Salud, consultado el 18 de noviembre de 2022, <https://mejorconsalud.as.com/la-influencia-de-los-colores-las-personas/>.

Al comercializar nuevos productos, es fundamental que consideres el impacto de los colores en la decisión de compra.

Las investigaciones demuestran que el uso adecuado del color aumenta el reconocimiento de la marca en 80%. También eleva la apariencia visual en 93%. Otro 85% de los consumidores compran debido al color.

Sin embargo, la verdad es que el color es demasiado dependiente de las experiencias personales para ser universalmente traducido a sentimientos específicos.

Los colores influyen en cómo los clientes ven la «personalidad» de la marca en cuestión.

Estudios adicionales han revelado que nuestros cerebros prefieren marcas inmediatamente reconocibles, lo que hace que el color sea un elemento importante a la hora de crear una identidad de marca.<sup>75</sup>

Las marcas pueden cruzar a veces entre dos rasgos, pero son dominadas sobre todo por una.

Ciertos colores se alinean ampliamente con rasgos específicos (por ejemplo, marrón con rugosidad, púrpura con sofisticación y rojo con emoción).

Sin embargo, casi todos los estudios académicos sobre colores y marcas te dirán que es mucho más importante que los colores apoyen la personalidad que deseas para representar en lugar de tratar de alinearse con las asociaciones estereotípicas de color.

Una rama de la psicología llamada «psicología del color» es el estudio que trata sobre los colores y su efecto a la conducta humana.

La psicología del color surgió hace años cuando los egipcios estudiaron el efecto de los colores sobre el estado de ánimo y los utilizaron para el desarrollo holístico. Antes, el rojo simbolizaba el aumento de la circulación, el amarillo es para purificar el cuerpo, el azul es para aliviar el dolor, el morado es para los problemas de la piel, el naranja se utiliza para aumentar la energía y el negro representa la vida y el renacimiento.<sup>76</sup>

75. Melissa González, "Psicología del color: la forma en la que te definen los tonos que vistes", abc, 6 de septiembre de 2020, [https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-psicologia-color-forma-definen-tonos-vistes-202009060332\\_noticia.html](https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-psicologia-color-forma-definen-tonos-vistes-202009060332_noticia.html).

76. Emanuel Oliver, "La Psicología del Color", gen words, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.genwords.com/blog/psicologia-del-color>.

## Técnicas creativas

Las técnicas creativas, son aquellas que permiten estimular la creatividad para obtener ideas y poder desarrollarlas. Gracias a este tipo de técnicas, las personas han logrado llevar a cabo numerosos proyectos creativos que hoy día disfrutamos.

Cada vez son más los que hacen uso de estas técnicas creativas, diferentes técnicas que podrías utilizar de manera usual para estimular la creatividad, obteniendo nuevos y mejores resultados.<sup>77</sup>

### Brainstorming

Creada por Alex Faickney Osborn. Esta técnica también es llamada lluvia de ideas, es la más famosa de todas y una de las que mejores resultados da.

Se trata de una reunión de 6 a 12 personas con un moderador, el cual presenta un tema a analizar y los participantes transmiten sus ideas durante 1 o 2 horas. La finalidad es el obtener el máximo de ideas aprovechables.<sup>78</sup>

Existen algunos principios para estas sesiones

- Prevalece la cantidad sobre la calidad de ideas.
- Expresar frases cortas.
- Emitir ideas de forma espontánea cuando surjan.
- Eliminar actitud crítica y autocrítica.
- Sin razonamientos excesivos.
- Fomentar las ideas originales o apoyar ideas emitidas por participantes.



Figura 9. Effective Brainstorm Marzon 2022, hover

77. "Checking your browser - reCAPTCHA", Checking your browser - reCAPTCHA, consultado el 16 de noviembre de 2022, [https://es.semrush.com/blog/guia-de-brainstorming/?kw=&cmp=LM\\_S](https://es.semrush.com/blog/guia-de-brainstorming/?kw=&cmp=LM_S)

78. "Lluvia de Ideas | Qué es, cómo hacerla, técnicas de brainstorming, ejemplos y más", Coworkingfy, consultado el 20 de octubre de 2022, <https://coworkingfy.com/lluvia-de-ideas/>.

## Brainwriting

Es una técnica muy parecida a la anterior, pero esta se realiza de forma escrita.

Se trata de un grupo que se posiciona en forma de círculo, donde cada persona tiene un papel en blanco y debe escribir ideas durante unos minutos. Después, se intercambian los papeles y se vuelven a escribir ideas en las hojas de papel de los compañeros.

Mediante este proceso, las ideas van creciendo cada vez más rápido. Tras varias rondas de intercambios de papeles e ideas, se leen todas estas ideas y se van seleccionando las que más han gustado al grupo.<sup>79</sup>



Figura 10. técnicas creativas, junio 2022

## SCAMPER

Es otra forma de generar nuevas ideas, se usa para productos que ya se encuentran en el mercado. Su proceso es el siguiente, se identifica el elemento a mejorar y seguidamente se hacen una serie de preguntas llamadas SCAMPER.<sup>80</sup>

**S C A M P E R**

|            |          |         |           |                        |          |             |
|------------|----------|---------|-----------|------------------------|----------|-------------|
| Substituir | Combinar | Adaptar | Modificar | Ponerlo<br>en otro uso | Eliminar | Reorganizar |
|------------|----------|---------|-----------|------------------------|----------|-------------|

79. "Brainwriting ¿Qué es y cómo funciona?", Software DELSOL, consultado el 21 de octubre de 2022, <https://www.sdelisol.com/glosario/brainwriting/>.

80. "Qué es el método Scamper: ejemplos y preguntas que hacerse", Hablemos de empresas, consultado el 12 de octubre de 2022, <https://hablemosdeempresas.com/pymes/que-es-metodo-scamper-ejemplos/>.

## Philips 66

Ideal para grupos grandes. Tiene la siguiente metodología:

Se subdividen en grupos de 6 personas. Durante 6 minutos estudiarán el problema. Al pasar el tiempo, un portavoz lee las conclusiones generales ante la asamblea.<sup>81</sup>



Figura 11. Ideas de marketing

## 6 Sombreros

Los seis sombreros son una representación de seis maneras diferentes de pensar, las cuales cada participante debe ser proactivo con ese pensamiento que representa.

Gracias a ello se puede abarcar diferentes pensamientos que enriquecerán las ideas a generar.

Estos son los diferentes colores y lo que representa cada sombrero:

- Blanco: se centra en los datos disponibles.
- Rojo: expone sus sentimientos sin justificarlos.
- Negro: pone en manifiesto los aspectos negativos sobre el tema.
- Amarillo: pensamiento positivo, ayuda a ver los beneficios.
- Verde: el sombrero de la creatividad, puede aplicar técnicas de creatividad vistas - anteriormente.
- Azul: el sombrero del control y la gestión, gracias a él se resume lo que se ha dicho y se llega a las conclusiones.<sup>82</sup>



Figura 12. los 6 sombreros, Luis Vázquez Suárez

81. "Técnicas didácticas - Centradas en el grupo - Philips 66", Habilidades Docentes, consultado el 19 de octubre de 2022, <http://hadoc.azc.uam.mx/tecnicas/philips.htm>.

82 "Los seis sombreros para pensar | designthinking.gal", designthinking.gal | Consultora de innovación y formación | Design Thinking en España, consultado el 20 de octubre de 2022, <https://designthinking.gal/tecnicas-de-creatividad-los-seis-sombreros-para-pensar/>.

## Técnica 6-3-5

Es una técnica un poco similar con el brainwriting. Se reúnen 6 personas con una hoja en blanco cada una de ellas. Deberán escribir de una manera clara y concisa 3 ideas en 5 minutos.

Una vez terminado el proceso, las personas intercambian sus hojas, leen las ideas de sus compañeros y vuelven a escribir 3 ideas en 5 minutos.

Una vez completado el ciclo y haber intervenido 5 minutos en 6 veces diferentes, cada participante tendrá 18 ideas y el cómputo global será de 108 ideas. Algunas suelen repetirse o no encajar bien, pero es normal.<sup>83</sup>



Figura 13. Método 635, agosto 2020

83. Sergi Blanchadell, "Las técnicas creativas más importantes - Seo Maniak", Seo Maniak, 28 de mayo de 2021, <https://seomaniak.com/tecnicas-creativas-mas-importantes/>.

## Fuentes consultadas

- "1. Definición de Marca |", La nube artística - Espacio dedicado a la educación artística, consultado el 13 de octubre de 2022, [https://www.lanubeartistica.es/Diseno/bloque2/DI2\\_U3\\_T1\\_Contenidos\\_v01/1\\_definicion\\_de\\_marca.html](https://www.lanubeartistica.es/Diseno/bloque2/DI2_U3_T1_Contenidos_v01/1_definicion_de_marca.html).
- "15. La marca", Marketing XXI | Marketing XXI, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>.
- "9designs. (2023). What is a wordmark logo? <https://99designs.com.mx/blog/tips/what-is-a-wordmark-logo/v>
- "Brainwriting ¿Qué es y cómo funciona?", Software DELSOL, consultado el 21 de octubre de 2022, <https://www.sdelisol.com/glosario/brainwriting/>.
- "Brandingmag. (2023). Iconic logos and their history. <https://www.brandingmag.com/2015/02/19/iconic-logos-and-their-history/>"
- "Bringhurst, Robert. The Elements of Typographic Style (Vancouver: Hartley & Marks, 2004), 45-60."
- "Bárbara Nowik, "Características de un logo para una empresa", Página web gratis | Crear una página web gratis | Wix.com, 5 de septiembre de 2021, <https://es.wix.com/blog/amp/2017/09/caracteristicas-de-un-buen-logo?>"
- "Canva. (2023). Combination logos: What they are and why you need one. <https://www.canva.com/learn/combination-logos/>"
- "Características para diseñar un logotipo", KeepCoding Tech School, consultado el 10 de agosto de 2022, <https://keepcoding.io/blog/caracteristicas-para-disenar-logotipo/>.
- "Checking your browser - reCAPTCHA", Checking your browser - reCAPTCHA, consultado el 16 de noviembre de 2022, [https://es.semrush.com/blog/guia-de-brainstorming/?kw=&cmp=LM\\_S](https://es.semrush.com/blog/guia-de-brainstorming/?kw=&cmp=LM_S)
- "Composición y diseño gráfico - artesvisuales", artesvisuales, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://artesvisuales.com/blog/composicion-y-diseno-grafico/>.
- "Conceptos básicos de diseño gráfico: Fundamentos del diseño", GCFGlobal.org, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos->

de-diseno-grafico/fundamentos-del-diseno/1/

- "Conceptos básicos de diseño gráfico: Fundamentos del diseño", GCFGlobal.org, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos-de-diseno-grafico/fundamentos-del-diseno/1/>.
- "Cómo los colores nos influyen | DW | 16.09.2020", DW.COM, consultado el 12 de octubre de 2022, <https://www.dw.com/es/cómo-los-colores-nos-influyen/a-54954103>.
- "¿Cuál es la influencia de los colores en las personas?", Mejor con Salud, consultado el 18 de noviembre de 2022, <https://mejorconsalud.as.com/la-influencia-de-los-colores-las-personas/>.
- "¿Cuáles son los diferentes tipos de Diseño que existen? - Academia de Diseño", Academia de Diseño, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://academiadedisenio.com/2019/08/03/cuales-son-los-diferentes-tipos-de-diseno-que-existen/>.
- "Definición de Paleta de Colores", DefinicionABC, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://www.definicionabc.com/general/paleta-de-colores.php>.
- "Desarrollo social y ¿diseño? - Glocal", Glocal, consultado el 7 de mayo de 2022, <https://glocal.mx/desarrollo-social-y-diseno/>.
- "Diferencias entre identidad corporativa e imagen corporativa | Blau Comunicación y Eventos", Blau Comunicación y Eventos, consultado el 5 de octubre de 2022, <https://www.blaucomunicacion.es/el-blog-de-blau/comunicacion/identidad-corporativa-e-imagen-corporativa/>.
- "Diferencias entre imagen corporativa e identidad corporativa", Mask Comunicación, consultado el 21 de octubre de 2022, <https://maskcomunicacion.es/blog/diferencia-identidad-e-imagen-corporativa/>.
- "Diseño gráfico: 10 conceptos que debes conocer - SEFHOR", SEFHOR, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://sefhor.com/diseno-grafico-conceptos/>.
- "Diseño gráfico y responsabilidad social - Design Republik", Design Republik, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.designrepublik.com/diseno-grafico-y-responsabilidad-social/#:~:text=La%20Responsabilidad%20social%20en%20el,que%20sea%20productiva,%20produciendo%20satisfacciones>.
- "Diseño vectorial: qué es y dónde aplicarlo", ESDESIGN, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno-grafico/diseno-vectorial-que-es>.

- "Diseño web: ¿qué es y cuáles son sus características?", Rock Content - ES, 21 de junio de 2020, <https://rockcontent.com/es/blog/disenio-web/>.
- "Educación superior | Naciones Unidas", United Nations, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.un.org/es/impacto-académico/educación-superior>.
- "El Diseño Gráfico y su importancia en la sociedad", consultado el 9 de junio de 2022, [https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos\\_UC/aviso/El-Diseño-Gráfico-y-su-importancia-en-la-sociedad#:~:text=El%20diseño%20gráfico%20ha%20servido,un%20arte%20sobre%20esos%20productos](https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos_UC/aviso/El-Diseño-Gráfico-y-su-importancia-en-la-sociedad#:~:text=El%20diseño%20gráfico%20ha%20servido,un%20arte%20sobre%20esos%20productos).
- "el diseño gráfico como influencia en el desarrollo social y comunitario", Roberto Omar García, Liliana Isamar Paucar, consultado el 6 de mayo del 2022, <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3980/1/EL%20DISEÑO%20GRAFICO%20COMO%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20SOCIAL%20Y%20COMUNITARIO.pdf>
- "Emanuel Oliver, "La Psicología del Color", gen words, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.genwords.com/blog/psicologia-del-color>."
- "Escalas cromáticas, acromáticas y gamas de colores", Fotografía digital y diseño gráfico, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.fotonostra.com/grafico/escalascolores.htm#:~:text=A%20la%20variación%20graduada%20de,es%20decir,%20colores%20sin%20color>.
- "Esencia de marca: qué es lo que hace único a tu empresa", Salago, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://salagocreative.com/esencia-de-marca/>.
- "Heidi Loarca, "¿Cuántas personas logran graduarse de la universidad en Guatemala?", Soy502 | Noticias sobre Guatemala, 23 de mayo de 2021, <https://www.soy502.com/articulo/casi-39-mil-personas-obtuvieron-titulo-universitario-101476>."
- "Identidad visual: qué es y por qué es clave en tu marca", Blog del E-commerce, consultado el 6 de octubre de 2022, <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>.
- "IESALC. (2018). Educación superior, diversidad cultural e interculturalidad en América Latina. UNESCO: Cres 2018, vol 3. consultado el 6 de mayo de 2022"
- "Importancia del diseño gráfico ante la sociedad – Gamagrafica", Gamagrafica – Una imprenta Ecoeficiente, consultado el 7 de mayo de 2022, <https://gamagrafica.com/importancia-del-diseno-grafico-ante-la-sociedad/>.

- "Incrementa la población estudiantil en postgrados | Soy Usac", Soy Usac | Medio de Noticias de la USAC, 2 de junio de 2022, <https://soy.usac.edu.gt/?p=17543>.
- "Katherine Lesmo, "La línea gráfica y el por qué necesitás un manual de marca ¡YA!", keysocialmedia, 4 de marzo de 2019, <https://www.keysocialmediapy.com/post/lineagrafica.>"
- "Katherine Lesmo, "La línea gráfica y el por qué necesitás un manual de marca ¡YA!", keysocialmedia, 4 de marzo de 2019, <https://www.keysocialmediapy.com/post/lineagrafica.>"
- "La guía del principiante: ¿Que es UX/UI? - Wild Code School", www.wildcodeschool.com, 11 de junio de 2021, <https://www.wildcodeschool.com/es-ES/blog/que-es-ux-ui-diseno-interfaz-usuario-experiencia>.
- "La importancia de la Ilustración y el Diseño Gráfico | Valor de Ley", Valor de Ley, consultado el 5 de mayo de 2022, <https://valordeley.es/blog/importancia-ilustracion-diseno-grafico/>.
- "La importancia de la tipografía en el diseño gráfico | Escuela Europea de Empresa", Escuela Europea de Empresa, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://escuelaeuropeadeempresa.eu/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-diseno-grafico/>.
- "La importancia del diseño de marca - Noticias - Fundación General ULL", Noticias - Fundación General ULL, consultado el 15 de septiembre de 2022, <https://fg.ull.es/noticias/2020/07/17/la-importancia-del-diseno-de-marca/>.
- "La importancia del diseño gráfico | FUDE", FUDE | Cursos Online Gratis | Cursos a Distancia en Argentina, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.educativo.net/articulos/la-importancia-del-diseno-grafico-776.html#:~:text=¿Por%20qué%20es%20importante%20el,significativos,%20expresando%20sentimientos%20y%20valores>
- "Laura Alonzo, "Cómo crear un manual de identidad corporativa para tu marca", Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce, 3 de enero de 2022, <https://marketing4ecommerce.net/manual-de-identidad-corporativa-para-tu-marca/>."
- "Lluvia de Ideas | Qué es, cómo hacerla, técnicas de brainstorming, ejemplos y más", Coworkingfy, consultado el 20 de octubre de 2022, <https://coworkingfy.com/lluvia-de-ideas/>.

- "Logotipo", Significados, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://www.significados.com/logotipo/>.
- "Los seis sombreros para pensar | designthinking.gal", designthinking.gal | Consultora de innovación y formación | Design Thinking en España, consultado el 20 de octubre de 2022, <https://designthinking.gal/tecnicas-de-creatividad-los-seis-sombreros-para-pensar/>.
- "Luis Cardeña, "¿Qué es un manual de marca y cuál es su importancia?", 20S Agencia, 28 de julio de 2021, <https://20sagencia.com/que-es-un-manual-de-marca-y-cual-es-su-importancia/>."
- "Luiza Pérez, "Identidad visual: ¿qué es y cómo construir la de tu empresa?", Rock Content - ES, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/>."
- "Lupton, Ellen. "The Grid: History, Use, and Meaning." Print 51, no. 4 (1997): 62-69."
- "Max Camuñas, " Qué es un manual de marca, cómo diseñarlo, apartados, ejemplos", Max Camuñas, 4 de octubre de 2021, [https://www.maxcf.es/manual-de-marca/#Que\\_es\\_un\\_manual\\_de\\_marca\\_de\\_estilo\\_o\\_de\\_identidad/](https://www.maxcf.es/manual-de-marca/#Que_es_un_manual_de_marca_de_estilo_o_de_identidad/)."
- "Melissa González, "Psicología del color: la forma en la que te definen los tonos que vistes", abc, 6 de septiembre de 2020, [https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-psicologia-color-forma-definen-tonos-vistes-202009060332\\_noticia.html](https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-psicologia-color-forma-definen-tonos-vistes-202009060332_noticia.html)."
- "Mina Park, "Líneas: qué son, tipos, clases y ejemplos | Smartick", Smartick, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.smartick.es/blog/matematicas/geometria/lineas-rectas-y-lineas-curvas/>."
- "Motion Graphics, qué es y para qué sirve", Agencia de Publicidad Valladolid|Madrid|Desarrollo y Posicionamiento Web SEO Trama, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.tramapublicidad.com/blog/motion-graphics-que-es-y-para-que-sirve/>.
- "Nagore Martinez, "Conceptos básicos de diseño gráfico • ETEeKIN by Oreka I.T.", ETEeKIN by Oreka I.T., 19 de octubre de 2020, <https://eteekin.eus/blog-conceptos-basicos-de-diseno-grafico/>."
- "Nagore Martinez, "Conceptos básicos de diseño gráfico • ETEeKIN by Oreka I.T.", ETEeKIN by Oreka I.T., 19 de octubre de 2020, <https://eteekin.eus/blog-conceptos->

basicos-de-diseno-grafico/."

- "Oscar Colmenares, "La marca: su definición, sus elementos y su gestión", gestiopolis, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.gestiopolis.com/la-marca-su-definicion-sus-elementos-y-su-gestion/>."
- "Paleta de colores ¿Qué es y para qué sirve? #Diseños #Uninter", Escuela de Ciencias, Artes y Tecnología, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://blogs.uninter.edu.mx/ESCAT/index.php/paleta-de-colores-que-es-y-para-que-sirve-disenos-uninter/>.
- "Puntos clave de imagen e identidad corporativa", Occam Agencia Digital - Inbound Marketing Madrid, consultado el 13 de octubre de 2022, <https://www.occamagenciadigital.com/blog/puntos-clave-de-imagen-e-identidad-corporativa>.
- "Qué es el Diseño Gráfico - Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico", Piktochart en Español, consultado el 8 de julio de 2022, <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>.
- "Qué es el método Scamper: ejemplos y preguntas que hacerse", Hablemos de empresas, consultado el 12 de octubre de 2022, <https://hablemosdeempresas.com/pymes/que-es-metodo-scamper-ejemplos/>.
- "Qué es un logo, para qué sirve y principales características", Blog de HubSpot | Marketing, Ventas, Servicio al Cliente y Sitio Web, 25 de agosto de 2022, <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-logo>.
- "Qué es un logo, para qué sirve y principales características", Blog de HubSpot | Marketing, Ventas, Servicio al Cliente y Sitio Web, 25 de agosto de 2022, <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-logo>.
- "Qué es un manual de marca, cómo diseñarlo, apartados, ejemplos", Max Camuñas, consultado el 8 de julio de 2022, <https://www.maxcf.es/manual-de-marca/>.
- "¿Que es Tipografía?", Ecdisis Estudio - Diseño Gráfico, Diseño Web, Marketing Digital., consultado el 6 de mayo de 2022, <https://ecdisis.com/que-es-tipografia/>."
- "¿Qué es edición de vídeo? - Treintaycinco mm", Treintaycinco mm, 15 de mayo de 2021, <https://35mm.es/que-es-edicion-video/>.
- "¿Qué es el diseño gráfico? Lo que necesitas saber", Cursos de Diseño y Revit Online - Escuela ESDIMA en Madrid, consultado el 14 de octubre de 2022, <https://esdima.com/que-es-el-diseno-grafico/>.

- "¿Qué es la Identidad Visual? | Diccionario de Branding", Agarimo Estudio, consultado el 6 de octubre de 2022, <https://agarimoestudio.com/diccionario-de-branding/identidad-visual/>.
- "¿Qué es la identidad visual de una marca? - Oink", Oink my God, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://oinkmygod.com/blog/identidad-visual-marca/>.
- "¿Qué es una marca? Definición y tipos", Estudioka | Diseño gráfico y web Barcelona, consultado el 8 de septiembre de 2022, <https://estudioka.es/concepto-de-marca/>.
- "¿Qué es una Marca Gráfica? | Branding diccionario de Comuniza", Comuniza, consultado el 15 de septiembre de 2022, <https://comuniza.com/diccionario-branding/marca-grafica#:~:text=La%20marca%20gráfica%20concentra%20los,sin%20las%20letras%20«Nike»>.
- "Redacción AD, "¿Qué es una paleta de colores? ¿Cómo crear una y para qué sirve?", Architectural Digest, 14 de junio de 2021, <https://www.admagazine.com/interiorismo/paleta-de-colores-que-es-para-que-sirve-y-como-hacerla-20210614-8647-articulos>."
- "Sergi Blanchadell, "Las técnicas creativas más importantes - Seo Maniak", Seo Maniak, 28 de mayo de 2021, <https://seomaniak.com/tecnicas-creativas-mas-importantes/>."
- "Smith, John. "Principios de la Composición en Diseño Gráfico", Diseño Creativo, <https://www.ejemplo.com/principios-de-la-composicion-en-diseno-grafico> (Accedido el 17 de noviembre de 2022)."
- "The Chicago Manual of Style Online. "Logos". Consultado el 30 de marzo de 2023, en <https://www.chicagomanualofstyle.org/home.html>."
- "Tipos de logotipos - Economipedia", Economipedia, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-logotipos.html>."
- "Técnicas didácticas - Centradas en el grupo - Philips 66", Habilidades Docentes, consultado el 19 de octubre de 2022, <http://hadoc.azc.uam.mx/tecnicas/philips.htm>."



---

## 06 Producción y evaluación gráfica

- Visualización Nivel 1 90-97
- Visualización Nivel 2 97-104
- Visualización Nivel 3 105-108

## Nivel 1 de visualización: bocetaje análogo y autoevaluación

En esta fase de bocetaje nivel 1 se inicia la diagramación e implementación de las distintas líneas para la institución y su uso de línea gráfica para utilizar, tanto la marca como la pieza a diseñar.

### Boceto rápido (roof o garabato) a mano

El bocetaje rápido es una forma de plasmar las ideas de una forma rápida para luego mejorar y perfeccionar en base del garabato, como experimentos de trazos y combinación de ideas entre cada uno de los bocetos.

Como primer paso buscamos una distinta diagramación para el logotipo de la institución, debido a que este ya está establecido, se decide proponer cambios y solicitar la aprobación de estos. Como se puede apreciar en la figura 14.



Figura 14. Boceto a mano de logo

A continuación, en la figura 15 se modifican algunos aspectos del logo original, para que este todo más alineado y no se ocupe tanto espacio al momento de escalar a tamaños muy pequeños.



Figura 15. Boceto a mano de logo

Se modifican algunos elementos para tener mayor movimiento como en la figura 15 y 16, sin embargo, se pierde el orden y se desorganiza los elementos que se quieren destacar del logo



Figura 15. Boceto a mano de logo

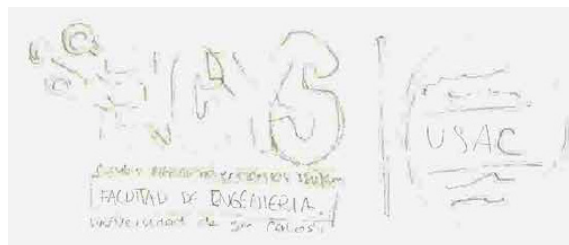


Figura 16. Boceto a mano de logo

Luego se avanza con la diagramación y la propuesta para el manual de marca, en la figura 17 podemos ver el boceto para la portada, teniendo una diagramación con movimiento. En la figura 18 encontramos lo que es la contraportada, la cual se piensa realizar de forma limpia.

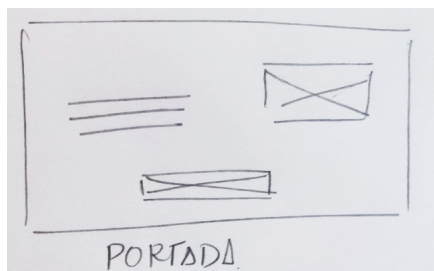


Figura 17. Boceto de portada

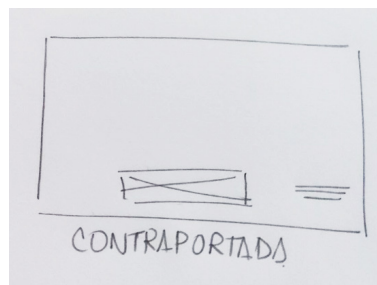


Figura 18. Boceto de contraportada

Para la portadilla como se aprecia en la figura 19 se piensa distribuir la información en ambas paginas, para el contenido se propone una diagramación dinámica, en la cual pueda tener movimiento visual como se observa en la figura 20.

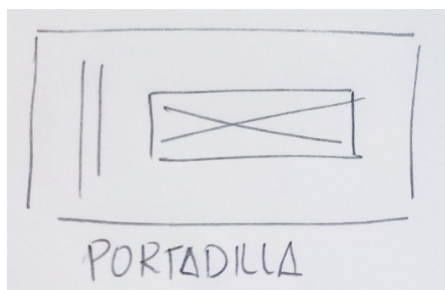


Figura 19. Boceto de portadilla



Figura 20. Boceto de contenidos

Como segunda propuesta de diagramación se realiza un bocetaje en vertical, como podemos verlo en la portada (figura 21) y en la contraportada (figura 22). Con la portadilla, como se puede apreciar en la figura 23 tenemos una diagramación más sencilla en la que se enfoca más en la parte del tema principal acompañada de un diseño en la parte superior.

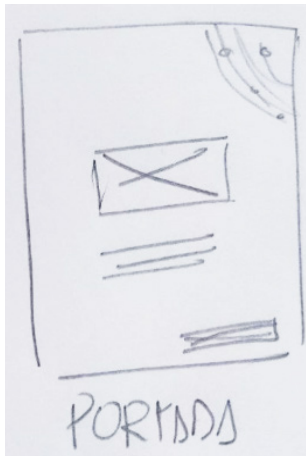


Figura 21. Boceto de portada

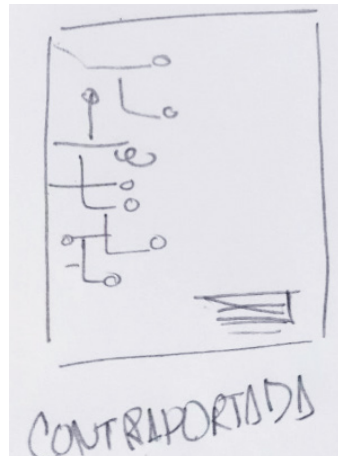


Figura 22. Boceto de contraportada

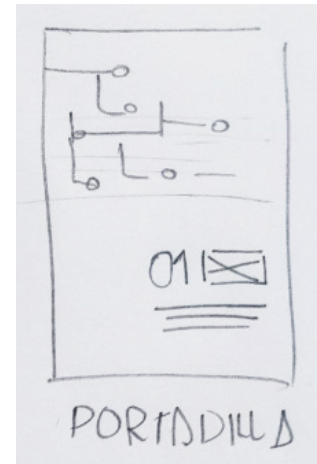


Figura 23. Boceto de portadilla

En lo que se refiere al contenido podemos observar en la figura 24 una diagramación más ordenada, en la que se trabaja a dos columnas el texto y se centra las imágenes o gráficos que se vayan a utilizar.

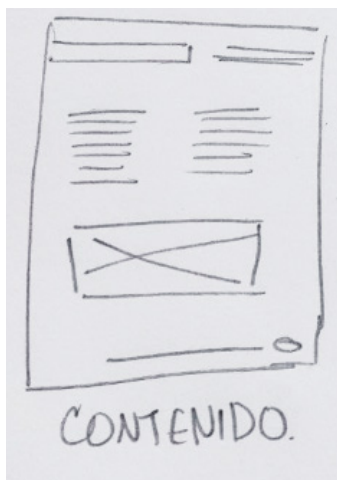


Figura 24. Boceto de contenido

## Boceto a mano con color, composición y fuentes definidas

En esta etapa se establecen de mejor manera las ideas propuestas, se perfeccionan trazos y composición de cada uno como se puede ver en la figura 25, el loco se trabaja ya a color.



Figura 25. Boceto de logotipo de institución

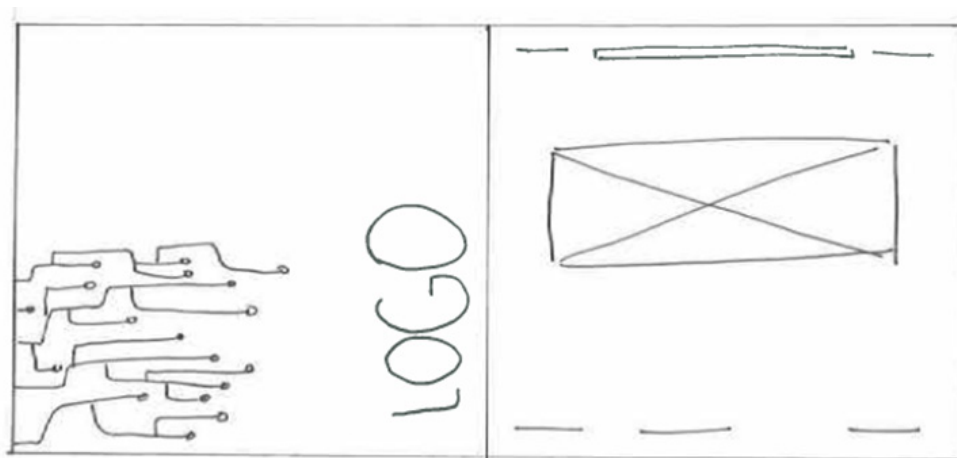


Figura 26 boceto a mano para manual de marca "portadilla"

Para la diagramación del manual, se implementa una diagramación de dos páginas por sección, como se observa en la figura 26, utilizando una para el título, variando el color y utilizando un patrón en la orilla de la misma. El texto del contenido será en 1 u 2 columnas de modo esta no se vea tan extenso.

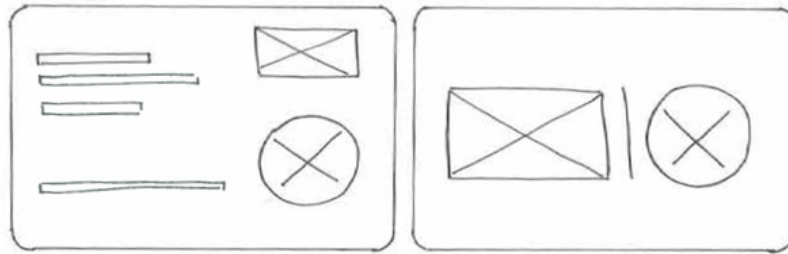


Figura 27 boceto a mano para manual de marca "tarjeta de presentación"

Para la diagramación de distintos materiales se empiezan a ver implementaciones de jerarquía, pesos visuales y contraste entre colores para obtener mejor detalle. Por ejemplo, la tarjeta de presentación que observamos en la figura 27, se enfoca en la imagen de la persona, destacando el puesto y siempre teniendo en ambas caras el logo de la institución.

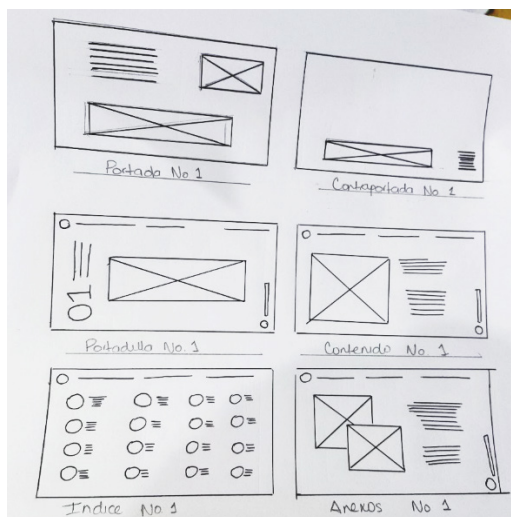


Figura 28 boceto de diagramación de manual

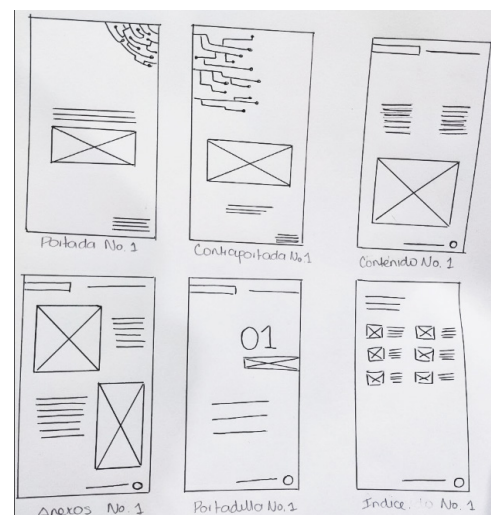


Figura 29 Boceto mejorado de manual

Para tener más clara y de forma limpia las ideas para el manual, se perfeccionan los bocetos, como podemos observar en la figura 28 las distintas propuestas para el manual en posición horizontal, para dar una idea más clara y la diagramación de este. Por otro lado, contamos con la propuesta en vertical como se ve en la figura 29, teniendo esto ya en cuenta podemos apreciar cual se puede ver de una mejor manera a nivel estético y funcional.

## Boceto a mano con mayor de expresión gráfica de mayo calidad y definición creativa

El logotipo con distintas diagramaciones no fue aprobado, por lo que se continúa realizando bocetajes y mejoras en estos de la diagramación de línea gráfica y manual de marca. Como podemos observar la diagramación para el manual en figura 30 y un boceto más avanzado de la tarjeta de presentación en la figura 31.

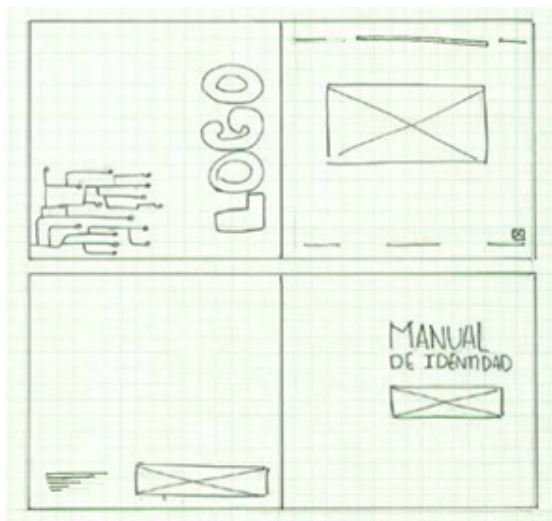


Figura 30 Bocetaje para manual de marca



Figura 31 Bocetaje para papelería corporativa

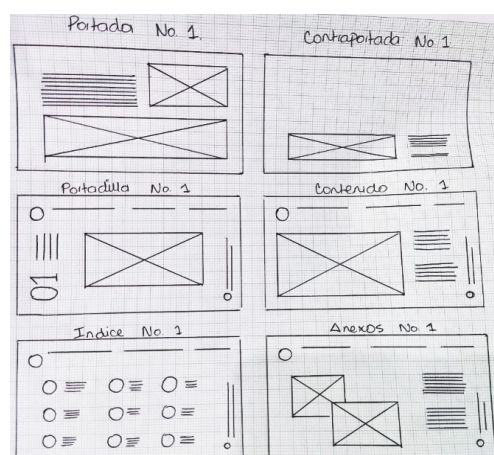


Figura 32 Diagramación de propuesta para manual

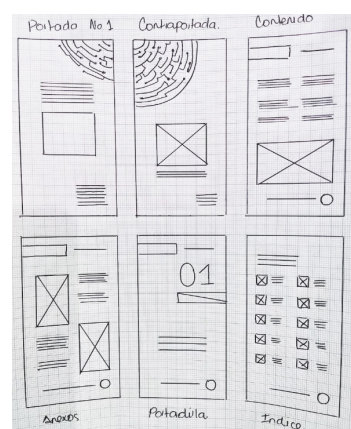


Figura 33 Diagramación de propuesta para manual

De nuevo vemos ambas diagramación con mejor detalle y tanto la figura 32 y 33 muestran una jerarquía de elementos la cual puede ser aprovechada.

## Evaluación del nivel 1 (Autoevaluación)

|                         |                                                                                     |                                                                                                             |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Jerarquía</b>        | ¿La jerarquía muestra de manera clara e impactante?                                 | Se diferencian los temas de importancia y orden cronológico                                                 |
| <b>Simetría</b>         | ¿La imagen y la diagramación tienen proporciones similares?                         | Respeto la retícula y mantiene una simetría en la diagramación                                              |
| <b>Singularidad</b>     | ¿La diagramación se diferencia a otros materiales de branding?                      | La diagramación puede mejorar para ser más atractiva y destacar                                             |
| <b>Adaptabilidad</b>    | ¿La diagramación y línea gráfica es fácil de adaptar para distintos medios?         | La línea y materiales pueden ser adaptables para distintos medios                                           |
| <b>Suficiencia</b>      | ¿Los elementos que componen la marca son suficientes para los distintos materiales? | Se agregarán más materiales según se platique con la institución para tener una buena cantidad de elementos |
| <b>Atractivo visual</b> | ¿La diagramación y composición le llama la atención?                                | Los elementos que acompañan a la línea gráfica son distintivos y causan mejor impresión y atención          |
| <b>Pertinencia</b>      | ¿Refleja la imagen de la institución o a lo que se dedica / especialidad?           | Sí, ya que este es respecto a sistemas y tecnología, es fácil de visualizar                                 |
| <b>Tipografía</b>       | ¿La tipografía es legible y amigable a la vista?                                    | Es legible y de fácil visualización tanto en tamaños pequeños como grandes                                  |
| <b>Retícula</b>         | ¿La retícula es amigable y permite una diagramación fluida?                         | La retícula permite realizar distintas diagramaciones ya que no es tan cerrada                              |

|                          |                                                           |                                                                                                                          |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Composición</b>       | ¿la composición es agradable y aceptable a la vista?      | La composición es agradable y se complementa con los elementos de cada uno de los gráficos                               |
| <b>Recorrido visual</b>  | ¿el recorrido visual es fluido y ordenado?                | El recorrido sigue un orden y la jerarquía correspondiente                                                               |
| <b>Calidad gráfica</b>   | ¿la calidad gráfica de los elementos es buena?            | La calidad gráfica se puede apreciar, pero puede mejorar más                                                             |
| <b>Concepto creativo</b> | ¿el concepto creativo es apreciado en las piezas?         | El concepto creativo se aprecia “tecnología y sistemas”                                                                  |
| <b>Piezas gráficas</b>   | ¿las piezas gráficas son suficientes para la institución? | Para el uso que se estará empleando los elementos pensados en el manual cubrirán todas las necesidades de la institución |

## Nivel 2 de visualización: bocetaje digital y coevaluación

Luego de presentar las distintas propuestas de logotipo la institución decidió conservar el logotipo original (figura 34), esto debido a que la facultad de ingeniería tiene establecidos los logotipos principales para cada escuela.



Figura 34 Logotipo diagramado original de la institución



Figura 35 Diagramación de portada "manual de marca"

Luego de la autoevaluación se decidió realizar un mix en base a los bocetos presentados los cuales pudieran tener una mejora a nivel gráfica y distribución como se puede ver en la figura 35.



Figura 36 Diagramación de portadilla "manual de marca"

El manual de marca estará diseñado principalmente con la paleta de colores secundaria, esta para dar un complemento a la línea gráfica de la institución.

Cada tema estará dividido por una portadilla con un color general el cual se estará intercalando para crear mayor dinamismo entre temas como se puede ver en la figura 36. El título de cada tema deberá de estar en la página izquierda con la numeración respectiva.

Cada tema llevará una pequeña introducción de lo que se estará viendo y el propósito de la misma. Este texto se colocará alineado a la izquierda en la 4ta columna de la diagramación.



Figura 37 Diagramación de páginas internas

El diseño a implementar en cada página es dinámico y llamativo con un equilibrio en el color y diagramación. La parte de texto puede ser apreciada de mejor manera esta se ha dejado en blanco para tener mejor captación de interés en la marca y las distintas normativas del manual (figura 37).

En cada portadilla de la página izquierda se puede notar un patrón de líneas y círculos el cual esta conformado para dar la forma de circuitos, teniendo una unificación con la marca y el isotipo de la institución el cual tienen empleado en la letra “E”.



Figura 38 Proporción del logotipo

Para el logo de la institución (figura 38), se presentaron varias propuestas de rediseño y diagramación. Las cuales no fueron aprobadas, por lo que solicitaron fuera el logo que principalmente se había enviado. Tomando esto en cuenta se rediseñaron las proporciones y estructuras que implica para el logotipo y la marga en general para tener un mejor panorama de como poder normarla en una forma correcta.



Figura 39 Variación del logotipo con la paleta primaria

Para la paleta de color primaria se establecen los colores amarillo mostaza y gris como se ve en la figura 39, dado que estos están distribuidos a nivel general en la facultad para cada escuela, siendo estos colores los registrados para la escuela de ciencias y sistemas. Tomando como principales colores mencionados anteriormente se implementa una paleta secundaria, la cual tendrá como propósito un mejor complemento y equilibrio a nivel visual.



Figura 40 Paleta de color complementaria con la primaria

Para la paleta de color secundaria se optó por un azul marino y un amarillo más claro y llamativo, para que estos puedan contrastar de mejor manera y crear una línea gráfica llamativa y de colores apreciables para la vista (figura 40).



Figura 41 zona segura para logotipo

Para el logotipo principal y secundario se delimitaron márgenes de área segura para cada uno (figura 41). El cual tiene una proporción de 2X en base a la proporción del tamaño del logotipo.

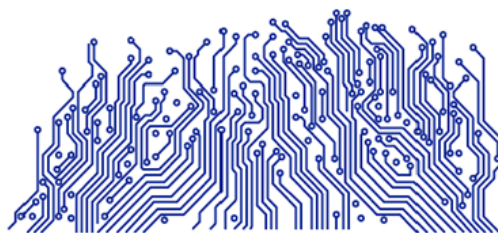


Figura 42 Patrón para línea gráfica

La marca gráfica estará acompañada de un patrón (figura 42) el cual esta destinado a ser utilizado también para pictogramas de señalética y complemento de línea gráfica.

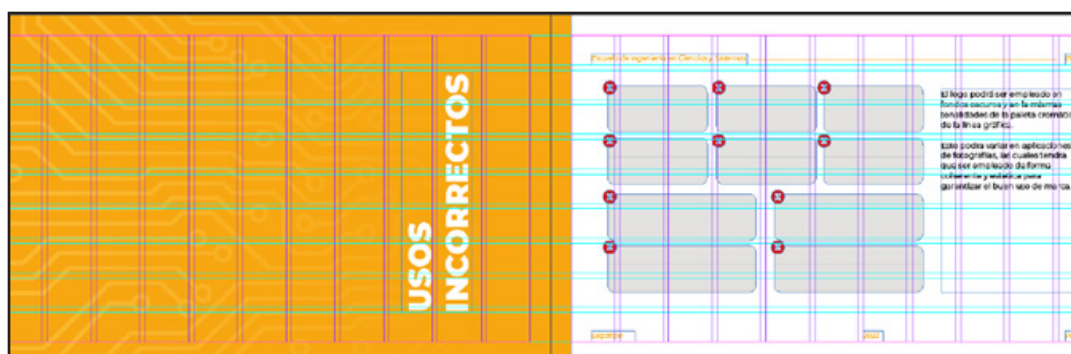


Figura 43 Diagramación de temas "manual de marca"

La diagramación del manual de marca se acompaña de elementos que aporten mejor vista al lector y no sea algo sumamente diagramación del manual (figura 43).

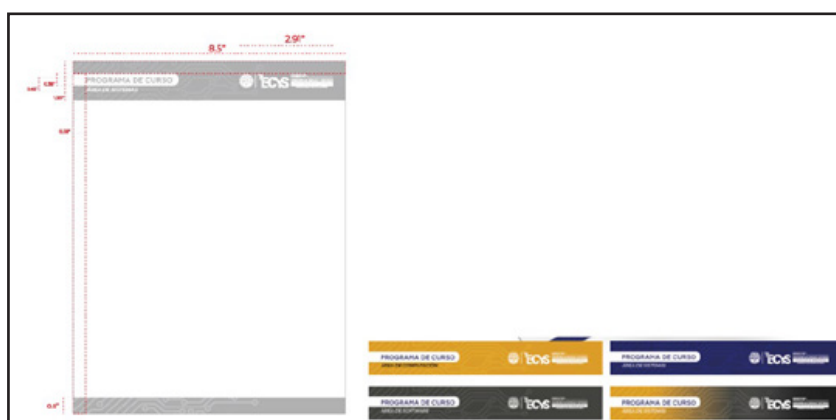


Figura 44 Hoja de programas para los cursos de la escuela

La papelería corporativa estará conformada por diversas diagramaciones (figura 44), tanto para usos internos del personal como para materiales destinados a ser de conocimiento y uso de los estudiantes.

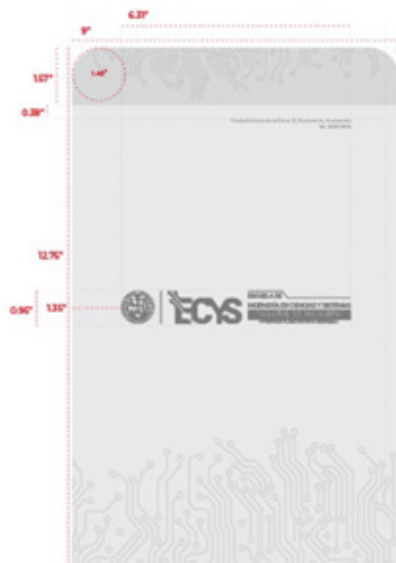


Figura 45 Papelería corporativa (sobre manila)

Papelería corporativa está diseñada para utilizar colores oscuros para que sea más elegante y profesional, se propone en color negro, gris o azul marino (figura 45).



Figura 46 Diseño de línea gráfica para web ECYS

La página web está pensada que sea limpia y clara, con puntos clave y de interés para el visitante, teniendo contenido de calidad e informativo para que la atención sea captada de forma dinámica y genere el deseo de volver a visitar la página de la escuela (figura 46)

Conformada en formato de landingpage para facilitar el recorrido y lectura para el visitante, contando con distintas formas para tener mayor movimiento y equilibrio en la diagramación de la misma.

## Coevaluación con asesores gráficos

Dentro de la coevaluación presentada a los asesores gráficos del proyecto se tomó la retroalimentación para mejorar la línea gráfica y calidad de diseño del material presentado. Como punto clave se tomó la diagramación y estilos de diseños para que el manual sea llamativo y dinámico.

Los temas a tratar dentro de esta coevaluación fueron los siguientes: calidad gráfica, originalidad, diagramación, versatilidad y adaptabilidad.

| Evaluador: Karina Vásquez |              |              |              |               |         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calidad gráfica           | Originalidad | Diagramación | Versatilidad | Adaptabilidad | TOTAL   | Comentarios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 5 pts.                    | 5 pts.       | 5 pts.       | 5 pts.       | 5 pts.        | 25 pts. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 4                         | 3            | 4.5          | 3.5          | 4.5           | 19.5    | Mejorar la diagramación para que sea más dinámica y tenga más movimiento, ser más creativo a nivel de contenido ya que es un manual gráfico y se espera ver más gráfico que texto, considerar solo adaptar para impresión y para digital en pantalla de computadora, omitir adaptación de móvil ya que lo más común es usarlo en pantalla de ordenador. |

| Evaluador: Brandon Monrroy |              |              |              |               |         |                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Calidad gráfica            | Originalidad | Diagramación | Versatilidad | Adaptabilidad | TOTAL   | Comentarios                                                                                                                                                                                     |
| 5 pts.                     | 5 pts.       | 5 pts.       | 5 pts.       | 5 pts.        | 25 pts. |                                                                                                                                                                                                 |
| 3.5                        | 5            | 3            | 2.5          | 4             | 18      | La pieza debe ser con más calidad gráfica, incluir más graficas e implementar la misma iconografía que se emplea en las portadillas, debe de ser más dinámico y no tan riguroso en la retícula. |

Para la visualización de prototipado se toman en cuenta los cambios proporcionados y los comentarios realizados por los expertos en diseño gráfica.

## Diseño de Manual de identidad gráfica

Para la papelería se toma como principal uso el color negro, esto para darle más profesionalismo y seriedad, tomando en cuenta las tonalidades amarillas y azules en pocas cantidades. Como se puede apreciar en las figuras 39 y 40, los colores son oscuros y con patrones sutiles para mantener la estética de la marca y evocar formalidad, dado que esta es utilizada en la papelería institucional por lo que el tono principal será negro y azul.



Figura 50 Mockup de promocionales para la institución

Con estos diseños se busca tener una imagen juvenil, pero a la vez evocar profesionalismo. Los detalles son mínimos a nivel de patrón ya que lo que se quiere destacar es la marca. Como podemos ver en la figura 50, los materiales promocionales están enfocados más a los colores vivos para que estos sean llamativos a la vista y entre ellos siempre se busca destacar a la marca.



Figura 51 Mockups de materiales outdoor

Con la parte de outdoor y POP podemos notar que se busca lo mismo que con los promocionales, llamar la atención de la vista con colores vivos y de mayor contraste con los entornos, dado que también se utilizarán las tonalidades oscuras se implementan variantes de cada uno como se ven en las figuras 51, 52 y 53.

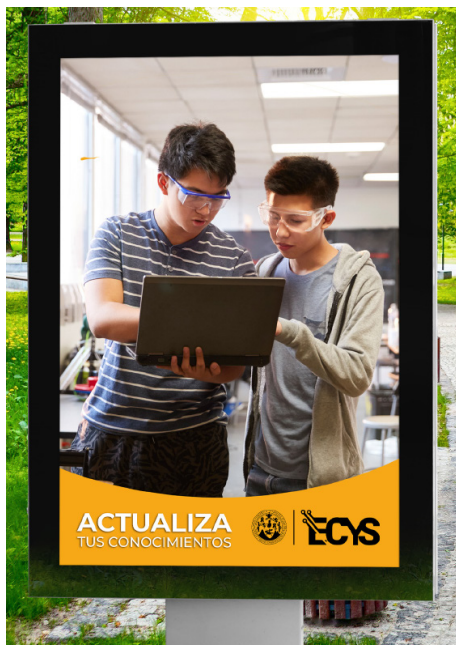


Figura 52 Mockups de mupis



Figura 53 Mockups de rollup



Figura 54 línea gráfica para redes sociales

En la parte digital, como se presenta en la figura 54, la línea gráfica que se sigue es más fiel a los colores del logo, para que esta sea posicionada y de fácil reconocimiento a nivel digital.

Posterior a tener las piezas y con las correcciones pertinentes y mejoradas, se procede a realizar una validación de las piezas graficas para la institución, a continuación se presenta un poco de la evaluación, el documento completo podrá consultarlo en el apartado de anexos.

si ves este anuncio en la calle ¿qué es lo primero que ves?



Tu respuesta

Figura 55 Validación al grupo objetivo, pregunta 1

al ver un stand como este, ¿de qué crees que trate la marca?



Tu respuesta

Figura 56 Validación al grupo objetivo, pregunta 2

¿considera los colores correctos para esta marca?



- ☐ Adecuados
- ☐ Se pierde un poco
- ☐ No son colores asociados al tema
- ☐ No son los adecuados

Figura 57 Validación al grupo objetivo, pregunta 3





---

## 07 Presentación de la pieza gráfica

- Presentación final 112-114
- Presentación gráfica de la pieza completa 114-131
- Orientaciones técnicas para reproducir e implementar las piezas gráficas 132
- Costos de la producción gráfica 133
- Costos de reproducción de la pieza diseñada 134
- Entrega de la pieza diseñada a la institución 135

## Presentación final de la pieza diseñada

Para la presentación final se fundamenta todas las decisiones y elementos que se utilizaron en la línea gráfica para la institución y su reproducción física y digital.

### Fundamentación

El desarrollo de la línea gráfica para la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas fue creada a base del concepto creativo “Actualizando conocimientos” como fortalecimiento a la especialidad que esta escuela tiene a nivel tecnológico e innovador. Este concepto puede ser interpretado de manera sencilla por el grupo objetivo y los integrantes a nivel administrativo y docente de la institución. En el proceso de branding gráfico, se desarrollaron y testearon diversas propuestas visuales por parte de expertos en identidad visual y público objetivo, donde se evalúa la memoria, función, legibilidad, contabilidad, etc. Diferencia, creatividad y conexión con el concepto de creatividad y lograr el objetivo con estos puntos organización

### Tipografía institucional

La elección del tipo de letra se dejó a la suposición original, que buscaba una fuente juvenil y flexible con características geométricas y modernas de sans serif. Montserrat es un tipo de letra que tiene una gran familia de tipos de letra para aumentar su utilidad y composición, creando una variedad de contrastes topográficos. Al probar con el público objetivo, se mantiene la tipografía en todas sus partes por lo que su adopción es sencilla. Estas canciones usan los estilos básicos “Regular, Medio, Cursiva y Negrita”. Los estilos principales se eligen por el contraste que crean, pero no más allá de la parte superior. Los estilos secundarios son parte de Montserrat y se pueden usar en documentos como complemento para subrayar una frase o palabra con un solo tipo de letra, mejorando el manejo consistente en la línea gráfica.

## Montserrat



Figura 58, estilos tipográficos montserrat

## Lexend



Figura 59, estilos tipográficos lexend

## Paleta cromática

La paleta se basa en el contraste de colores fríos y cálidos para crear un contraste más fuerte, logrando un dinamismo en la marca, mayor flexibilidad en su aplicación, manteniendo intacto el color gris y mostaza de la marca actualmente utilizado, contrastado con colores fríos. proporcionar un mayor contraste en la paleta de colores. La paleta consta de 4 colores primarios, a los que se les suma el blanco y el negro, dando libertad y espacio entre ellos. Del mismo modo, se establecen entre ellos paletas de uso, primaria y secundaria para distinguir su uso de su número. En la evaluación con el grupo objetivo y en la evaluación conjunta con los consultores gráficos, surgió una paleta de colores que se utiliza de manera muy efectiva debido a su función y refuerza el concepto y la esencia de la marca, asegurando dinamismo, juventud y contraste.

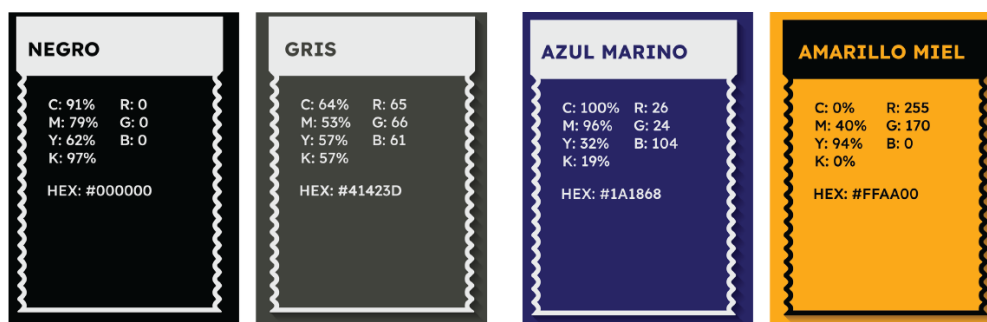


Figura 60. Paleta de colores para marca, 2022, Manual de identidad para la escuela de ingeniería en ciencias y sistemas

## Patrón complementario para línea gráfica

La línea gráfica se ha trabajado de una manera limpia y minimalista, pero añadiendo un patrón sutil para dar más peso al concepto de la marca.

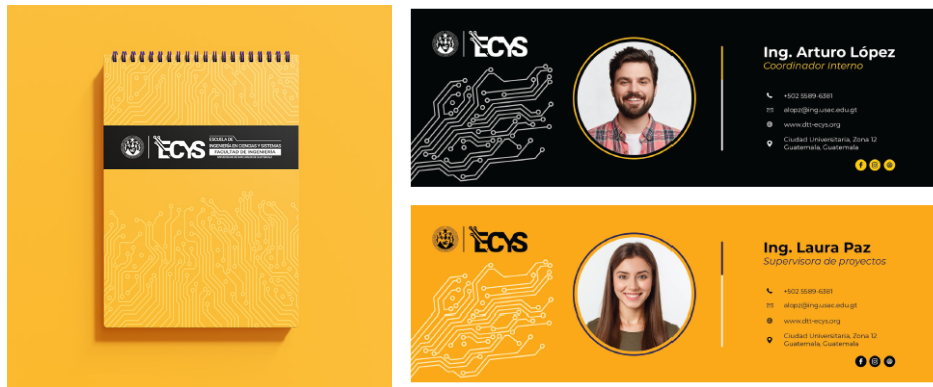
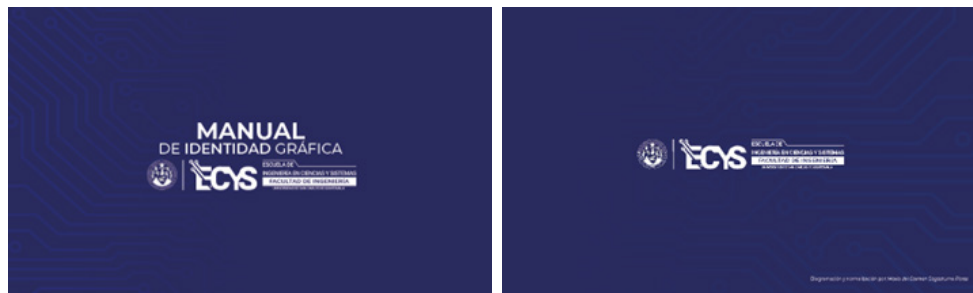


Figura 61 patrón complementario implementado en la línea gráfica

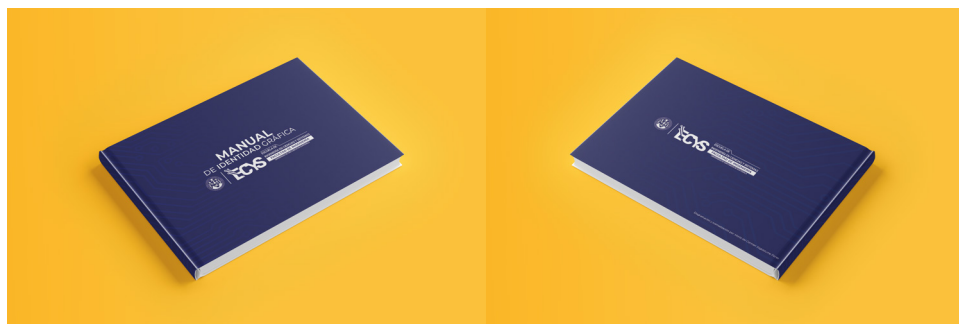
## Presentación gráfica de la pieza

Se desarrolló el manual de identidad gráfica para establecer los parámetros de uso dentro de la identidad visual. En este se norma la marca gráfica, paleta cromática, familia tipográfica, imagen, iconográfica, redes sociales, página web, señalética, papelería corporativa, promocionales y outdoor.

A continuación, se presenta el diseño de la portada y contraportada junto con un montaje de la misma ya aplicada en formato impreso.



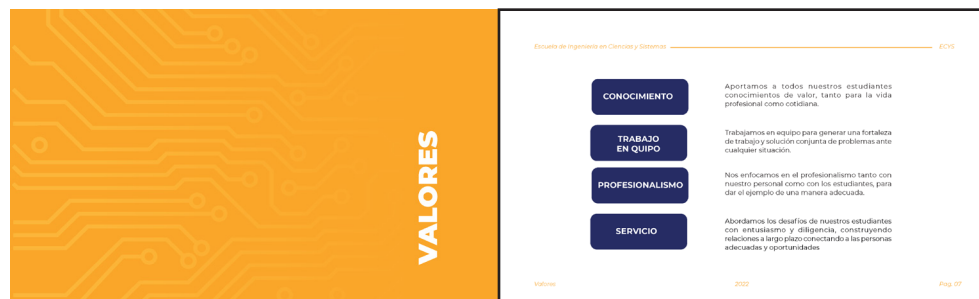
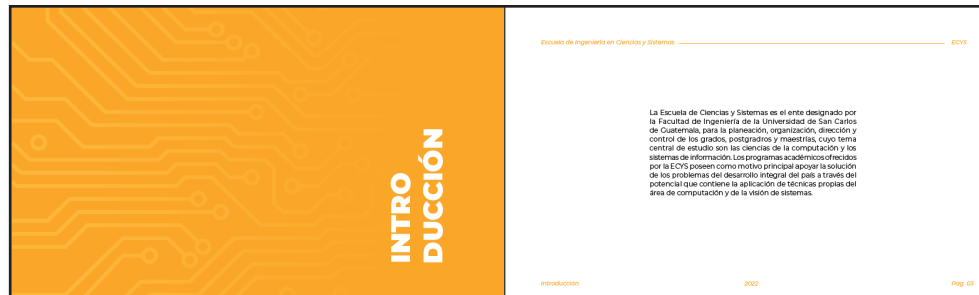
En las siguientes imágenes se muestra el prototipo de manual y su contenido final.



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                  |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                  | ECS |
| <b>01 Vista General</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>03 Color</b>                                                                                                                                                                  |     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Introducción</li><li>- Misión</li><li>- Visión</li><li>- Misión y Visión</li><li>- Grupo objetivo</li><li>- Punto de contacto</li><li>- Mensaje de marca</li><li>- Tono de voz</li></ul>                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>- Paleta cromática</li></ul>                                                                                                               |     |
| <b>02 Logotipo</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>04 Tipografía</b>                                                                                                                                                             |     |
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Significado</li><li>- Estructura</li><li>- Proporción</li><li>- Zona segura</li><li>- Variaciones</li><li>- Diagramación</li><li>- Lockup</li><li>- Logotipo en fondo</li><li>- Estilo fotográfico</li><li>- Usos correctos</li><li>- Usos incorrectos</li><li>- Patrones</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>- Tipografía primaria</li><li>- Puntos y estilos</li><li>- Tipografía secundaria</li><li>- Puntos y estilos</li><li>- Tipografía</li></ul> |     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>05 Papelería</b>                                                                                                                                                              |     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li>- Medios impresos</li><li>- Medios digitales</li><li>- Promocionales</li><li>- Medios sociales</li><li>- Página web</li></ul>              |     |



Introducción, historia de la institución, valores, misión y visión (pág. 03 - 09).



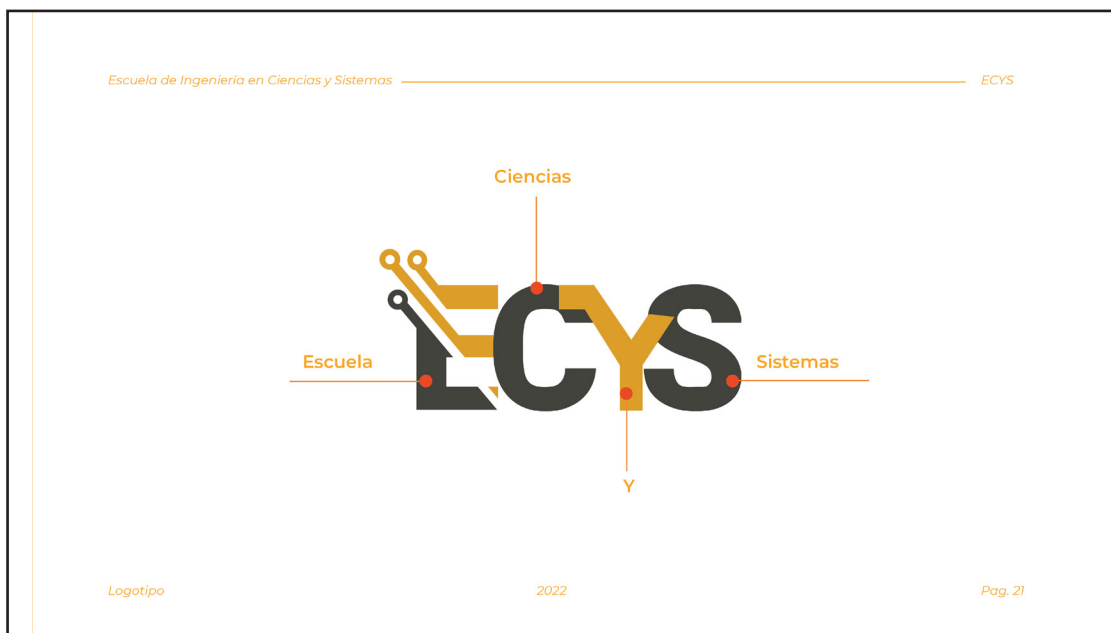
Grupo objetivo de la institución y punto de contacto (pág. 10 - 13).



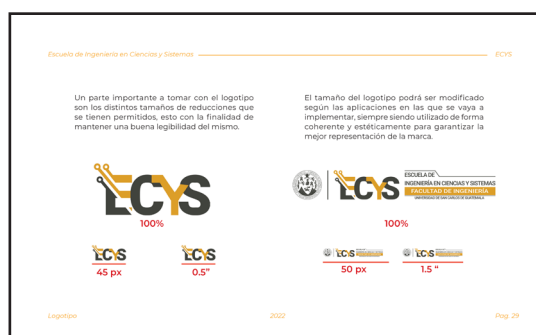
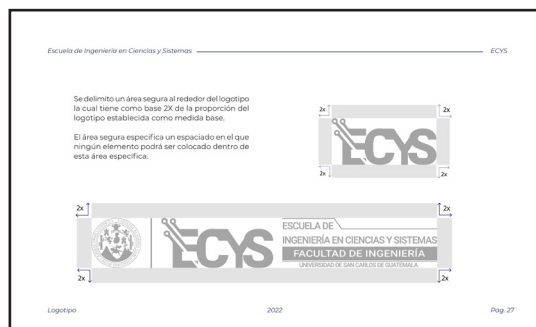
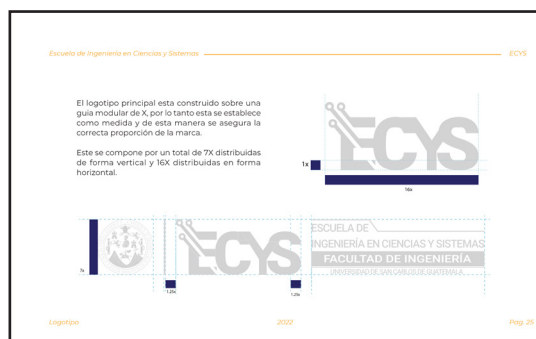
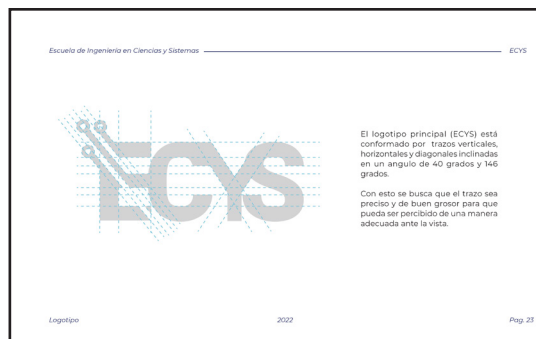
Mensaje de marca, voz y tono de la institución (pág. 14 - 17).



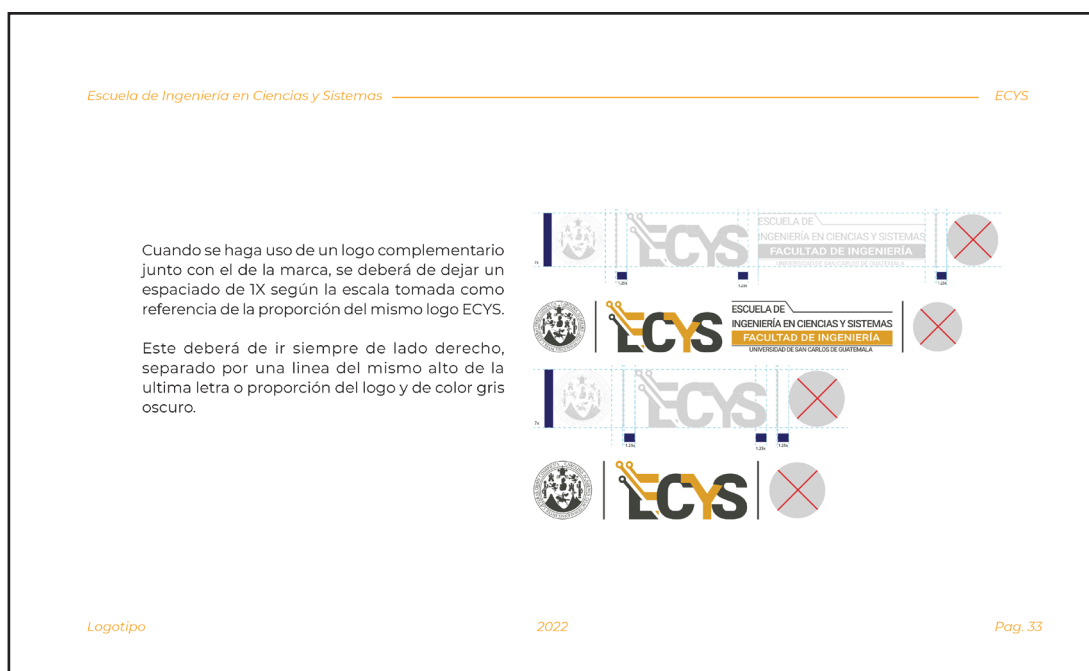
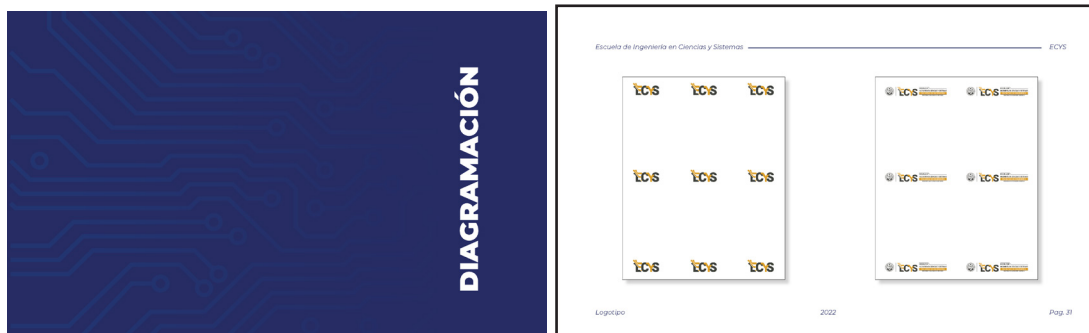
Logotipo y su significado. (pág. 18 - 21).



Estructura, proporción, zona segura y tamaño del logotipo (pág. 22 - 29).



## Diagramación y lockups (pág. 30 - 33).



## Logotipo en fondo y estilo fotográfico (pág. 34 - 41).





# USOS CORRECTOS

ECYS

- Sobre fondos negros, se deberá de utilizar un color claro de la paleta cromática o bien el color blanco.
- Puede ser empleado en sus colores originales sobre un fondo claro el cual permita un contraste aceptable del mismo.
- Puede ser utilizado unicamente de forma interna el isotipo de siglas en sus colores originales y variación cromática.
- El logotipo en sus variaciones puede ser empleado sobre fondos los cuales no sean de la paleta cromática, pero este deberá de tener un buen contraste para evitar que este no se aprecie a la vista de la pieza.

Pag. 43

## Usos correctos del logo y patrones (pág. 45 - 49).

Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas ————— ECYS

Se considera de manera inadecuada el uso del logotipo en las siguientes modificaciones:

- No se puede cambiar el color del logotipo por uno que no este dentro de la paleta cromática.
- No se pueden utilizar degradados dentro del logotipo.
- No se puede modificar la escala, rotación ni la proporción dentro de la estructura del logotipo.
- No se puede utilizar sobre fondos los cuales no generen un buen contraste.
- No se puede cambiar el orden o diagramación del logotipo.
- No se puede modificar la tipografía o diseño del logotipo

Logotipo 2022 Pag. 45



Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas ————— ECYS

Los patrones son complementos que acompañan a la línea gráfica de la institución, para crear un mejor balance gráfico y soporte del mensaje que se transmite de la marca.

Estos pueden ser utilizados en distintos medios, tanto internos como externos. Este puede variar según el uso, desde ser un patrón completo o solamente un elemento complementario que aporte peso visual.

Logotipo 2022 Pag. 47



Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas ————— ECYS

Los patrones son complementos que acompañan a la línea gráfica de la institución, para crear un mejor balance gráfico y soporte del mensaje que se transmite de la marca.

Estos pueden ser utilizados en distintos medios, tanto internos como externos. Este puede variar según el uso, desde ser un patrón completo o solamente un elemento complementario que aporte peso visual.

Logotipo 2022 Pag. 49

## Color, paleta cromática y tipografía (pág. 50 - 57).



Pesos y estilos tipográficos (pág. 58 - 61).



|                                              |                  |         |         |
|----------------------------------------------|------------------|---------|---------|
| Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas |                  |         | ECYS    |
|                                              | Tamaño de fuente | Kerning |         |
| Títulos                                      | Monsterrat       | Bold    | -5 a 25 |
| Subtítulos                                   | Monsterrat       | Medium  | -5 a 10 |
| Cuerpo                                       | Monsterrat       | Regular | -5 a 10 |
| Tipografía                                   | 2022             | Pag. 58 |         |

Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas
ECYS

La tipografía **Lexend** es una tipografía sans serif con una composición circular y curvada. Esta tipografía debido a su composición es agradable a la lectura en distintos tamaños, por lo que facilita la lectura rápida y clara de textos largos al no ser una tipografía rígida.

Esta puede ser utilizada como complemento o bien como tipografía secundaria tanto en medios impresos como digitales y web.

Tipografía
2022
Pag. 61



Pesos y estilos tipográficos y papelería (pág. 62 - 65).



|                                              |        |                  |         |  |
|----------------------------------------------|--------|------------------|---------|--|
| Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas |        |                  | ECYS    |  |
|                                              |        | Tamaño de fuente | Kerning |  |
| Títulos                                      | Lexend | Bold             | -5 a 25 |  |
| Subtítulos                                   | Lexend | Medium           | -5      |  |
| Cuerpo                                       | Lexend | Regular          | 0       |  |

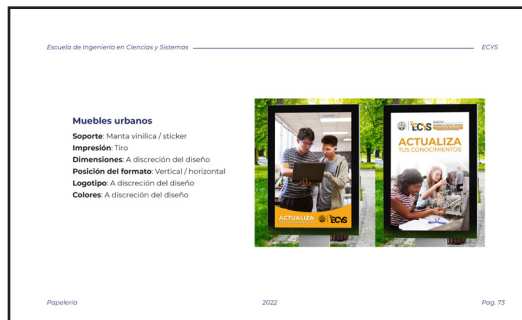
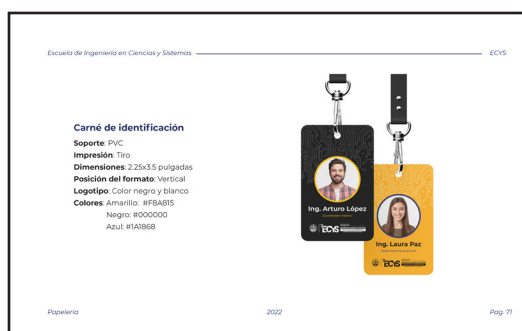
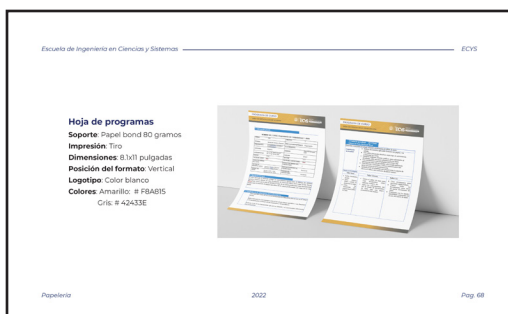
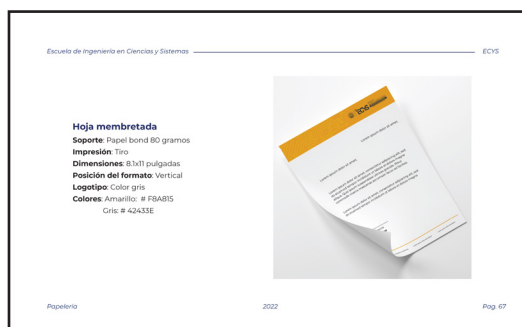
Tipografía

2022

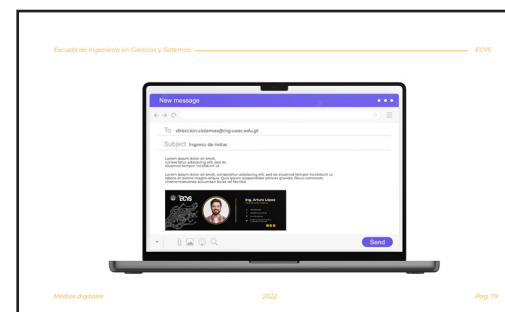
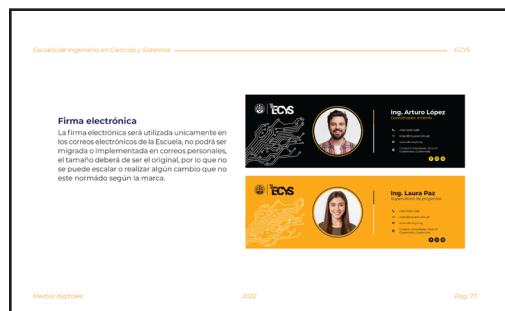
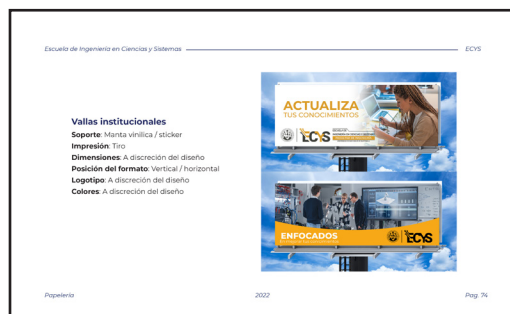
Pag. 63



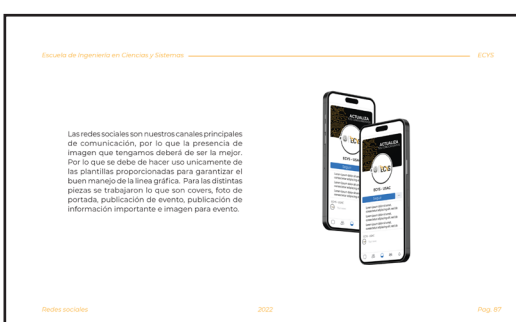
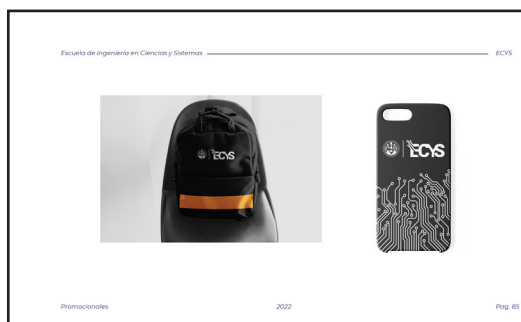
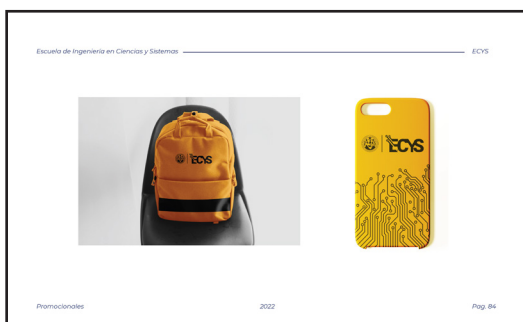
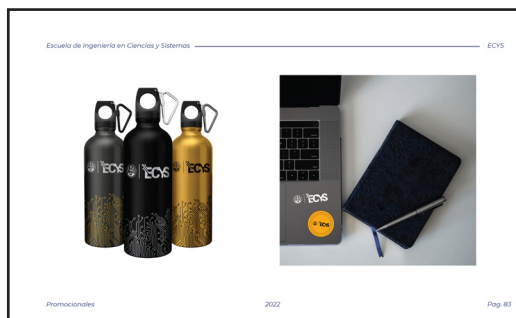
Papelería impresa corporativa (pág. 66 - 73).



## Medios impresos, digitales y promocionales (pág. 74 - 81).



Promocionales y material para redes sociales (pág. 82 - 89).



## Página web y modificaciones (pág. 90 - 97).



## Orientaciones técnicas para reproducir e implementar las piezas gráficas

La nueva identidad visual presentada en este informe y desarrollada por el diseñador no se puede implementar y empezar a utilizar hasta que el proyectista de diseño gráfico apruebe su propio examen. La introducción de una nueva identidad debe hacerse pública ante la junta directiva de la facultad, estudiantes, personal interno y docentes que hagan uso de la línea gráfica de la institución. Si ha transcurrido un período superior al tiempo establecido, debe tenerse en cuenta que son posibles los cambios más pequeños en los elementos gráficos. Por tal motivo, se establecen los lineamientos que permitan al responsable realizar los cambios de manera adecuada.

### Edición de pieza por otros diseñadores

Si se desea realizar un cambio en los elementos de la línea gráfica dentro del manual de identidad gráfica, estos deberán de ser empleados por profesionales del diseño gráfico en el ámbito del diseño editorial, o bien, estudiantes de diseño gráfico los cuales tengan las aptitudes adecuadas para realizar dichos cambios de la mejor manera sin afectar la estética e imagen de la marca ya establecida con anterioridad.

El manual esta diagramado en InDesign y los distintos materiales en Photoshop e ilustrador, por lo cual la persona deberá tener los conocimientos suficientes para el manejo de estos programas de una manera eficaz.

Los materiales serán entregados de forma editable en carpetas de forma separada y ordenada, junto con las tipografías y manuales de uso de las plantillas entregadas para redes sociales.

### Edición de pieza por no diseñadores

Las piezas podrán ser editadas por personas que estén fuera del ámbito del diseño gráfico solamente para cambios pequeños como lo son textos cortos, imágenes o datos de relevancia los cuales no requieran mayor uso de los programas más que la herramienta de texto o de reemplazar. Dichos archivos con cambios deberán de ir los guardando de forma separada y rotulada para que no se pierda el archivo matriz de estos y se pierda con cada cambio la igualdad y unidad de la línea gráfica establecida desde un principio.

## Costos de la producción gráfica

Luego de finalizar el proyecto de diseño se realizó una evaluación del costo por la pieza entregada. En esta evaluación se toma en cuenta el trabajo del diseñador gráfico, asesorías, validaciones y consultoría externas. El valor del proyecto esta estimado sobre las horas trabajadas en él, por lo cual la tarifa por hora se define en Q110, siendo estas en el valor humano. También se suman los costos por herramientas e insumos utilizados durante el proceso.

| DESARROLLO DEL PROYECTO     | HORAS           | COSTO          |
|-----------------------------|-----------------|----------------|
| Investigación               | 50 hrs.         | Q5,500         |
| Planeación operativa        | 35 hrs.         | Q3,850         |
| Definición creativa         | 30 hrs.         | Q3,300         |
| Producción gráfica          | 325 hrs.        | Q35,750        |
| Validación gráfica          | 20 hrs.         | Q2,200         |
| Producción de artes finales | 55 hrs.         | Q6,050         |
| <b>Subtotal</b>             | <b>515 hrs.</b> | <b>Q54,650</b> |
| Insumos utilizados          |                 | Q35,000        |
| <b>GRAN TOTAL</b>           | <b>515 hrs.</b> | <b>Q89,650</b> |

## Costos de reproducción de la pieza diseñada

Para el presente informe se procedió a realizar una cotización tomando de referencia los materiales desarrollados para este proyecto de identidad visual para la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala. Se toman costos de reproducción impresa, tomando un estimado en la cantidad de impresiones para la institución.

| MATERIAL                      | CANTIDAD | COSTO          |
|-------------------------------|----------|----------------|
| Manual de marca               | 1        | Q650           |
| Tarjetas de presentación      | 1,500    | Q2,100         |
| Gafetes                       | 50       | Q1,600         |
| Sobres carta membretados      | 500      | Q3,500         |
| Hojas membretadas             | 500      | Q3,000         |
| Hojas de programa (3 diseños) | 600      | Q4,500         |
| USB                           | 50       | Q1.600         |
| Sudaderos                     | 50       | Q3,600         |
| Agendas                       | 50       | Q3,000         |
| Lapiceros                     | 500      | Q1,500         |
| Pachones                      | 50       | Q1,800         |
| <b>TOTAL</b>                  |          | <b>Q26,850</b> |

## Entrega de la pieza diseñada a la institución

Luego de dar por finalizado el manual de identidad gráfica en el cual se desarrollaron las normativas del uso de marca gráfica y a su vez las piezas gráficas, se envió a la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas, la versión digital del mismo, el cual fue recibido por el coordinador de proyectos el Ing. Marlon Orellana y el director de la escuela MSc. Ing. Carlos G. Alonzo





---

## 08 Síntesis

- Lecciones aprendidas 138-139
- Conclusiones 140
- Recomendaciones 141-142
- Fuentes consultadas 143-149

# Síntesis

## Lecciones aprendidas

1. Durante el proceso de ejecución del proyecto, el estudiante deberá afrontar situaciones en las que necesitará de información de la institución por lo que el personal o persona encargada será de gran apoyo para generar ideas o tener una mejor retroalimentación en base a los conocimientos que tienen de la institución.
2. Las personas dentro de la institución que estén involucrados o tengan conocimiento del proyecto pueden aportar ideas las cuales pueden ser tomadas en cuenta para que el diseñador pueda orientar e incluso formar un concepto bajo las ideas o propuestas, mejorarlas con los conocimientos que tiene y ha adquirido durante su formación educativa.
3. Si para la elaboración de las piezas se necesitan datos exactos que la institución deba de proporcionar, esta deberá de ser solicitada con anticipación para que la persona encargada pueda tomarse el tiempo de entregar el contenido con calidad y forma.
4. Al momento de trabajar un proyecto de esta magnitud para una verdadera institución cambia el modo de ver nuestro trabajo como algo más formal y profesional, pues se está trabajando con personas y autoridades las cuales confían en nuestros conocimientos y habilidades adquiridas durante el proceso, por lo que el tomar en cuenta las ideas de nuestros jefes inmediatos y supervisores es de vital ayuda para que el diseño de las distintas piezas puedan ser elaboradas de la mejor manera tanto visualmente como al momento de implementarlas.
5. Establecer horarios y fechas límites para trabajar distintos materiales o informes que se vayan a entregar a la institución o los licenciados de diseño gráfico, ya que estos deben de ser elaborados de la mejor manera tanto gráfica como en contenido. Es un trabajo acucioso que requiere de dedicación y esmero por lo que no puede estar listo de la noche a la mañana.

6. Es bueno tomar precauciones y tener planes de contingencia ante cualquier retraso que se salga de las manos del proyectista, por lo que es bueno tener un par de días de antelación ante cualquier entrega para tener todo listo, ya que no solo es la reputación del proyectista si no también de la escuela de diseño gráfica de la USAC que se pone ante las instituciones.
7. Para validaciones de piezas es importante tener varios puntos de vista, se debe de tener criterio y aceptar cuando un diseño no está realizado de la mejor manera y tomar todos los comentarios para mejorar dichas piezas, ya que estas son para el beneficio de la institución cuyo trabajo quedará para su uso y podremos verla reflejada en un futuro.
8. Para la elaboración del proyecto es importante enfocarse en el propósito que este tendrá para la institución y así tener un fundamento que este acorde.
9. Para que una pieza gráfica tenga un respaldo de que será funcional o cumple con los estándares gráficos, se puede realizar autoevaluaciones con expertos y con el grupo objetivo, mediante los comentarios u observaciones se pueden implementar mejoras y correcciones.
10. La conceptualización puede ser un tema complicado de tomar y generar contenidos de calidad, esto puede facilitarse a través de técnicas creativas que podrán ser puestas en practica, brindando mayor contenido de propuestas y originalidad con elementos del mismo giro de la institución

## Conclusiones

Al inicio de este proyecto se plantearon los objetivos que se debían alcanzar en este proyecto.

A continuación, se presentan las conclusiones que evidencian si estos objetivos se cumplieron en su totalidad con la institución a nivel de satisfacción y funcionalidad.

- La línea gráfica establecida aportó formalidad, profesionalismo y de apariencia juvenil, teniendo una mejor presentación en distintos medios de comunicación que se utilizan con frecuencia.
- Se tiene mayor cantidad y calidad, teniendo así una mejor presentación. Aportando de forma positiva para que el mismo grupo objetivo pueda familiarizarse mejor con la institución y este tome mejor posicionamiento de marca ante ellos.
- El grupo objetivo aceptó de manera positiva las combinaciones cromáticas elegidas para la marca, ya que resaltan mejor la esencia y son agradables a la vista. A nivel tipográfico se observó que el grupo está familiarizado con las tipografías sans serif, debido a que en el ámbito web son las más utilizadas, por lo que estas son mejor aceptadas y de fácil visibilidad en distintos medios tanto impresos como digitales.
- El cambio de imagen renueva totalmente a la institución a nivel digital, aporta mayor impacto visual, teniendo una relación aceptable al concepto de tecnología.

## Recomendaciones

A continuación, se brindan recomendaciones a la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas, también a los diseñadores gráficos que apoyen en la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas

- La impresión de los distintos materiales debe de ser en alta calidad y full color, de preferencia que sea láser para que esta pueda ser apreciada de la mejor manera.
- En los materiales promocionales se puede hacer un estimado y un análisis de cuáles serían los más utilizados con frecuencia para mantener un presupuesto balanceado y este no sobrepase los límites por departamentos.
- Para que la línea gráfica sea utilizada de la mejor manera, deben de leer detenidamente el manual de marca, al igual se deja el contacto del proyectista el cual estará a la orden en brindar ayuda o asesoría.
- Guiarse detenidamente de las guías de uso y del manual de marca y cada diseño deberá de ser aprobado y revisado por un superior para que la línea gráfica se mantenga utilizando de manera correcta.
- Se recomienda contar con los programas pertinentes para el uso de las plantillas, para no tener ningún problema con el uso de estos.
- El uso del manual debe ser de manera constante para todos los materiales, debido a su diversidad de implementaciones estas deben de ser aprobadas y revisadas que cumplan con los estándares de calidad y las normativas gráficas.

## Para diseñadores

- Para todo proyecto que se establezca, se deben de plantear objetivos coherentes y que sean capaces de cumplirse, ya que esto garantizará que el proyecto se ejecute de manera correcta.
- La organización de tiempos y flujos de trabajo puede ser de ayuda para una mejor distribución del tiempo y uso eficiente del mismo.
- Se pueden tomar sugerencias de la institución durante el proceso de diseño, pero también se debe de encaminar las ideas de forma correcta para que estas sean funcionales. Al igual que cada propuesta debe de estar aprobada por la persona encargada de la supervisión del proyecto por parte de la institución.
- Los materiales que se propongan a desarrollar, deben de ser diseñados con la mayor calidad gráfica, por lo que debemos de proponer piezas en las cuales sepamos que contamos con las destrezas y habilidades para el desarrollo de las mismas.
- La comunicación continua con la institución servirá para que el proyecto se ejecute de forma continua y no se pierda en el tiempo información la cual pueda provocar algún atraso.

## Fuentes consultadas

- "1. Definición de Marca |", La nube artística - Espacio dedicado a la educación artística, consultado el 13 de octubre de 2022, [https://www.lanubeartistica.es/Diseno/bloque2/DI2\\_U3\\_T1\\_Contenidos\\_v01/1\\_definicion\\_de\\_marca.html](https://www.lanubeartistica.es/Diseno/bloque2/DI2_U3_T1_Contenidos_v01/1_definicion_de_marca.html).
- "15. La marca", Marketing XXI | Marketing XXI, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.marketing-xxi.com/la-marca-46.htm>.
- "9designs. (2023). What is a wordmark logo? <https://99designs.com.mx/blog/tips/what-is-a-wordmark-logo/v>
- "Brainwriting ¿Qué es y cómo funciona?", Software DELSOL, consultado el 21 de octubre de 2022, <https://www.sdelisol.com/glosario/brainwriting/>.
- "Brandingmag. (2023). Iconic logos and their history. <https://www.brandingmag.com/2015/02/19/iconic-logos-and-their-history/>"
- "Bringhurst, Robert. The Elements of Typographic Style (Vancouver: Hartley & Marks, 2004), 45-60."
- "Bárbara Nowik, "Características de un logo para una empresa", Página web gratis | Crear una página web gratis | Wix.com, 5 de septiembre de 2021, <https://es.wix.com/blog/amp/2017/09/caracteristicas-de-un-buen-logo?>"
- "Canva. (2023). Combination logos: What they are and why you need one. <https://www.canva.com/learn/combination-logos/>"
- "Características para diseñar un logotipo", KeepCoding Tech School, consultado el 10 de agosto de 2022, <https://keepcoding.io/blog/caracteristicas-para-disenar-logotipo/>.
- "Checking your browser - reCAPTCHA", Checking your browser - reCAPTCHA, consultado el 16 de noviembre de 2022, [https://es.semrush.com/blog/guia-de-brainstorming/?kw=&cmp=LM\\_S](https://es.semrush.com/blog/guia-de-brainstorming/?kw=&cmp=LM_S)
- "Composición y diseño gráfico - artesvisuales", artesvisuales, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://artesvisuales.com/blog/composicion-y-diseno-grafico/>.
- "Conceptos básicos de diseño gráfico: Fundamentos del diseño", GCFGGlobal.org, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos->

- de-diseno-grafico/fundamentos-del-diseno/1/
- "Conceptos básicos de diseño gráfico: Fundamentos del diseño", GCFGlobal.org, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://edu.gcfglobal.org/es/conceptos-basicos-de-diseno-grafico/fundamentos-del-diseno/1/>.
- "Cómo los colores nos influyen | DW | 16.09.2020", DW.COM, consultado el 12 de octubre de 2022, <https://www.dw.com/es/cómo-los-colores-nos-influyen/a-54954103>.
- "¿Cuál es la influencia de los colores en las personas?", Mejor con Salud, consultado el 18 de noviembre de 2022, <https://mejorconsalud.as.com/la-influencia-de-los-colores-las-personas/>.
- "¿Cuáles son los diferentes tipos de Diseño que existen? - Academia de Diseño", Academia de Diseño, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://academiadedisenio.com/2019/08/03/cuales-son-los-diferentes-tipos-de-diseno-que-existen/>.
- "Definición de Paleta de Colores", DefinicionABC, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://www.definicionabc.com/general/paleta-de-colores.php>.
- "Desarrollo social y ¿diseño? - Glocal", Glocal, consultado el 7 de mayo de 2022, <https://glocal.mx/desarrollo-social-y-diseno/>.
- "Diferencias entre identidad corporativa e imagen corporativa | Blau Comunicación y Eventos", Blau Comunicación y Eventos, consultado el 5 de octubre de 2022, <https://www.blaucomunicacion.es/el-blog-de-blau/comunicacion/identidad-corporativa-e-imagen-corporativa/>.
- "Diferencias entre imagen corporativa e identidad corporativa", Mask Comunicación, consultado el 21 de octubre de 2022, <https://maskcomunicacion.es/blog/diferencia-identidad-e-imagen-corporativa/>.
- "Diseño gráfico: 10 conceptos que debes conocer - SEFHOR", SEFHOR, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://sefhor.com/diseno-grafico-conceptos/>.
- "Diseño gráfico y responsabilidad social - Design Republik", Design Republik, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.designrepublik.com/diseno-grafico-y-responsabilidad-social/#:~:text=La%20Responsabilidad%20social%20en%20el,que%20sea%20productiva,%20produciendo%20satisfacciones>.
- "Diseño vectorial: qué es y dónde aplicarlo", ESDESIGN, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/diseno-grafico/diseno-vectorial-que-es>.

- "Diseño web: ¿qué es y cuáles son sus características?", Rock Content - ES, 21 de junio de 2020, <https://rockcontent.com/es/blog/disenio-web/>.
- "Educación superior | Naciones Unidas", United Nations, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.un.org/es/impacto-académico/educación-superior>.
- "El Diseño Gráfico y su importancia en la sociedad", consultado el 9 de junio de 2022, [https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos\\_UC/aviso/El-Diseño-Gráfico-y-su-importancia-en-la-sociedad#:~:text=El%20diseño%20gráfico%20ha%20servido,un%20arte%20sobre%20esos%20productos](https://www.ucq.edu.mx/BUC/avisos_UC/aviso/El-Diseño-Gráfico-y-su-importancia-en-la-sociedad#:~:text=El%20diseño%20gráfico%20ha%20servido,un%20arte%20sobre%20esos%20productos).
- "el diseño gráfico como influencia en el desarrollo social y comunitario", Roberto Omar García, Liliana Isamar Paucar, consultado el 6 de mayo del 2022, <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/3980/1/EL%20DISEÑO%20GRAFICO%20COMO%20INFLUENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20SOCIAL%20Y%20COMUNITARIO.pdf>
- "Emanuel Oliver, "La Psicología del Color", gen words, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.genwords.com/blog/psicologia-del-color>."
- "Escalas cromáticas, acromáticas y gamas de colores", Fotografía digital y diseño gráfico, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.fotonostra.com/grafico/escalascolores.htm#:~:text=A%20la%20variación%20graduada%20de,es%20decir,%20colores%20sin%20color>.
- "Esencia de marca: qué es lo que hace único a tu empresa", Salago, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://salagocreative.com/esencia-de-marca/>.
- "Heidi Loarca, "¿Cuántas personas logran graduarse de la universidad en Guatemala?", Soy502 | Noticias sobre Guatemala, 23 de mayo de 2021, <https://www.soy502.com/articulo/casi-39-mil-personas-obtuvieron-titulo-universitario-101476>."
- "Identidad visual: qué es y por qué es clave en tu marca", Blog del E-commerce, consultado el 6 de octubre de 2022, <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>.
- "IESALC. (2018). Educación superior, diversidad cultural e interculturalidad en América Latina. UNESCO: Cres 2018, vol 3. consultado el 6 de mayo de 2022"
- "Importancia del diseño gráfico ante la sociedad – Gamagrafica", Gamagrafica – Una imprenta Ecoeficiente, consultado el 7 de mayo de 2022, <https://gamagrafica.com/importancia-del-diseno-grafico-ante-la-sociedad/>.

- "Incrementa la población estudiantil en postgrados | Soy Usac", Soy Usac | Medio de Noticias de la USAC, 2 de junio de 2022, <https://soy.usac.edu.gt/?p=17543>.
- "Katherine Lesmo, "La línea gráfica y el por qué necesitás un manual de marca ¡YA!", keysocialmedia, 4 de marzo de 2019, <https://www.keysocialmediapy.com/post/lineagrafica>."
- "Katherine Lesmo, "La línea gráfica y el por qué necesitás un manual de marca ¡YA!", keysocialmedia, 4 de marzo de 2019, <https://www.keysocialmediapy.com/post/lineagrafica>."
- "La guía del principiante: ¿Que es UX/UI? - Wild Code School", www.wildcodeschool.com, 11 de junio de 2021, <https://www.wildcodeschool.com/es-ES/blog/que-es-ux-ui-diseno-interfaz-usuario-experiencia>.
- "La importancia de la Ilustración y el Diseño Gráfico | Valor de Ley", Valor de Ley, consultado el 5 de mayo de 2022, <https://valordeley.es/blog/importancia-ilustracion-diseno-grafico/>.
- "La importancia de la tipografía en el diseño gráfico | Escuela Europea de Empresa", Escuela Europea de Empresa, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://escuelaeuropeadeempresa.eu/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-diseno-grafico/>.
- "La importancia del diseño de marca - Noticias - Fundación General ULL", Noticias - Fundación General ULL, consultado el 15 de septiembre de 2022, <https://fg.ull.es/noticias/2020/07/17/la-importancia-del-diseno-de-marca/>.
- "La importancia del diseño gráfico | FUDE", FUDE | Cursos Online Gratis | Cursos a Distancia en Argentina, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.educativo.net/articulos/la-importancia-del-diseno-grafico-776.html#:~:text=¿Por%20qué%20es%20importante%20el,significativos,%20expresando%20sentimientos%20y%20valores>
- "Laura Alonzo, "Cómo crear un manual de identidad corporativa para tu marca", Marketing 4 Ecommerce - Tu revista de marketing online para e-commerce, 3 de enero de 2022, <https://marketing4ecommerce.net/manual-de-identidad-corporativa-para-tu-marca/>."
- "Lluvia de Ideas | Qué es, cómo hacerla, técnicas de brainstorming, ejemplos y más", Coworkingfy, consultado el 20 de octubre de 2022, <https://coworkingfy.com/lluvia-de-ideas/>.

- "Logotipo", Significados, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://www.significados.com/logotipo/>.
- "Los seis sombreros para pensar | designthinking.gal", designthinking.gal | Consultora de innovación y formación | Design Thinking en España, consultado el 20 de octubre de 2022, <https://designthinking.gal/tecnicas-de-creatividad-los-seis-sombreros-para-pensar/>.
- "Luis Cardeña, "¿Qué es un manual de marca y cuál es su importancia?", 20S Agencia, 28 de julio de 2021, <https://20sagencia.com/que-es-un-manual-de-marca-y-cual-es-su-importancia/>."
- "Luiza Pérez, "Identidad visual: ¿qué es y cómo construir la de tu empresa?", Rock Content - ES, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/>."
- "Lupton, Ellen. "The Grid: History, Use, and Meaning." Print 51, no. 4 (1997): 62-69."
- "Max Camuñas, " Qué es un manual de marca, cómo diseñarlo, apartados, ejemplos", Max Camuñas, 4 de octubre de 2021, [https://www.maxcf.es/manual-de-marca/#Que\\_es\\_un\\_manual\\_de\\_marca\\_de\\_estilo\\_o\\_de\\_identidad](https://www.maxcf.es/manual-de-marca/#Que_es_un_manual_de_marca_de_estilo_o_de_identidad)."
- "Melissa González, "Psicología del color: la forma en la que te definen los tonos que vistes", abc, 6 de septiembre de 2020, [https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-psicologia-color-forma-definen-tonos-vistes-202009060332\\_noticia.html](https://www.abc.es/bienestar/psicologia-sexo/psicologia/abci-psicologia-color-forma-definen-tonos-vistes-202009060332_noticia.html)."
- "Mina Park, "Líneas: qué son, tipos, clases y ejemplos | Smartick", Smartick, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.smartick.es/blog/matematicas/geometria/lineas-rectas-y-lineas-curvas/>"
- "Motion Graphics, qué es y para qué sirve", Agencia de Publicidad Valladolid|Madrid|Desarrollo y Posicionamiento Web SEO Trama, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.tramapublicidad.com/blog/motion-graphics-que-es-y-para-que-sirve/>.
- "Nagore Martinez, "Conceptos básicos de diseño gráfico • ETEeKIN by Oreka I.T.", ETEeKIN by Oreka I.T., 19 de octubre de 2020, <https://eteekin.eus/blog-conceptos-basicos-de-diseno-grafico/>."
- "Nagore Martinez, "Conceptos básicos de diseño gráfico • ETEeKIN by Oreka I.T.", ETEeKIN by Oreka I.T., 19 de octubre de 2020, <https://eteekin.eus/blog-conceptos-basicos-de-diseno-grafico/>."

- basicos-de-diseno-grafico/."
- "Oscar Colmenares, "La marca: su definición, sus elementos y su gestión", gestiopolis, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://www.gestiopolis.com/la-marca-su-definicion-sus-elementos-y-su-gestion/>."
- "Paleta de colores ¿Qué es y para qué sirve? #Diseños #Uninter", Escuela de Ciencias, Artes y Tecnología, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://blogs.uninter.edu.mx/ESCAT/index.php/paleta-de-colores-que-es-y-para-que-sirve-disenos-uninter/>.
- "Puntos clave de imagen e identidad corporativa", Occam Agencia Digital - Inbound Marketing Madrid, consultado el 13 de octubre de 2022, <https://www.occamagenciadigital.com/blog/puntos-clave-de-imagen-e-identidad-corporativa>.
- "Qué es el Diseño Gráfico - Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico", Piktochart en Español, consultado el 8 de julio de 2022, <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>.
- "Qué es el método Scamper: ejemplos y preguntas que hacerse", Hablemos de empresas, consultado el 12 de octubre de 2022, <https://hablemosdeempresas.com/pymes/que-es-metodo-scamper-ejemplos/>.
- "Qué es un logo, para qué sirve y principales características", Blog de HubSpot | Marketing, Ventas, Servicio al Cliente y Sitio Web, 25 de agosto de 2022, <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-logo>.
- "Qué es un logo, para qué sirve y principales características", Blog de HubSpot | Marketing, Ventas, Servicio al Cliente y Sitio Web, 25 de agosto de 2022, <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-logo>.
- "Qué es un manual de marca, cómo diseñarlo, apartados, ejemplos", Max Camuñas, consultado el 8 de julio de 2022, <https://www.maxcf.es/manual-de-marca/>.
- "¿Que es Tipografía?", Ecdisis Estudio - Diseño Gráfico, Diseño Web, Marketing Digital., consultado el 6 de mayo de 2022, <https://ecdisis.com/que-es-tipografia/>."
- "¿Qué es edición de vídeo? - Treintaycinco mm", Treintaycinco mm, 15 de mayo de 2021, <https://35mm.es/que-es-edicion-video/>.
- "¿Qué es el diseño gráfico? Lo que necesitas saber", Cursos de Diseño y Revit Online - Escuela ESDIMA en Madrid, consultado el 14 de octubre de 2022, <https://esdima.com/que-es-el-diseno-grafico/>.

- "¿Qué es la Identidad Visual? | Diccionario de Branding", Agarimo Estudio, consultado el 6 de octubre de 2022, <https://agarimoestudio.com/diccionario-de-branding/identidad-visual/>.
- "¿Qué es la identidad visual de una marca? - Oink", Oink my God, consultado el 10 de noviembre de 2022, <https://oinkmygod.com/blog/identidad-visual-marca/>.
- "¿Qué es una marca? Definición y tipos", Estudioka | Diseño gráfico y web Barcelona, consultado el 8 de septiembre de 2022, <https://estudioka.es/concepto-de-marca/>.
- "¿Qué es una Marca Gráfica? | Branding diccionario de Comuniza", Comuniza, consultado el 15 de septiembre de 2022, <https://comuniza.com/diccionario-branding/marca-grafica#:~:text=La%20marca%20gráfica%20concentra%20los,sin%20las%20letras%20«Nike»>.
- "Redacción AD, "¿Qué es una paleta de colores? ¿Cómo crear una y para qué sirve?", Architectural Digest, 14 de junio de 2021, <https://www.admagazine.com/interiorismo/paleta-de-colores-que-es-para-que-sirve-y-como-hacerla-20210614-8647-articulos>."
- "Sergi Blanchadell, "Las técnicas creativas más importantes - Seo Maniak", Seo Maniak, 28 de mayo de 2021, <https://seomaniak.com/tecnicas-creativas-mas-importantes/>."
- "Smith, John. "Principios de la Composición en Diseño Gráfico", Diseño Creativo, <https://www.ejemplo.com/principios-de-la-composicion-en-diseno-grafico> (Accedido el 17 de noviembre de 2022)."
- "The Chicago Manual of Style Online. "Logos". Consultado el 30 de marzo de 2023, en <https://www.chicagomanualofstyle.org/home.html>."
- "Tipos de logotipos - Economipedia", Economipedia, consultado el 6 de mayo de 2022, <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-logotipos.html>."
- "Técnicas didácticas - Centradas en el grupo - Philips 66", Habilidades Docentes, consultado el 19 de octubre de 2022, <http://hadoc.azc.uam.mx/tecnicas/philips.htm>."



---

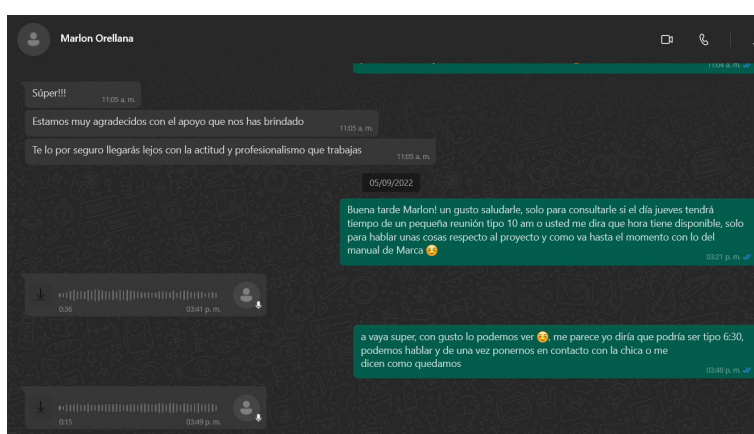
## 09 Anexos

- Anexos 152-162

## Anexos

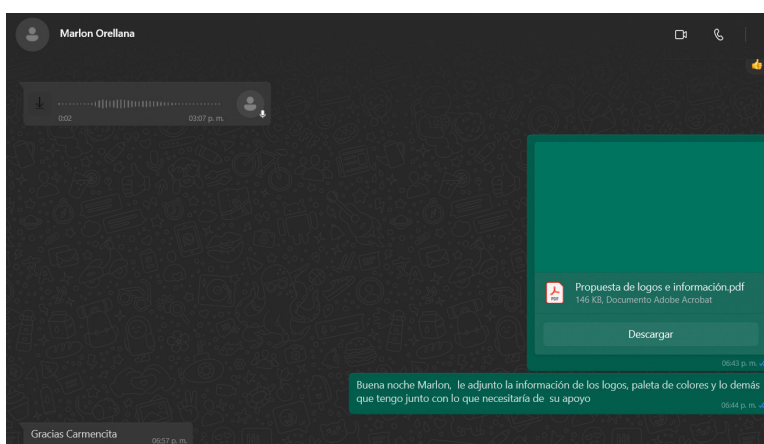
En esta sección se presentan documentos que fueron utilizados en el proceso del desarrollo del proyecto, por ejemplo, imágenes, tablas, resultados, cotizaciones, validaciones, etc.

### Anexo 1



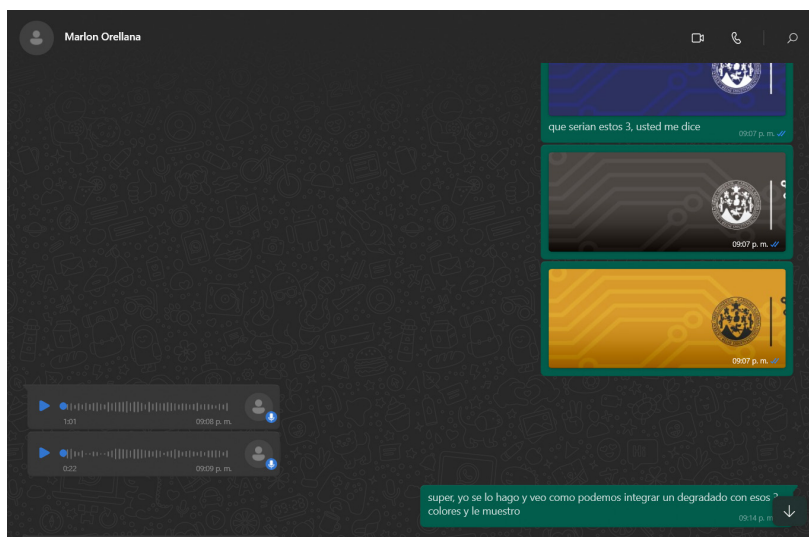
Reunión con encargado de la institución para validación de materiales ya trabajados en el manual de marca.

### Anexo 2



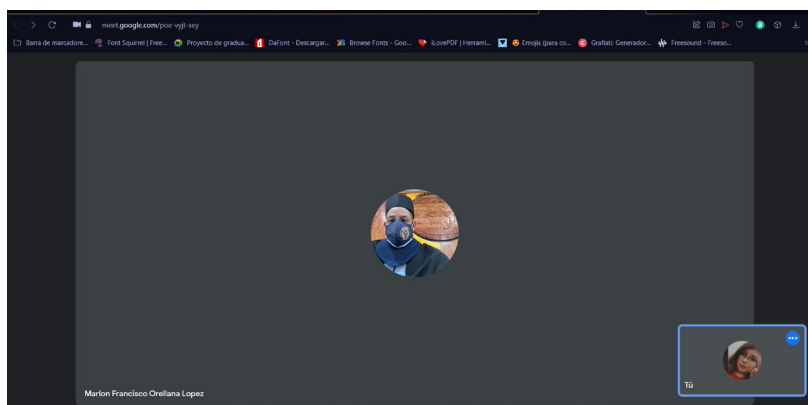
Validación de logos, paleta cromática e información.

## Anexo 3



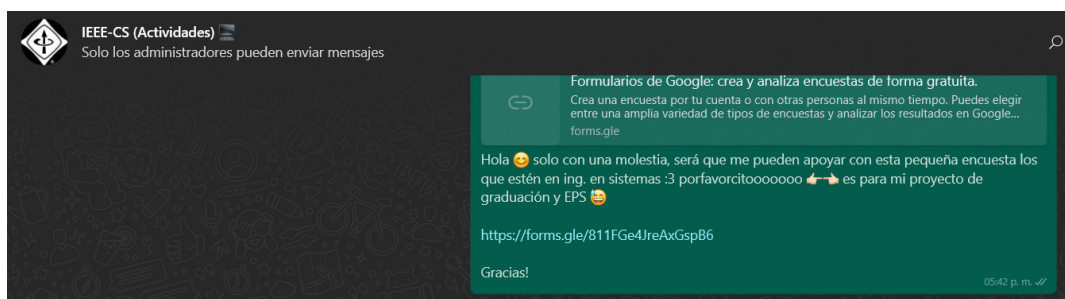
Se realizaron múltiples propuestas de materiales, las cuales se enviaron para validación y confirmación de las piezas.

## Anexo 4



Reunión para evaluación de materiales junto con el director de la escuela de ingeniería en ciencias y sistemas.

## Anexo 5



Primera evaluación de materiales con el grupo objetivo, realizado mediante una encuesta.

## Anexo 6

Instrumento de validación con grupo objetivo, en el cual se les consulto sobre la línea gráfica y sus distintas implementaciones.

¿La diagramación para el manual de marca es la correcta?  
Siendo 1 malo y 5 muy bueno

1 2 3 4 5

Malo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy bueno

...

¿La diagramación es la adecuada para una buena lectura y equilibrio visual?



1 2 3 4 5

Inadecuada ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy adecuada

¿como considera el tamaño del logotipo?



1 2 3 4 5

Inadecuado ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy adecuado

¿cómo considera la paleta cromática?



¿cómo considera el uso de un patrón dentro de la línea gráfica?



- ☐ Excelente
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Mala

- ☐ Dinámico
- ☐ Malo
- ☐ Llamativo
- ☐ Aburrido

\*\*\*

¿A que profesión puede realación esta tarjeta de presentación solo con los elementos gráficos?



Texto de respuesta corta

...  
¿cómo considera el uso del logo sobre el fondo cromático?



1 2 3 4 5  
Inadecuado ○ ○ ○ ○ ○ Muy adecuado

¿considera adecuados el uso de prendas textiles como promocionales?



- ☐ Adecuado
- ☐ De acuerdo al grupo objetivo
- ☐ Mala idea
- ☐ No es funcional

## Anexo 7

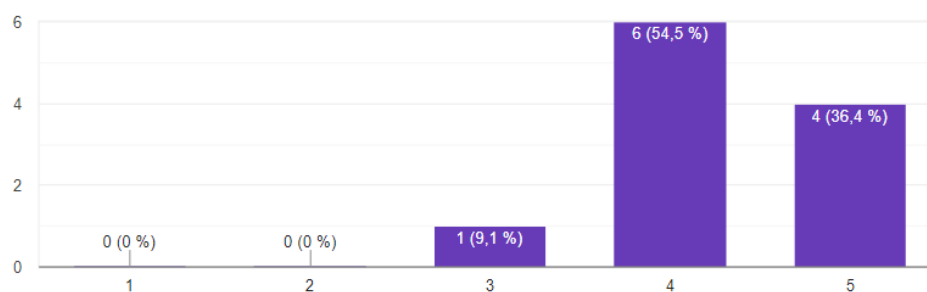
Resultados de validación con grupo objetivo de la encuesta presentada anteriormente, en la que se validaron las respuestas de cada pregunta.

¿La diagramación para el manual de marca es la correcta?

Siendo 1 malo y 5 muy bueno

11 respuestas

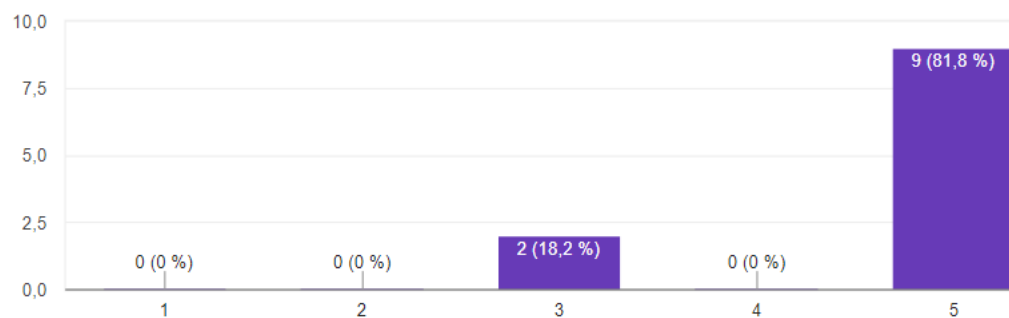
 Copiar



¿La diagramación es la adecuada para una buena lectura y equilibrio visual?

11 respuestas

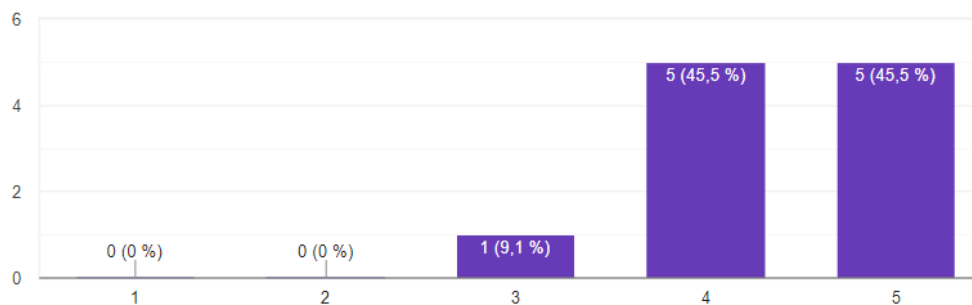
 Copia



¿cómo considera el tamaño del logotipo?

 Copiar

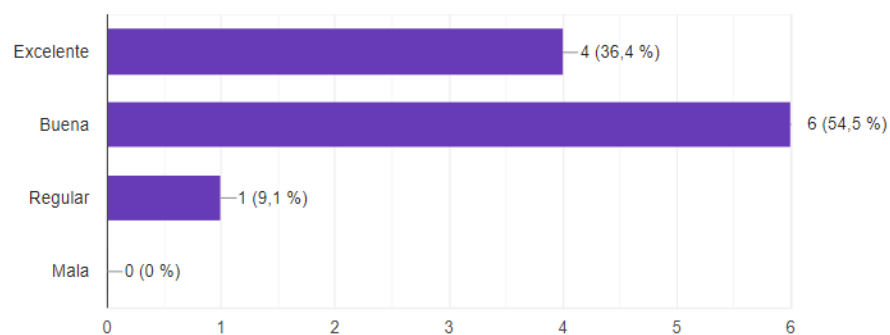
11 respuestas



¿cómo considera la paleta cromática?

 Copiar

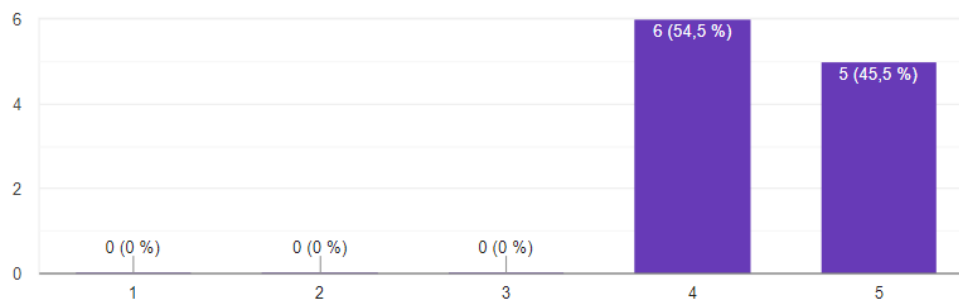
11 respuestas



¿cómo considera el uso del logo sobre el fondo cromático?

 Copiar

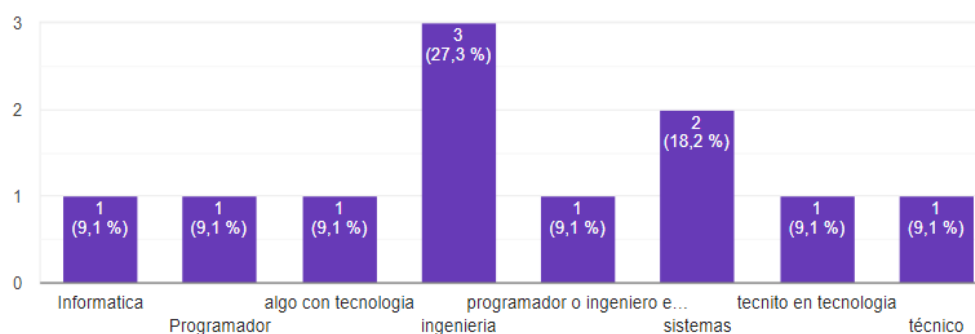
11 respuestas



¿A que profesión puede realación esta tarjeta de presentación solo con los elementos gráficos?



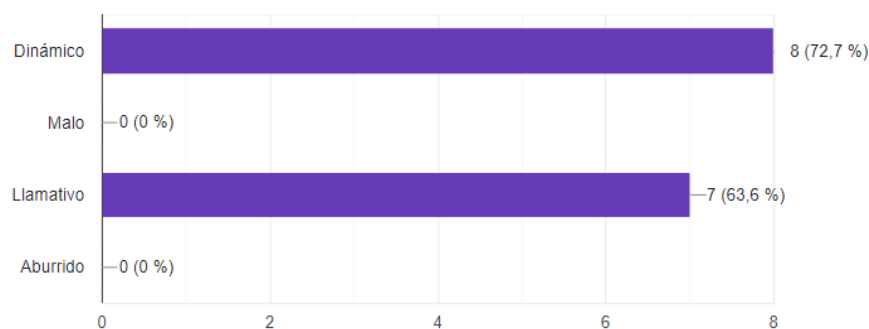
11 respuestas



¿cómo considera el uso de un patrón dentro de la linea gráfica?



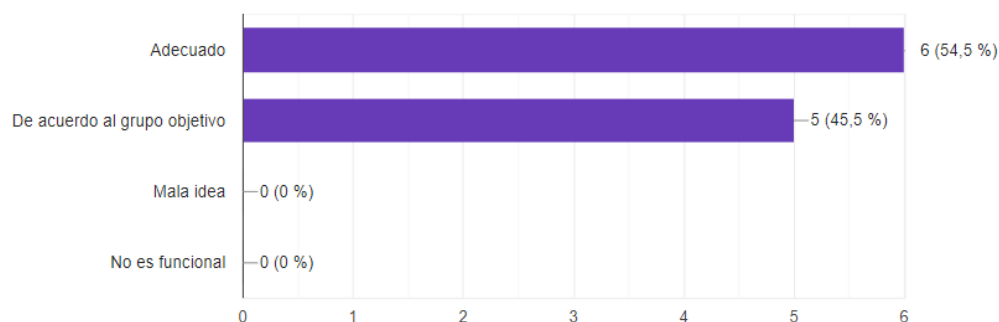
11 respuestas



¿considera adecuados el uso de prendas textiles como promocionales?



11 respuestas



## Anexo 8

Previsión de costos del proyecto, tomando en cuenta el uso de todos los materiales, equipos y recurso humano utilizados en el proyecto.

### RECURSO HUMANO

- Epesista: Carmen Sagastume
- 2 Asesores gráficos universitarios
- Tercer Asesor: Lcda. Lourdes Pérez
- Asesor de institución: Ing. Marlon Orellana

### HERRAMIENTAS DE TRABAJO

- |                      |          |
|----------------------|----------|
| - Computadora        | Q 16,000 |
| - Disco duro externo | Q 500    |
| - Telefono celular   | Q 1,500  |
| - Impresora          | Q 450    |
| - Agenda             | Q 24     |
| - Lapiceros          | Q 12     |
| - Mouse              | Q 450    |
| - Teclado Mecánico   | Q 455    |
| - Audifonos          | Q 570    |
| - Moviliario         | Q 1,000  |
| - Adobe Creative     | Q 500    |
| - Envato             | Q 200    |
| - Shutterstock       | Q 300    |

### RECURSOS Y SERVICIOS

- |                    |         |
|--------------------|---------|
| - Luz              | Q 930   |
| - Agua             | Q 600   |
| - Renta            | Q 6,600 |
| - Internet         | Q 800   |
| - Linea telefónica | Q 600   |
| - Impresiones      | Q 150   |

### DEPRECIACIÓN DE EQUIPO

- |                    |         |
|--------------------|---------|
| - Computadora      | Q 5,000 |
| - Mouse            | Q 120   |
| - Teclado Mecánico | Q 200   |
| - Celular          | Q 800   |

### ALIMENTACIÓN

- |                   |       |
|-------------------|-------|
| - Almuerzo / cena | Q 900 |
| - Refacción       | Q 400 |

### TIEMPOS

- |                              |     |
|------------------------------|-----|
| - 8 Horas de trabajo diarias | Q 0 |
|------------------------------|-----|

**TOTAL                    Q 38,661**

## Anexo 8

Cotizaciones de costos de producción, en estas se solicitaron a 2 empresas para que pudieran darnos un costo total por la producción de los materiales elaborados para la institución.



FECHA: Guatemala 29 de octubre de 2022  
 CLIENTE: Carmen Sagastume  
 ATENCIÓN: Carmen Sagastume

| COTIZACIÓN 01194 |                               |            |          |
|------------------|-------------------------------|------------|----------|
| Opc.             | DESCRIPCIÓN                   | CANT. DIAS | TOTAL    |
|                  | Manual de marca               | 1          | Q650     |
|                  | Tarjetas de presentación      | 1,500      | Q2,100   |
|                  | Gafetes                       | 50         | Q1,600   |
|                  | Sobres carta membretados      | 500        | Q3,500   |
|                  | Hojas membretadas             | 500        | Q3,000   |
|                  | Hojas de programa (3 diseños) | 600        | Q4,500   |
|                  | Roll ups                      | 3          | Q900     |
|                  | USB                           | 200        | Q1,600   |
|                  | Playeras                      | 50         | Q2,500   |
|                  | Sudaderos                     | 50         | Q3,600   |
|                  | Llaveros                      | 50         | Q2,500   |
|                  | Agendas                       | 50         | Q3,00    |
|                  | Gorras                        | 50         | Q1,300   |
|                  | Lapiceros                     | 500        | Q1,000   |
| TOTAL            |                               |            | Q 31,700 |

**EDITACIÓN**  
**15-1878**  
**NIT.: 6698607-9**  
**FECHA**  
 Guatemala, 27 / 10 / 2022

Por este medio nos permitimos presentar la siguiente cotización:

|                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Cliente: Carmen Sagastume                                                                        | NIT |
| Dirección: Ciudad                                                                                |     |
| Condiciones de Pago: Contado <input checked="" type="radio"/> Crédito <input type="radio"/> Dias |     |

| CANTIDAD       | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                        | P. UNIDAD | TOTAL                                |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------|
| 1              | Impresión laser, full color, tamaño carta, en blanco, pasta suave en recorte C13, correa de 42.00 Hojas a full color, tiro y retro, en bond 80grms. Lomo Cuadrado. |           | Q450.00                              |
| 500            | Tarjetas de presentación, full color, tiro y retro, cortes rectos, en opalina 220grms                                                                              |           | Q600.00                              |
| 35             | Impresión de agenda, media carta, pasta dura full color, guante en blanco sin impresión, 0.75x3.5 correa de 100grms. 600x600 en bond 80grms                        |           | Q300.00                              |
| 200            | Impresión laser, full color, solo tiro, tamaño carta, en bond 80grms, sin cortes                                                                                   |           | Q1,200.00                            |
| 200            | Impresión laser, full color, solo tiro, tamaño carta, en bond 80grms, cortes rectos                                                                                |           | Q2,400.00                            |
| 200            | Impresión laser, full color, solo tiro, tamaño carta, en bond 80grms, sin cortes                                                                                   |           | Q1,500.00                            |
| Observaciones: |                                                                                                                                                                    |           | TOTAL DE ESTA COTIZACIÓN: Q 6,350.00 |

Esta Cotización tiene validez: 10 días.  
 Tiempo de Entrega: 8 días hábiles después de aprobado los artes finales.  
 Forma de Pago: Todo trabajo necesita 50% de anticipo.  
 Si usted nos envía artes finales debe de venir en PDF en alta resolución, CMYK si es full color y si son colores planos con el Código Pantone que necesita.

Elaborado Por: **Mayra Cabrera**

En espera de su amable respuesta.

DISEÑO GRÁFICO - IMPRENTA - LITOGRAFÍA

Avenida Petapa y 48 Calle 19-21, Zona 12 • Guatemala, C.A. • Teléfax: 2479-3842  
 e-mail: [impresosgraphicart@gmail.com](mailto:impresosgraphicart@gmail.com)  
[www.impresosgraphicart.com](http://www.impresosgraphicart.com)

*Lilian Patricia Guzmán Ramírez*

Licenciada en Letras por la USAC  
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com  
Cel.: 55652717

Guatemala, 18 de diciembre de 2023

Arquitecto  
Sergio Francisco Castillo Bonini  
Decano en Funciones  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación titulado: **"DISEÑO DE MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA ESCUELA DE INGENIERÍA EN CIENCIAS Y SISTEMAS DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA UBICADA EN LA CIUDAD CAPITAL"** de la estudiante **MARÍA DEL CARMEN SAGASTUME FLORES** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien se identifica con el carné universitario **201502969**, previamente a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de licenciatura.

Luego de 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 requerida.

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



*Lilian Patricia Guzmán Ramírez*  
**LICDA. EN LETRAS**  
**COLEGIADA No. 7596**

Lic. Lilian Patricia Guzmán Ramírez

Licenciada en Letras

Colegiada 7596



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

**"Diseño de Manual de Identidad Gráfica Para la Escuela de Ingeniería en Ciencias y Sistemas de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala ubicada en la ciudad capital."**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

A blue ink signature in cursive script, belonging to María del Carmen Sagastume Flores.

*María del Carmen Sagastume Flores*

Asesorado por:

A blue ink signature in cursive script, belonging to Lic. Marco Antonio Morales.

*Lic. Marco Antonio Morales*  
Asesor Metodológico

A blue ink signature in cursive script, belonging to Lcda. Margarita Tobar.

*Lcda. Margarita Tobar*  
Asesor Gráfico

A blue ink signature in cursive script, belonging to Lcda. Lourdes Pérez.

*Lcda. Lourdes Pérez*  
Tercer Asesor

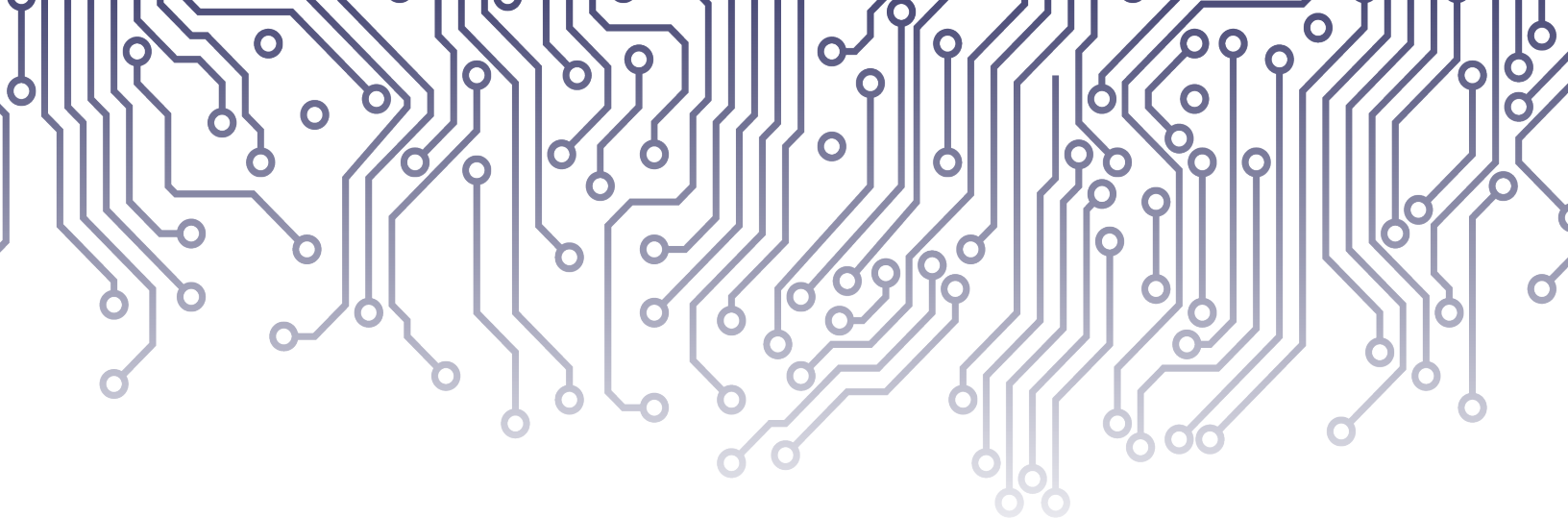
Imprímase:

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

A blue ink signature in cursive script, belonging to Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini.

*Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini*  
Decano





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

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

