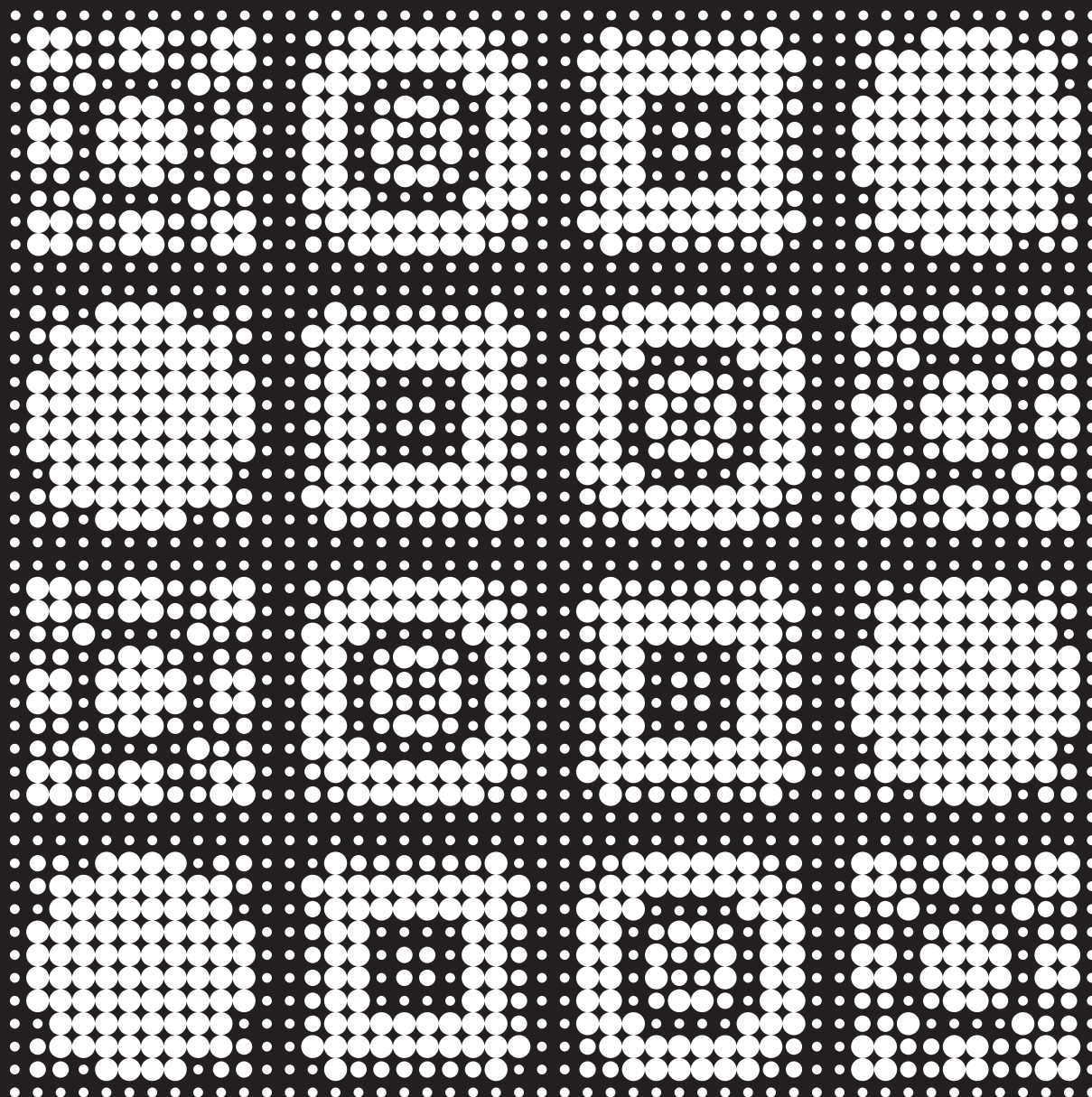


Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico

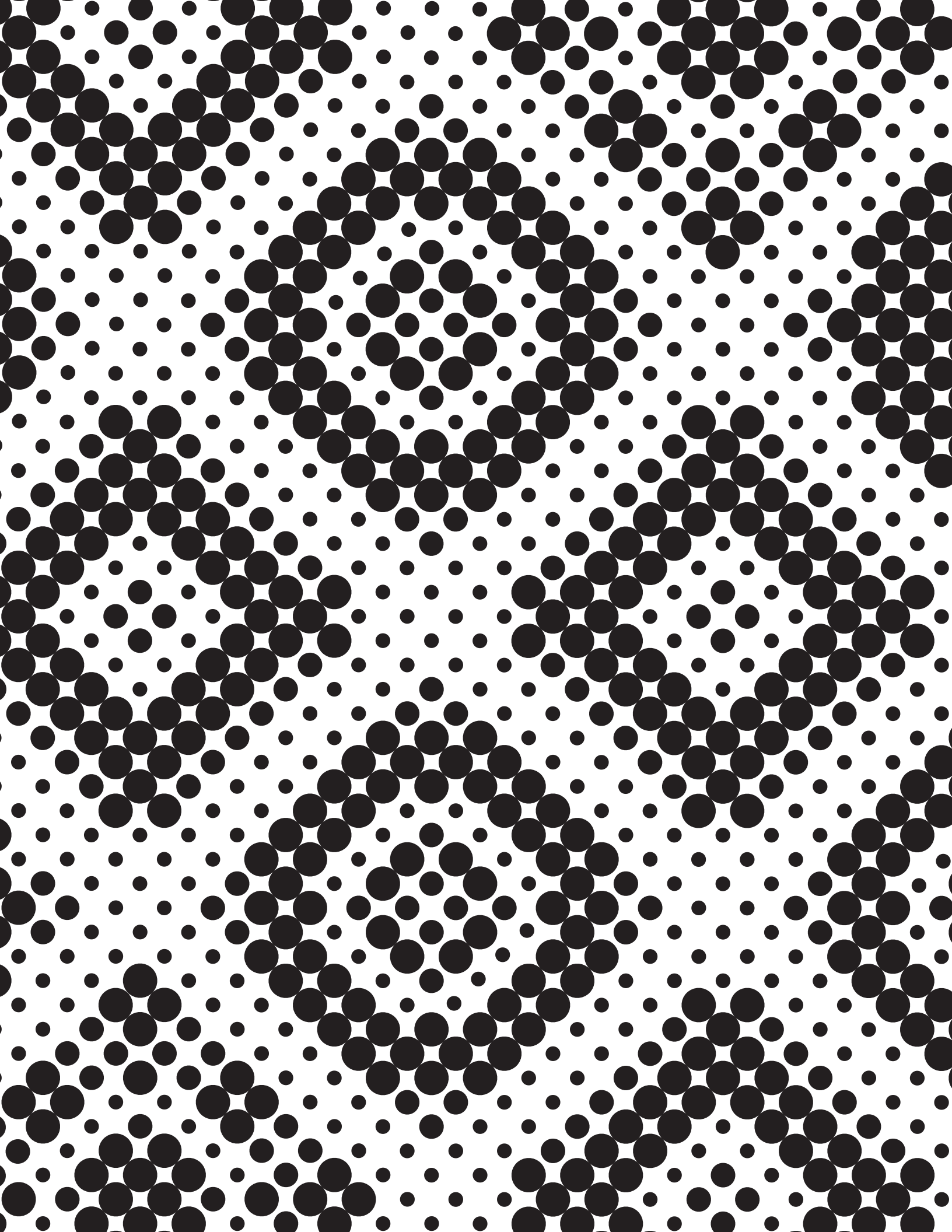
**Diseño de Manual de Normas Gráficas
para el Vivero de Economía Creativa –VEC–
del Centro Cultural de España con sede en Guatemala**



Proyecto presentado por:
Jackeline Rocío Ubeda Campos

Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Ciudad
de Guatemala



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

Diseño de Manual de Normas Gráficas
para el Vivero de Economía Creativa –VEC–
del Centro Cultural de España con sede en Guatemala

Proyecto de Graduación desarrollado por:
Jackeline Rocío Ubeda Campos

Previo a optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, octubre 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

Lcda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arq. Mayra Jeanette 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

Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte
Asesor

Lcda. Cindy Gabriela Ruano Palencia
Asesora

Lic. Axel Gabriel Flores
Asesor

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

Resumen del Proyecto

El Vivero de Economía Creativa (VEC) es una plataforma que busca fortalecer el ecosistema cultural y creativo en Guatemala, brindando espacios de formación, vinculación y desarrollo para jóvenes emprendedores del sector. A pesar de su importante labor, la falta de lineamientos gráficos y materiales de comunicación ha limitado su reconocimiento y posicionamiento dentro de la industria creativa del país.

El VEC no solo ofrece herramientas para el crecimiento de proyectos culturales y artísticos, sino también busca generar un impacto social positivo, promoviendo la sostenibilidad y profesionalización de la economía creativa. Sin embargo, la ausencia de una identidad visual clara ha dificultado su difusión y el acceso a sus servicios por parte de su público objetivo.

Para abordar esta problemática, se desarrolló el presente proyecto, cuyo objetivo es diseñar un Manual de Normas Gráficas que establezca una identidad visual sólida y coherente para el VEC. Este material permitirá consolidar su imagen institucional y facilitará la producción de piezas de comunicación efectivas, asegurando que su mensaje llegue de manera clara y atractiva a la comunidad creativa guatemalteca.

Objetivo general: contribuir con el Vivero de Economía Creativa (VEC), por medio de la investigación, gestión y producción de diseño gráfico, en la labor que realiza como plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos en la ciudad de Guatemala.

Objetivo de comunicación visual institucional: apoyar los procesos de comunicación mediante el diseño de una identidad visual que facilite el reconocimiento de la institución y de los servicios que presta a jóvenes con perfil profesional vinculado a la economía cultural y creativa.

Objetivo de diseño gráfico: diseñar un sistema de identidad visual, con parámetros y lineamientos gráficos que normen y fortalezcan la unidad de la comunicación institucional del vivero.

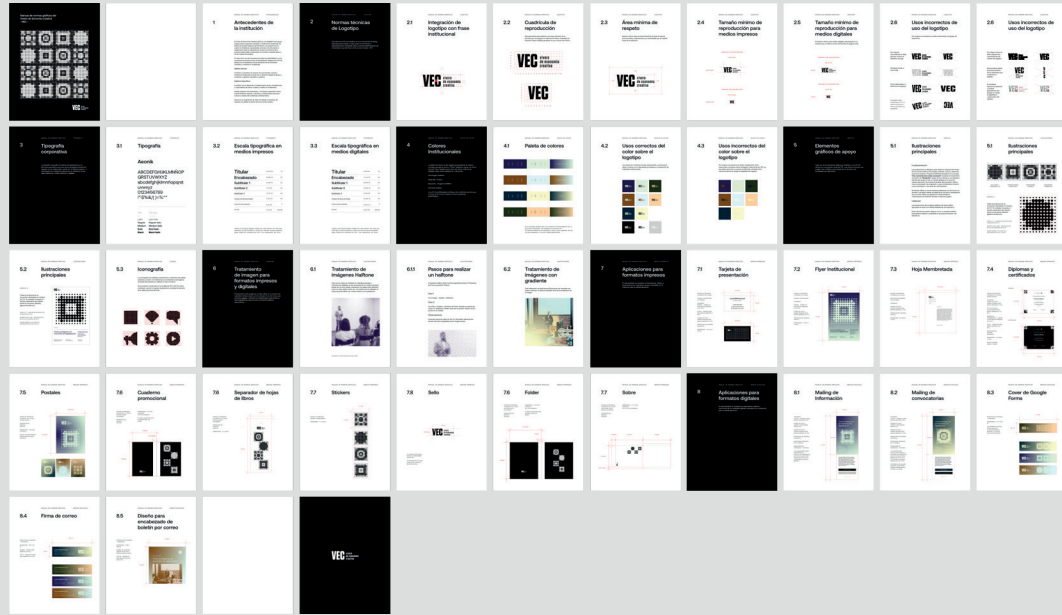


Figura 1. Mockups de proyecto final
Fuente: elaboración propia

A Dios.

A mí, por encontrar en la complicidad una oportunidad.

A mis padres, por dejar en mí lo que es ser raíz, reflejo y destino.

A Diego y Mónica, por aligerar, acompañar y alegrar mi camino.

¡Gracias!

Presentación

El presente informe reúne una sistematización de criterios de investigación, planificación y ejecución para la resolución de un material gráfico de carácter editorial. Contiene lineamientos normativos para la aplicación de recursos gráficos que aportarán al funcionamiento efectivo de los procesos de comunicación del Vivero de Economía Creativa –VEC–, una plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos de Guatemala. Se enfoca en brindar espacios de formación y vinculación en los cuales se fortalezcan capacidades, procesos de articulación y colaboración para el mejoramiento social y económico de la juventud guatemalteca interesada en el ámbito cultural/creativo y de las nuevas tecnologías.

Dentro de los objetivos principales de la institución se encuentra el contribuir a incentivar la creación de una industria cultural y creativa en Guatemala, a través de un sistema integral de apoyo a creadores y agentes culturales y creativos. Sin embargo, esta no ha sido muy reconocida por parte del que debería ser su grupo objetivo, en este caso la falta de lineamientos de comunicación visual interna obstaculizan el entendimiento de las actividades institucionales por la falta de plataformas y formatos para la presentación de la información, obteniendo un nulo posicionamiento dentro de su categoría de servicios en la industria creativa y cultural.

Considerando esta situación, se ha planteado el diseño de un manual de normas gráficas que ayude a establecer lineamientos visuales con el fin de fortalecer y unificar la identidad institucional del Vivero de Economía Creativa.

Para llevar a cabo el proyecto se utilizó la Guía Metodológica del Proyecto de Graduación de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en ella se describen los pasos que se deben cumplir para llegar a ejecutar el material gráfico propuesto, dando inicio a través de la investigación de las funciones de la institución para así poder darle un cuerpo visual sólido.

El proyecto se presenta dentro de 7 capítulos.

En el primer capítulo se aborda la contextualización del proyecto, junto a esto se describe el planteamiento del problema identificado, los objetivos generales y específicos, así como la justificación. En el segundo capítulo se hace una descripción del perfil de la institución y el grupo objetivo que se beneficiará con el proyecto. Dentro del tercer capítulo se presenta la planificación mediante un cronograma, los recursos utilizados y costos empleados, necesarios para la finalización del proyecto. En el cuarto capítulo está dedicado al marco teórico en el que se describe la selección de la rama de diseño elegida y los principales materiales. En el quinto capítulo se encontrarán todas las partes que definen el concepto creativo y el rumbo que tomará el contenido visual a diseñar. Inmediatamente, en el sexto capítulo, se presenta de la producción gráfica de las piezas, desde el origen de la propuesta y sus primeros bocetos, las validaciones que se realizaron durante el proceso hasta la propuesta final. Dentro del séptimo capítulo se encuentran las conclusiones del proyecto, las recomendaciones para los distintos sectores tomados como enfoque de la investigación y las lecciones aprendidas de todo el proceso. Al final, se encuentra la sección de anexos en la cual se encuentran documentos como los formularios de validación y cotizaciones realizadas, entre otros.

Esperando que este proyecto sea de utilidad y beneficio de los destinatarios de los materiales que lo componen, dejamos a disposición del lector este proyecto para que conozca el trabajo ejecutado y los resultados obtenidos, reconociendo sobre todo la importancia y el valor que hay detrás de establecer lineamientos gráficos, visuales y técnicos para cualquier tipo de institución.

01

Introducción

Antecedentes	22
Definición y delimitación del problema	25
Justificación del proyecto	26
Trascendencia del proyecto	
Incidencia en el diseño gráfico	
Factibilidad del proyecto	
Objetivos del proyecto	27
General	
Específicos	

02

Perfiles

Perfil de la institución	30
Perfil del grupo objetivo	33

03

Planificación operativa

Flujograma del proceso	39
Cronograma de trabajo	41
Previsión de recursos y costos	42

04

Marco teórico

El trabajo es para todos	46
El diseño gráfico como método de comunicación	49
La importancia del orden	54

05

Definición creativa

<i>Brief</i> de diseño	62
Referentes visuales	67
Descripción de la estrategia de las piezas de diseño	70
Definición del concepto creativo y códigos de diseño	71

06

Producción gráfica y validación

Nivel de visualización 1	78
Nivel de visualización 2	84
Nivel de visualización 3	88
Propuesta final	93
Justificación técnica	101
Lineamientos para la puesta en práctica	106
Presupuesto	108

07

Síntesis del proceso

Lecciones aprendidas	112
Conclusiones	113
Recomendaciones	114

Referencias	116
--------------------	-----

Anexos	120
---------------	-----

Índice de figuras, tablas y gráficos

Figura 1.	<i>Mockups</i> de proyecto final	11
Figura 2.	Logotipo original (VEC)	32
Figura 3.	Proyecto Cravero Lanis de Hueso Studio	67
Figura 4.	Proyecto Mountain Club de Makebardo	68
Figura 5.	Proyecto New Sam Brand Identity de David Song	69
Figura 6.	Mapa mental	72
Figura 7.	Diagrama del resultado del método de relaciones forzadas	73
Figura 8.	Vista del método de analogías	74
Figura 9.	Boceto de retícula n°. 1	80
Figura 10.	Boceto de retícula n°. 2	80
Figura 11.	Boceto de retícula n°. 3	80
Figura 12.	Estructura de tamaños y tipografía Graphik	81
Figura 13.	Estructura de tamaños y tipografía Proxima Nova	81
Figura 14.	Estructura de tamaños y tipografía Red Hat Display	81
Figura 15.	Boceto de ilustración n°. 1	82
Figura 16.	Boceto de ilustración n°. 2	82
Figura 17.	Boceto de ilustración n°. 3	82
Figura 18.	Boceto de poster n°. 1	86
Figura 19.	Boceto de poster n°. 2	86
Figura 20.	Boceto de poster n°. 3	86
Figura 21.	Ilustración simplificada del proceso de crecimiento de una semilla	86
Figura 22.	<i>Mockup</i> de poster informativo	90
Figura 23.	Ilustraciones geométricas	90
Figura 24.	Iconografía	91
Figura 25.	Visualización impresa del manual	91
Figura 26.	Diseño digital del manual de normas gráficas	93
Figura 27.	Diseño de <i>flyers</i>	99
Figura 28.	Montaje de piezas variadas	99
Figura 29.	Diseño de carpeta	100
Figura 30.	Diseño de sobre	100
Figura 31.	Diseño de postales	100
Figura 32.	Paleta de colores	101
Figura 33.	Espécimen de tipografía	102
Figura 34.	Retícula de iconografía	103
Figura 35.	Retícula de ilustraciones	105

Gráfico 1.	Flujograma	39
------------	------------	----

Tabla 1.	Cronograma	41
Tabla 2.	Cronograma de previsión de costos	42
Tabla 3.	Tabla de costos fijos	108
Tabla 4.	Tabla de presupuesto del proyecto	109

Capítulo 01

Introducción

Antecedentes

La creatividad conduce a la innovación con tanta frecuencia como al arte. Tanto los artistas como los científicos utilizan el mismo proceso de pensamiento para imaginar (visualizar) y describir (representar) su visión de la realidad.¹

La economía creativa se diferencia de otras industrias por el riesgo de mercado que conllevan los nuevos productos y servicios y por las formas organizativas que adoptan los principales agentes.²

En América Latina se ha detectado el incremento de las industrias culturales y creativas (ICC) como fuente de desarrollo económico y un vehículo para impulsar el bienestar social. Según cifras de la Unesco, las ICC representan el 3 % del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, superando ingresos de sectores como los servicios de telecomunicaciones y generando millones de empleos a escala global.

La calidad de vida de las guatemaltecas y los guatemaltecos medida por el índice de desarrollo humano durante las últimas tres décadas muestra una senda de crecimiento continuo, pero insuficiente para generar habilidades y condiciones, que permitan aprovechar las oportunidades que puede brindar la sociedad actual.³

En el informe mundial de desarrollo humano de 2016, ubica al país en la posición 125 de 188 países, en la categoría media (0.64), el ingreso medio en Guatemala es de uSd 7.458 (Pnud, 2016), mientras los niveles de pobreza general y pobreza extrema son del 59.3 % y 23.4 %, respectivamente.⁴

El Plan Nacional de Desarrollo Cultural a Largo Plazo en Guatemala indica que «cada vez con más claridad y conciencia se reconoce que la cultura, a través de las industrias culturales aportan significativamente al Producto Interno Bruto, en específico en los países en desarrollo, los cuales suelen caracterizarse por culturales originales, ricos y variadas».⁵

A partir de las necesidades antes mencionadas, en el crecimiento de la Industria creativa y cultural, surgen espacios educativos alternativos que contribuyen e incentivan a través de un sistema integral de apoyo a creadores y agentes culturales y creativos el desarrollo y fortalecimiento de las competencias y capacidades para este sector en Guatemala.

El Vivero de Economía Creativa (VEC) es una plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos de Guatemala que se enfoca en brindar espacios de formación y vinculación en los cuales se fortalezcan capacidades, procesos de articulación y colaboración para el mejoramiento social y económico de la juventud guatemalteca interesada en el ámbito cultural/creativo y de las nuevas tecnologías.

Dentro de este marco se da la apuesta para ligar la sostenibilidad, no solo a procesos económicos sino al razonamiento integral con el fin de apoyar a la consolidación de las iniciativas de las industrias culturales y creativas en Guatemala.

En el 2015 por medio de un voluntario se presentó una propuesta de logotipo, con la intención de proporcionar una imagen a la institución, durante el camino se encontró como prioridad la imagen de en ese entonces el «DEC» el primer diplomado de emprendimiento creativo, un espacio para emprendedores y entusiastas creativos (artistas, músicos, diseñadores, arquitectos, artesanos, *makers*, animadores y autodidactas) para adquirir herramientas de *marketing*, comunicación, diseño de servicios, modelo de negocios y además conocer el contexto Guatemalteco del emprendimiento en las industrias culturales y creativas.⁶

Debido a estos atrasos en el desarrollo de la imagen del Vivero de Economía Creativa (VEC) no cuenta con un sistema de normas y aplicaciones para su correcto uso, dificultando la creación e integración de materiales gráficos institucionales.

Ya que el vivero es un centro independiente que surge como proyecto piloto de la Cooperativa Española dentro del Centro Cultural de España, proporciona todas las alternativas a bajo o a ningún costo, ya que su fortaleza está en brindar espacios de creación y estudio se ha postergado el énfasis en la divulgación de la institución, prescindiendo de profesionales y/o voluntarios que apoyen directamente al desarrollo visual e institucional, afectando así el crecimiento y el conocimiento de ellos para con la sociedad, incluyendo posibles patrocinadores que deseen aportar al funcionamiento de la misma.

Actualmente, los únicos mecanismos que utiliza el Vivero de Economía Creativa (VEC) para su divulgación son por medio de la cartelera del Centro Cultural de España con sede en Guatemala (CCEG), convocatorias por medio de correo directo (no *mailings*), bases de datos de convocatorias, talleres y conversatorios que anteriormente han realizado y de boca en boca, prefieren evitar el gasto extra que podrían generarles plataformas como Facebook e Instagram debido a sus limitantes. Es por esto que buscan maneras alternativas, pero funcionales, para poder comunicar. Durante estos procesos se ven afectados a partir de la carencia de material gráfico consolidado que les facilite la transmisión de información y así refuercen los valores de la institución enfocada en el desarrollo de agentes del ámbito cultural, creativo y tecnológico.

1 John Howkins, *The Creative Economy* (Reino Unido: Penguin Books, 2013), 15-16.

2 Juan José Sánchez Balaguer et al., *Industrias culturales y creativas en Iberoamérica: evolución y perspectivas* (España: Cátedra Iberoamericana 'Alejandro Roemmers' de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad Miguel Hernández de Elche – Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas, 2018).

3 - 4 PNUD. *Desafíos y oportunidades para Guatemala: hacia una agenda de futuro. La celeridad del cambio, una mirada territorial del desarrollo humano 2002-2019*. Acceso octubre de 2020. <https://indhguatemala.org/>.

5 «Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en Guatemala», Sicultura, acceso el 2 de octubre de 2020, <https://www.sicultura.gob.gt/wp-content/uploads/2022/08/ICenG.pdf>.

6 «Diplomado de Emprendimiento Creativo», ISUU, acceso el 2 de octubre de 2020, https://issuu.com/emprendecceg/docs/dec_agodic2017.

Definición y delimitación del problema de comunicación visual

La falta de lineamientos de comunicación visual interna obstaculizan el entendimiento de las actividades institucionales por la falta de plataformas y formatos para la presentación de la información obteniendo un nulo posicionamiento dentro de su categoría de servicios en la industria creativa y cultural.

Justificación del proyecto

Trascendencia

El proyecto pretende promover la identificación e información de elementos institucionales. La existencia y ejecución del diseño de una identidad visual ordenada, busca garantizar el correcto funcionamiento de las diferentes actividades relacionadas directamente con la labor principal de la institución.

Incidencia

Gracias a la gestión y producción gráfica se pretende incidir en la estructura e interpretación de las necesidades comunicativas de la institución para que esta misma sea reconocida a nivel nacional por la población guatemalteca.

Factibilidad

Este proyecto busca ser factible, principalmente a la voluntad política de la institución, para mejorar sus procesos de comunicación. Económicamente se pretende no realizar gastos, ya que toda la comunicación y producción visual es desarrollada para medios digitales. Finalmente, el apoyo directo de la encargada y gestora cultural y social del Vivero de Economía Creativa VEC y el de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Objetivos

Objetivo general

Contribuir con el Vivero de Economía Creativa (VEC), por medio de la investigación, gestión y producción de diseño gráfico, en la labor que realiza como plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos en la ciudad de Guatemala.

Objetivo específico de comunicación

Apoyar los procesos de comunicación mediante el diseño de una identidad visual que facilite el reconocimiento de la institución y de los servicios que presta a jóvenes con perfil profesional vinculado a la economía cultural y creativa.

Objetivo de diseño gráfico

Diseñar un sistema de identidad visual, con parámetros y lineamientos gráficos que normen y fortalezcan la unidad de la comunicación institucional del vivero.

Capítulo 02

Perfiles

Perfil de la institución

El VEC es una plataforma de apoyo para jóvenes emprendedores en el sector de la economía creativa y la cultura digital. Brinda apoyo integral a ideas de negocio innovadoras, desde su fase de presemilla hasta la fase de posincubación, con el fin de establecer industrias culturales de base tecnológica en el país.

Las líneas de acción están vinculadas a la capacitación profesional, la mentoría y asesoría especializada, el apoyo en el acceso a los mercados y la creación de redes de negocio especializadas. Todas ellas se triangulan estratégicamente para garantizar la mejora de las condiciones de vida de la juventud de Guatemala, a través de mayores oportunidades para emprender en el sector de la economía creativa y cultural.

El VEC busca garantizar la creación de una comunidad cimentada en la formación entre pares, la experimentación e innovación como metodología de trabajo, el intercambio de información, de conocimiento, de recursos y de trabajo, con énfasis notable en la participación; fomentando un modelo de gestión empresarial más rentable, innovador y viable. Estos mecanismos permiten la incorporación de factores de competitividad en el tejido empresarial que se traducen en costes de tiempo, productividad, motivación y asertividad.

En relación a su dotación presupuestaria, el VEC es un programa que cuenta con financiación específica del presupuesto destinado a culturales de la subvención nominativa y que a su vez, genera recursos fruto de las actividades/servicios que realiza.⁷

⁷ Centro Cultural de España en Guatemala, *Plan de centro 2018, Programa apoyo al emprendimiento creativo*, acceso octubre 2020, http://cceguatemala.org/wp-content/uploads/2018/08/PdC-VF_Guatemala-2018.pdf.

Objetivos del Vivero de Economía Creativa (VEC)

Objetivo general

Contribuir a incentivar la creación de una industria cultural y creativa en Guatemala, a través de un sistema integral de apoyo a creadores y agentes culturales y creativos.

Objetivos específicos

Contribuir con el desarrollo y fortalecimiento de las competencias y capacidades del sector cultural y creativo en Guatemala.

Facilitar espacios de intercambio y vinculación específicos entre emprendedores, agentes, colectivos y profesionales del sector cultural y creativo de Guatemala e Iberoamérica.

Favorecer el surgimiento de redes de trabajo e iniciativas de negocio vinculadas al sector de la economía creativa.

Beneficiarios

Población joven (18-35 años) con perfil profesional vinculado a la economía cultural y creativa.

Identidad de comunicación visual

En la actualidad el VEC no posee lineamientos gráficos que respalden el desarrollo de materiales gráficos que ejemplifiquen los valores que se desean transmitir al público interesado en la economía creativa y desarrollo de proyectos. Los únicos materiales gráficos con los que cuenta dicha institución son materiales desarrollados por voluntarios/as que no proporcionan códigos visuales homogéneos para la consolidación de una imagen institucional.



Figura 2. Logotipo original (VEC)
Fuente: proporcionado por la institución

Perfil del grupo objetivo

Población joven (18-35 años) con perfil profesional vinculado a la economía cultural y creativa.

Características del grupo objetivo

Características geográficas

El material se realizará para ser distribuido en el área metropolitana de la Ciudad de Guatemala, específicamente en las zonas 1 y 2 y parte de Villa Nueva, en las zonas 3 y 4.

Características sociodemográficas

Adultos y jóvenes residentes del área metropolitana de Ciudad de Guatemala que se encuentran entre los 18 a 40 años, estudiantes que aún no han concluido sus estudios y/o profesionales.

Características socioeconómicas

Pertenecientes a las clases económicas media baja y media alta con una aproximación de ingresos de Q 3000 a Q 10 000. La mayor parte de este grupo utiliza carro como transporte principal, incluyendo a personas que utilizan los servicios públicos de transporte como el transmetro, transurbano, buses rojos y/o extraurbanos. El presupuesto que efectúan mensualmente se divide en: tecnología, salud, seguridad, comodidad, comida rápida y prendas de vestir.

Características psicográficas

Estudiantes y trabajadores. Poseen un interés natural por la tecnología, en donde su interés se encuentra en eventos culturales, de arte y diseño, estas están ligadas al cine y a los espacios recreativos en donde puedan compartir con sus amistades.⁸

Hacen uso de teléfonos inteligentes para generar interacciones con amigos o facilitar procesos administrativos y laborales, esto a través de canales como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. Les entusiasma viajar, dentro y fuera del perímetro de la ciudad.

Intereses

Actividades relacionadas con talleres y de aprendizaje, espacios recreativos y el uso de nuevas tecnologías.

Sistema de valores

Poseen valores que fueron educados en el seno de su hogar, principalmente de madre y padre. Buscan superarse e intentan hacerlo actuando ante sus propios criterios, con el fin de ser cada día mejores. Aprecian la sinceridad, poseen un amplio sentido de valentía.

Cultura visual

Imágenes que se comparten a través de las redes sociales, ya sea por medio de *fanpages* o de amistades agregadas a sus principales redes de comunicación. La utilización de servicios de *streaming* como Netflix y YouTube, aplicaciones de aprendizaje como Duolingo o Behance.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

Personas que se desenvuelven en espacios urbanos. Dicho grupo comparte un interés en el diseño gráfico, los negocios y el mercadeo, reconocen la importancia de dicha herramienta para el desarrollo de nuevos conocimientos y puestas en práctica. A su vez, son conscientes de los beneficios del entendimiento de los procesos por parte de profesionales por medio de las diferentes actividades que esta realiza.

Capítulo 03

Planeación operativa

Flujograma

El siguiente flujograma da a conocer las etapas y actividades necesarias para el proceso creativo del proyecto, tomando en cuenta el orden lógico del proceso.

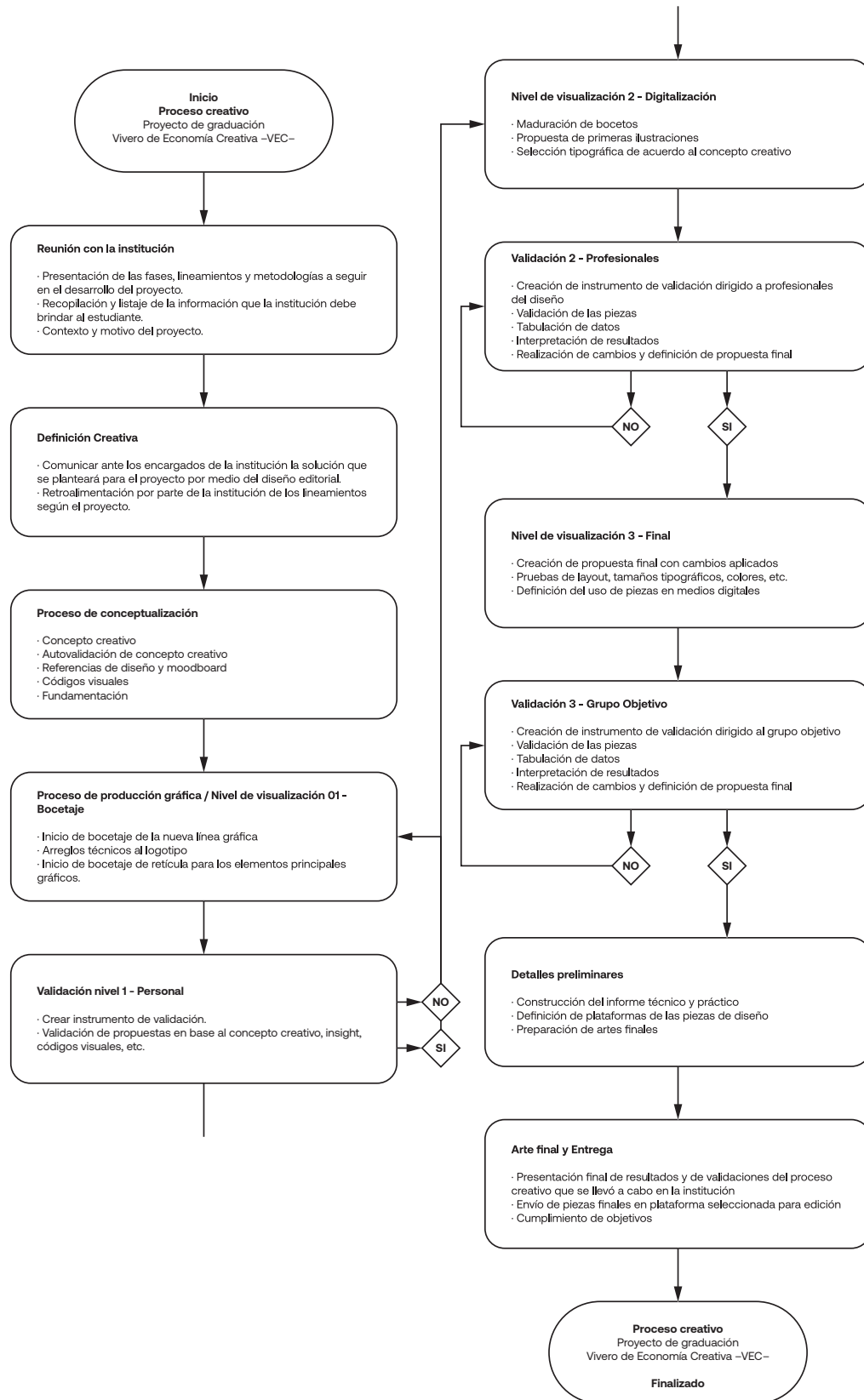


Gráfico 1. Flujograma
Fuente: elaboración propia

Cronograma

El siguiente cronograma da a conocer las etapas y actividades necesarias para el proceso creativo del proyecto, tomando en cuenta el orden lógico del proceso.

	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
Actividades	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Reunión con institución																
Planeación Operativa																
Investigación																
Definición Creativa																
Conceptualización																
Validación																
Correcciones - Primer nivel de visualización																
Primer nivel de visualización - Autoevaluación																
Correcciones - Segundo nivel de visualización																
Segundo nivel de visualización - Digitalización																
Validación con profesionales - Correcciones																
Tercer nivel de visualización - Validación / institución y g.o.																
Artes finales																
Entrega a institución																

Tabla 1. Cronograma
Fuente: elaboración propia

Previsión de recursos y costos

Este apartado expone una proyección sobre los costos del desarrollo del proyecto, sin embargo, la cantidad puede ser cambiante según las necesidades del mismo.

Planeación Estratégica

Actividad	Costo x Hora	Horas	Total
Diagnóstico	Q50. ⁰⁰	50 Horas	Q2,500. ⁰⁰
Investigación	Q50. ⁰⁰	150 Horas	Q7,500. ⁰⁰
Estrategia Metodológica	Q50. ⁰⁰	100 Horas	Q5,000. ⁰⁰
			Q15,000.⁰⁰

Conceptualización

Actividad	Costo x Hora	Horas	Total
Desarrollo de Concepto	Q50. ⁰⁰	30 Horas	Q1,500. ⁰⁰
Desarrollo de Insight	Q50. ⁰⁰	50 Horas	Q2,500. ⁰⁰
Dirección Creativa	Q50. ⁰⁰	200 Horas	Q10,000. ⁰⁰
			Q14,000.⁰⁰

Producción Gráfica

Actividad	Costo x Hora	Horas	Total
Bocetaje	Q50. ⁰⁰	20 Horas	Q1,000. ⁰⁰
Digitalización	Q50. ⁰⁰	100 Horas	Q5,000. ⁰⁰
Maquetación	Q50. ⁰⁰	100 Horas	Q5,000. ⁰⁰
Key Visual	Q50. ⁰⁰	100 Horas	Q5,000. ⁰⁰
Artes Finales	Q50. ⁰⁰	75 Horas	Q3,750. ⁰⁰
			Q19,750.⁰⁰

Tabla 2. Cronograma de previsión de costos
Fuente: elaboración propia

Otros

Actividad	Costo x Hora	Horas	Total
Depreciación de Equipo	Q3. ⁰⁴	470 Horas	Q1,428. ⁰⁰
Honorarios	Q50. ⁰⁰	470 Horas	Q23,500. ⁰⁰
			Q24,928.⁰⁰

Planeación Estratégica	Q15,000. ⁰⁰
Conceptualización	Q14,000. ⁰⁰
Producción Gráfica	Q19,750. ⁰⁰
Otros	Q24,928. ⁰⁰
Q73,678.⁰⁰	

Tabla 2. Cronograma de previsión de costos
Fuente: elaboración propia

Capítulo 04

Marco teórico

El trabajo es para todos

En Guatemala es difícil optar por un trabajo, este es un fenómeno social por lo que abarca todo el país, por ello es importante y fundamental abordar que la mayoría de guatemaltecos desconoce el derecho que se describe en la Política Nacional de Empleo Digno 2017-2032, el cual aborda el libre acceso a las oportunidades, al mundo del trabajo digno y de calidad, donde cada persona se sienta feliz, lo que constituye uno de los pilares más importantes para alcanzar el bienestar de la población.⁹

Leyes que respaldan el derecho al trabajo

Artículo 101 de la Constitución de la República de Guatemala

Existen leyes esenciales que se encuentran en el Código de Trabajo y la Constitución Política de la República de Guatemala cuyo objeto es que el guatemalteco conozca y ejerza su derecho al trabajo como lo menciona en el Artículo 101 (Derecho al trabajo) de la Constitución Política de la República, «El trabajo es un derecho de la persona y una obligación social. El régimen laboral del país debe organizarse conforme a principios de justicia social.»¹⁰ El derecho de trabajo constituye una sección de garantías mínimas sociales, que amparan al trabajador, estas son irrenunciables y se desarrollan a través de una legislación sencilla y ordinaria, la contratación individual, colectiva, los decretos y pactos de trabajo entre otras normas. Fundamentada en estos principios, la Carta Magna de la República regula lo relativo al trabajo, considerando este como un derecho de la persona y una obligación social.

Contexto en el que se desarrolla el emprendimiento en Guatemala

Según el Monitor Global de Emprendimiento, Guatemala posee la segunda Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA) más alta del mundo (27.5 %).

⁹ *Política Nacional del Empleo Digno 2017–2032*, Ministerio de Trabajo y Previsión Social, (Guatemala: Gobierno de Guatemala. 2017).

¹⁰ «Derecho al trabajo», Wikiguate, acceso 20 de septiembre de 2020, de [https:// www.wikiguate.com](https://www.wikiguate.com).

Los emprendedores guatemaltecos en su mayoría lo hacen por necesidad (53 %), son hombres (55 %), y teniendo entre 18 y 34 años de edad (52 %). Poco más de la mitad de los emprendedores (55 %) tiene el nivel diversificado completo o más educación, pero hay un 5 % que no tienen ningún grado de educación formal.

El 58 % de los emprendedores son auto empleados y un 23 %, además de ser emprendedores, tiene un trabajo de tiempo completo.¹¹

Estado de educación para emprendedores

Actualmente la formación para emprendedores en desarrollo es óptima en niveles superiores de educación, sin embargo, datos de la INE revelan que solo el 74 % tiene a lo sumo diversificado incompleto y tan solo el 3.6 % completó sus estudios de educación superior ¹², esta es una de las principales causas que afectan la productividad laboral del país.

«Los emprendedores no son inmunes al bajo acceso a educación y capacitación existente en Guatemala. Uno de cada tres tiene seis o menos años de educación formal y dos de cada tres reconoce necesitar capacitación para manejar su negocio.»

Dentro de las necesidades de capacitación manifestadas por los emprendedores destacan: conseguir clientes (32 % de los emprendedores lo identifica como prioridad) y manejar el dinero del negocio (25 % lo identifica como prioridad). A pesar de que los emprendedores tienen el deseo de capacitarse, los mismos poseen características que limitan su acceso.

¹¹ «Gotas de emprendimiento», Gem, acceso septiembre 2020, <https://gem.ufm.edu/>.

¹² «Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos 2019», INEI, acceso el 21 de septiembre de 2020, <https://www.ine.gob.gt/encuesta-nacional-de-empleo-e-ingresos/>.

Por ejemplo: la baja capacidad de pago (la baja escala del negocio lo evidencia), las grandes distancias entre la ubicación del emprendedor y el centro de capacitación (64 % de los negocios se encuentra fuera del departamento de Guatemala) o el no tener el negocio registrado (el 73 % de los negocios no se ha registrado ante la SAT), ya que es uno de los requisitos que establecen los programas que ofrecen capacitación de manera gratuita, financiados con fondos públicos o por cooperación internacional.¹³

Instituciones que promueven la educación a emprendedores

Actualmente existen iniciativas de formación educativa, cultural y creativa, con programas gratuitos con el objetivo de llegar a estas personas con emprendimientos tempranos y brindarles herramientas necesarias a través de medios creativos e innovadores.

El Vivero de Economía Creativa (VEC) está dedicado a las industrias culturales, con un programa centrado en estimular la comunidad creativa y la cultura emprendedora. Para ello, cuenta con el apoyo del Programa ACERCA de la Cooperación Española.

El VEC busca mejorar la empleabilidad juvenil en Guatemala a través de una estrategia formativa que permita a la juventud acceder a la capacitación, tanto presencial como *online*, para insertarse en la economía global a través de emprendimientos artísticos y tecnológicos, desarrollando productos o servicios que contribuyan a fortalecer la industria cultural guatemalteca.

¹³ GEM. «El acceso y las necesidades de capacitación de los emprendedores en Guatemala». Acceso octubre 2020. https://chrome-extension://efaidnbmnnnibp-cajpcgiclfefndmkaj/https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2020/11/2015_El-acceso-y-las-necesidades-de-capacitaci%C3%B3n-de-los-emprendedores-en-Guatemala.pdf.

El diseño gráfico como método de comunicación

Antes de llamarse diseño gráfico, los que ejercían esta profesión eran llamados «artistas comerciales» y se encargaban de la creación de todas aquellas piezas relacionadas con la comunicación de tipo comercial y sus aplicaciones, teniendo en cuenta la estética del momento. Se encargaban de las campañas publicitarias, del diseño de carteles, del diseño de señalética, de la creación de infografías, de la tipografía, de la ilustración, de la fotografía, etc. No fue hasta 1922 cuando surgió por primera vez el término «diseñador gráfico». Apareció de la mano del diseñador, tipógrafo y calígrafo William Addison Dwiggins (1880, Ohio – 1956, Massachusetts) quien empleó este término para autodefinirse como profesional. Después de la Segunda Guerra Mundial su uso ya fue generalizado.¹⁵

Pareciera que actualmente hablar de diseño gráfico es hablar de todo, pero realmente estamos hablando a través de nuestra historia «El pasado ofrece una fuente de inspiración formal, conceptual y filosófica, lo que hace necesario un conocimiento profundo de la historia del diseño para la innovación estilística. Conocer la historia del diseño da contexto a nuestra cultura visual contemporánea; podemos usar el pasado para decodificar el presente y pronosticar un futuro estilístico».¹⁵

Hablar de diseño se queda bastante corto si empezamos hablando desde quien inventó la imprenta, quien hizo el primer cartel publicitario, quien dirigió la propaganda de Hitler que en aquel entonces fue un parteaguas para el diseño gráfico, pero nadie habla acerca de las luchas del diseño, lo que tuvo que pasar para llegar a estos «hitos» de la historia ¿Dónde realmente surge el diseño gráfico? El diseño gráfico surge de contextos sociales, tecnológicos, económicos y políticos. Es importante que los diseñadores aprenda a encontrar estos conectores en la historia y se apropien de eso para descifrar su propio lenguaje gráfico tal y como lo hicieron estas personas importantes en el pasado.

¹⁴ «¿Sabes quién acuñó el término 'diseño gráfico'?», Graffica, 27 de abril 2017, <https://graffica.info/quien-acuno-el-termino-diseno-grafico>.

¹⁵ «Knowing your design history is crucial to aesthetic innovation», Eyeondesign, acceso octubre 2020, <https://eyeondesign.aiga.org/knowing-your-design-history-is-crucial-to-aesthetic-innovation/>.

Los primeros historiadores del diseño buscaron promover el diseño gráfico como profesión. Querían distinguirlo del arte comercial o de la industria gráfica. Para hacer esto, crearon historias heredadas con un elenco de personajes brillantes para inspirar a las generaciones futuras.¹⁶

A lo largo de la historia del diseño gráfico la profesión se ha visto obligada a dividirse para especializarse y detalladamente ser más amplia de lo que realmente se habla, dentro de las principales categorías en las que el diseño se divide según la Escuela Superior de Diseño están:¹⁷

Diseño editorial

El diseño de libros, revistas y publicaciones online es una de las especialidades para diseñadores gráficos más populares. Quizá porque Internet es un enorme nicho de mercado plagado de publicaciones. Es el campo de diseño perfecto para personas muy organizadas con una gran capacidad para la jerarquización.

Diseño publicitario

Los creadores de folletos y cartelería también eligieron su rama dentro de las especialidades del diseño gráfico. Se trata de una especialidad que requiere una mente comercial interesada en las tendencias de mercado pero también en la psicología.

Diseño de embalaje o *packaging*

El fin último de los diseñadores de *packaging* es persuadir al comprador de la compra y también proporcionar una experiencia única relacionada con el producto. Dentro de las especialidades para diseñadores gráficos esta es quizá la más orgánica, ya que requiere un conocimiento del producto y del cliente a partes iguales.

¹⁶ «Can we teach graphic design history without the cult of hero worship?», Eye on Design, mayo 29 2020, <https://eyeondesign.aiga.org/can-we-teach-graphic-design-history-without-the-cult-of-hero-worship/>.

¹⁷ «Los 8 tipos de diseño gráfico para elegir tu rama y especialidad», ESDSIGN, septiembre 7 2022, <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/8-especialidades-para-disenadores-graficos>.

Diseño de identidad corporativa

Una de las especialidades para diseñadores gráficos más en boga. En un mundo en que la visibilidad es vital, las marcas necesitan ser reconocidas. El público, además, debe identificarlas con sus valores. Esto es trabajo del diseñador gráfico. Si te especializas en *branding* conocerás los entresijos de muchas de las más grandes empresas del mundo.

Diseño en señalética

Los centros comerciales, parques de atracciones y otro tipo de grandes recintos acotados requieren de los servicios de diseñadores gráficos. El diseño de señales parece un campo un poco escaso pero, en realidad, supone un reto interesantísimo solo al alcance de los más creativos.

Diseño web y/o móvil

Hablábamos más arriba de la visibilidad. Cuando saltamos del mundo en tres dimensiones al que se mueve en dos, es decir, a internet, la visibilidad es vital. También lo es la confianza. El diseño web requiere de todas las capacidades de un diseñador que trabaje en cualquiera de los otros campos del diseño. Pero juega también con variables como la navegabilidad. Hablaríamos de una de las especialidades para diseñadores gráficos.

Diseño multimedia

Muy ligados a los diseñadores web, los diseñadores multimedia necesitan adquirir conocimientos de animación. Algunos emplean también algunas de las habilidades de los diseñadores editoriales. La unión de varias especializaciones para diseñadores gráficos da como resultado profesionales polivalentes que terminan pudiendo escoger su campo de trabajo según sus preferencias.

Diseño tipográfico

La tipografía es una de las artes relacionadas con el diseño gráfico desde hace más tiempo. El diseño de fuentes y la caligrafía o *lettering* están pasando en este momento por una segunda juventud. Los diseñadores gráficos que se dedican a la tipografía encuentran en esta disciplina una manera de plasmar diferentes estilos en fuentes que, después, serán utilizadas en los más variados proyectos.

Todas las secciones descritas anteriormente tienen características muy específicas en su área, dependerá del ambiente en el que deba desenvolverse, el grupo objetivo y los productos que deberán desarrollarse. De esta forma es como se decide abordar en el presente proyecto el uso principal del diseño editorial, esto trae consigo la descripción de manera más amplia de esta rama del diseño.

Diseño Editorial

Zanón indica que el diseño editorial compone textos, imágenes, símbolos, es decir, elementos gráficos en general, buscando lograr un equilibrio estético y la funcionalidad entre el contenido visual y textual. Al utilizar tipografías, colores, formas, retículas y jerarquías, entre otros recursos. La idea principal es jerarquizar información al organizarla.¹⁸

El objetivo principal del diseño editorial radica básicamente en trasladar información a un lector o usuario a través de la composición de elementos gráficos y textuales a la organización de la información. Sin embargo, no se puede generalizar en cuestión del diseño editorial, ya que cada proyecto tiene objetivos diferentes y el objetivo del material editorial a realizar, dependerá muchísimo del tipo de información que se quiera trasladar al lector, es decir, dependerá también de los objetivos de cada proyecto.

18

David Zanón, *Introducción al diseño editorial* (España: Editorial Vision Net, 2007).

El diseño editorial no solo se centra en la buena diagramación de un libro, revista, publicación, etc, sino conlleva a acontecimientos importantes como lo es la conclusión del trabajo, es decir la impresión y los materiales. Para que una publicación sea exitosa debe tratarse desde lo digital hasta el resultado físico y sin finalización, el proceso es un vaivén, siendo bastante enriquecedor cuando se obtiene el producto final.

Se debe entender que es una rama con técnicas ancestrales si se quiere ver de esta forma, el libro es uno de los formatos más antiguos en la historia y desde entonces las reglas para el diseño editorial están marcadas.

La importancia del orden

Como se menciona en la descripción del diseño editorial, es un conjunto de elementos gráficos, pero más que eso en el diseño editorial deben tomarse en cuenta cuatro aspectos en los cuales ninguno es menos importante que el otro. Según el proyecto «Sin retículas no hay paraíso» los principales elementos son la tipografía, la retícula, el formato y el proceso creativo, pero haciendo un hincapié en la retícula, este específicamente se utiliza no solo en un libro, revista, folleto, etc. también se usa en cualquier diseño sea impreso o digital.¹⁹

La retícula es un elemento de composición que tiene toda publicación, es una regla invisible para el espectador, pero visible para quien diseña. Es una base sobre la que se puede trabajar y donde aplicar los elementos que componen la publicación: columnas, páginas, etc.²⁰

La retícula es utilizada por el tipógrafo, diseñador gráfico, fotógrafo y diseñador de exposiciones para resolver problemas visuales en dos y tres dimensiones. El diseñador gráfico y el tipógrafo la utilizan para diseñar anuncios de prensa, folletos, catálogos, libros, periódicos, etc., y el diseñador de exposiciones para concebir su plan y desarrollar el plan para exhibiciones y *displays* de escaparates.²¹

El sistema del diseño editorial es un todo, es la base para cualquier decisión de diseño que se tome en el futuro, es un paquete completo. Entendiendo las bases del diseño editorial se podrá, entonces, saber la cantidad de columnas a utilizar, los tamaños de tipografías, la cantidad de imágenes y la cantidad de texto que una pieza de diseño debe contener, debe existir un ordenamiento previo a la ejecución.

19 Andrés Higueros, «Sin retículas no hay paraíso», (Tesis de grado, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2017), <http://www.repositorio.usac.edu.gt/20870/1/DAHIANNA%20ALEJANDRA%20ASENCIO%20SAGASTUME.pdf>.

20 «Retículas», Wikipedia, acceso el 23 de marzo de 2020, <https://es.wikipedia.org/wiki/Ret%C3%ADcula#:~:text=La%20ret%C3%ADcula%20es%20un%20elemento,%3A%20columnas%2C%20p%C3%A1ginas%2C%20etc.>

21 Josef Muller-Brockmann, *Grid System*, (España: Editorial GG, 2012).

En el proceso creativo de cualquier material editorial, es fundamental considerar ciertos aspectos clave que garantizan buenas prácticas en el diseño editorial. Según el trabajo de grado de Andrés Higueros, *Sin retículas no hay paraíso*, estos principios son esenciales. A continuación, se presentan los puntos destacados por el autor desde la perspectiva del investigador.²²

Comprender y estructurar el contenido

Antes de diagramar una publicación, es fundamental leer y analizar el contenido. Esto permite construir un mapa de distribución y organizar la información de manera eficiente. Además, entender el significado del texto facilita la definición de un concepto visual coherente con el mensaje.

Definir un concepto y una dirección creativa

El concepto creativo es la base de cualquier pieza editorial, ya que transmite una emoción, un propósito y un valor al diseño. También establece los lineamientos gráficos que guiarán la composición visual de la publicación.

En diseño editorial, un concepto sólido se refleja en todos los elementos de la pieza: colores, tipografía, maquetación del texto y otros detalles gráficos que aportan cohesión y armonía a la obra.

²² Andrés Higueros, «Sin retículas no hay paraíso», (Tesis de grado, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2017), <http://www.repositorio.usac.edu.gt/20870/1/DAHIANNA%20ALEJANDRA%20ASENCIO%20SAGASTUME.pdf>.

Enriquecer la cultura visual a través de referencias

Uno de los principios clave en el proceso editorial es nutrir la mirada y la mente con referencias visuales y casos análogos. Todo diseño parte de soluciones previas, por lo que no es necesario reinventar lo que ya ha sido resuelto. Explorar referencias ayuda a identificar elementos que pueden integrarse de manera creativa en una nueva propuesta, facilitando el desarrollo conceptual y visual de la pieza editorial.

La importancia del boceto manual sobre la tecnología

Aunque el diseño digital es una herramienta poderosa, el proceso editorial se enriquece al comenzar con bocetos a mano. Esbozar ideas en papel permite visualizar la estructura, comprender la retícula y organizar los elementos gráficos antes de llevarlos a la pantalla. Este enfoque brinda una base más clara y tangible para el desarrollo del diseño final.

La selección tipográfica como eje del diseño editorial

Después de definir la retícula, la elección tipográfica es un aspecto fundamental, ya que influye en la legibilidad y en la percepción del mensaje. La selección debe ajustarse al público objetivo; por ejemplo, para personas mayores, la prioridad debe ser la funcionalidad sobre la estética. Además, el formato de la publicación dictará el tamaño y la distribución del texto.

La tipografía también está estrechamente relacionada con el material de impresión. Existen fuentes diseñadas para distintos tamaños y soportes, lo que resalta la importancia de una elección tipográfica consciente y bien fundamentada en cada proyecto editorial.

Construcción de la retícula

La retícula es el esqueleto de cualquier pieza editorial, proporcionando estructura, armonía y facilitando la lectura. Es el elemento que sostiene y organiza el diseño, asegurando coherencia visual en la composición final.

Diagramación y jerarquía visual

La diagramación define la disposición de los elementos gráficos dentro de la retícula, estableciendo una jerarquía clara que guíe la lectura y optimice la experiencia visual del usuario.

Pruebas de impresión – *Dummies*

El proceso de prueba es esencial en el diseño editorial. Crear *dummies* o maquetas físicas permite evaluar la pieza antes de la impresión final, identificando ajustes técnicos como compaginación, márgenes y calidad de reproducción. Este paso es crucial para evitar errores y optimizar la producción antes de llegar a imprenta.

Proveedores y cotización

Elegir el proveedor adecuado es determinante para la calidad final de la pieza editorial. Un buen diseño puede perder impacto si la impresión no es precisa o el material no es el adecuado. Por ello, es recomendable comparar al menos tres opciones para garantizar el mejor equilibrio entre calidad y costo.

Preparación del arte final

Llegar a la etapa de arte final significa que el diseño editorial está listo para producción y que se ha adquirido experiencia en proyectos de esta magnitud. Aunque muchas imprentas solicitan archivos con requisitos específicos, es fundamental asegurarse de cumplir con los siguientes aspectos clave mencionados en el libro:

- Convertir todos los colores a CMYK.
- Verificar que las imágenes estén en CMYK y en alta resolución.
- Ajustar las imágenes según el tipo de papel seleccionado (ver Ruta 3, pág. 136).
- Asegurar que el documento tenga bleed (recomendado 0.125 pulgadas) y que los elementos gráficos lleguen hasta el borde para evitar errores de impresión.
- Revisar la ortografía minuciosamente o solicitar a alguien más que la revise.
- Exportar el archivo en PDF de alta resolución.
- Confirmar con el proveedor las especificaciones finales si se requieren acabados especiales.

La correcta aplicación de estos principios técnicos garantiza que el manual de normas gráficas sea claro y funcional para el público objetivo. Al establecer una estructura jerárquica en el diseño, se facilita la comprensión de los elementos gráficos. En el siguiente capítulo, se presentará la producción gráfica de este proyecto.

Capítulo 05

Definición creativa

Brief de diseño

Nombre: Vivero de Economía Creativa (VEC)

Fecha de fundación: 2015

Horario de atención: 8:00 a.m. – 5:00 p.m.

Contacto: 2377 2200

Correo: vec@cceguatemala.org

Descripción

El Vivero de Economía Creativa (VEC) es una plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos de Guatemala. Se enfoca en brindar espacios de formación y vinculación en los cuales se fortalezcan capacidades, procesos de articulación y colaboración para el mejoramiento social y económico de la juventud guatemalteca interesada en el ámbito cultural/creativo y de las nuevas tecnologías.

Programas y servicios que ofrecen

Proyecto Vivero de Economía Creativa

En este marco se da la apuesta para ligar la sostenibilidad no solo a procesos económicos sino al razonamiento integral con el fin de apoyar a la consolidación de las iniciativas de las industrias culturales y creativas en Guatemala.

Este proyecto es sensible a la agenda 2030 principalmente en los objetivos: 4. Educación de Calidad, 8. Trabajo decente y Crecimiento Económico, 9. Industria, Innovación e Infraestructura.

Proyecto Tecnologías creativas

Dentro de las estrategias del Vivero de Economía Creativa esta la implementación de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información -TIC- como herramientas fundamentales para el apoyo a las industrias culturales y creativas, sin embargo, en Guatemala aún esta incipiente la democratización de las tecnologías con otros fines como el educativo y el cultural.

En este sentido y tomando en consideración el papel de las TIC como un eje de trabajo dentro de las industrias culturales y creativas, tal y como lo designa organizaciones como la UNESCO y el Banco Interamericano de Desarrollo, es necesario crear espacios para explorar las TIC y su intersección con procesos sociales, culturales y creativos, entre otros.

Espacio formativo en el marco del programa ACERCA

Dentro de la estrategia formativa de este CCE se realiza una serie de cursos, talleres y seminarios que permiten a las y los agentes culturales, emprendedores culturales e instituciones del sector formarse y cultivar nuevas herramientas para el reto próximos.

Esta agenda de talleres, encuentros y seminarios toma como prioridad la conservación de archivos, museos y bibliotecas, nueva agenda urbana, gestión cultural, cultura de paz e industrias culturales.

Diplomado de Emprendimiento Creativo – DEC

El DEC es un espacio para emprendedores y entusiastas creativos (artistas, músicos, diseñadores, arquitectos, artesanos, makers, animadores y autodidactas) para adquirir herramientas en *marketing*, comunicación, diseño de servicios, modelo de negocios y además conocer el contexto Guatemalteco del emprendimiento dentro de las industrias creativas

El diplomado se realiza entre Fundación Paiz y el Centro Cultural de España en Guatemala, dos instituciones orientadas al desarrollo cultural del país. El DEC cuenta con el aval universitario de la Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC).

Instituciones análogas

Centro Municipal de Emprendimiento – CME

Es una iniciativa innovadora que busca crear un espacio de reunión, participación, colaboración, aprendizaje y trabajo enfocado a crear una experiencia que permita al emprendedor con una idea de negocio identificar si hay o no un negocio en su idea. Su implementación busca crear un espacio físico de trabajo compartido que permita a emprendedores e innovadores una experiencia única de aprendizaje en la Ciudad de Guatemala, además de convertirse en un punto de referencia del ecosistema de innovación social, ambiental y cultural en la ciudad.

AGEXPORT

Es una institución privada sin fines de lucro con más de 30 años de ser un motor para el crecimiento de las exportaciones guatemaltecas, mediando procesos e iniciativas diseñadas para que empresarios exportadores tengan:

- Herramientas de innovación, formación y capacitación especializada
- Facilitación para el acceso a nuevos mercados
- Plataforma completa para la generación de negocios
- Apoyo a la competitividad de la empresa y su sector
- Representatividad ante los actores públicos y privados

Descripción del proyecto

Diseño de un Manual de Normas Gráficas como herramienta de trabajo para entregar a cada usuario la información y especificaciones técnicas necesarias para la correcta implementación de la Identidad Corporativa del Vivero de Economía Creativa (VEC).

Objetivos del proyecto

Apoyar los procesos de comunicación por medio del diseño de una identidad visual que facilite el reconocimiento de la institución y de los servicios que presta a jóvenes con perfil profesional vinculado a la economía cultural y creativa.

Diseñar un sistema de identidad visual con parámetros y lineamientos gráficos que normen y fortalezcan la comunicación institucional del Vivero de Economía Creativa (VEC).

Partes del proyecto

- Manual de normas gráficas
- Tiempo de ejecución
- Tiempo de duración 1 mes con 3 semanas, de agosto a la tercera semana de septiembre.
- Presupuesto

La institución no cuenta con un presupuesto establecido para la reproducción de este manual de normas gráficas, es por esto que el proyecto se entregará de forma digital dejando en sus manos la reproducción de todos los productos que deban ser impresos como la papelería principal, etc, dicho proyecto tendrá un costo de Q 73 678.

Restricciones

- Falta de presupuesto
- Utilizar logotipo que actualmente existe, avalado por el gobierno de España

Público objetivo

Población joven (18-35 años) con perfil profesional vinculado a los sectores cultural, creativo, artístico y de nuevas tecnologías de la Ciudad de Guatemala y ciudades aledañas.

Mensaje que se busca transmitir

Para que una economía creativa disponga de trabajadores, requiere de un sistema de educación eficaz y de un contexto de diversidad cultural.

Referentes visuales

Los referentes suelen ser soluciones existentes que corresponden a problemas específicos de diseño, estos aportan experiencia y conocimientos de diseños adquiridos en el pasado. Normalmente son utilizados para resultar temas y conceptos de diseño que varían de acuerdo con las necesidades del problema a resolver. Diseñar se trata de resolver problemas de comunicación, en el proceso los diseñadores suelen recurrir a referentes visuales o conceptuales como guía para comunicar de mejor manera sus ideas o analizar la manera en que otros encontraron una solución.²³

Hueso Studio – Cravero Lanis

En Hueso creen en las Marcas Modulares. Identificaciones que crecen y se adaptan con la cultura y la tecnología. CraveroLanis ID tiene como objetivo vivir entre las marcas interactivas modernas. Confían en que la nueva marca encarna el sentimiento de unidad y propósito en su forma más icónica. El nuevo Logo busca contar la historia de todas las cosas que se unen para dar a luz a la idea.²⁴

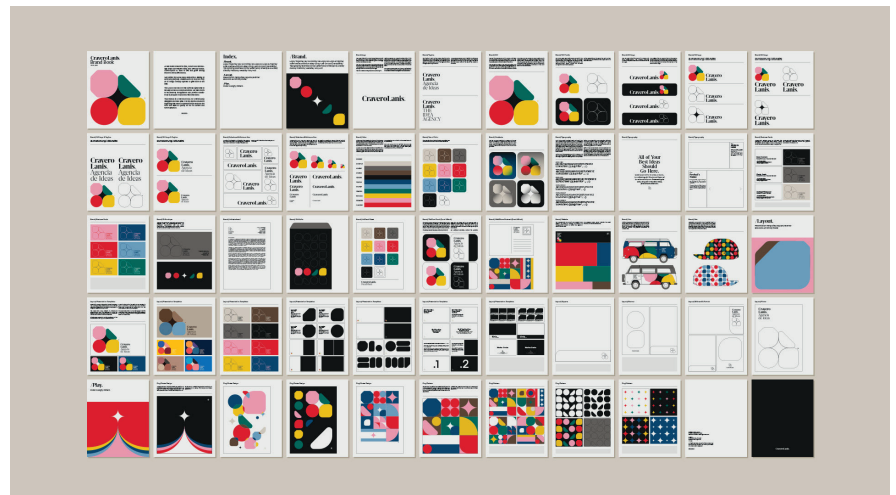


Figura 3. Proyecto Cravero Lanis de Hueso Studio
Fuente: <https://www.behance.net/gallery/87197577/Cravero-Lanis>

²³ «Sobre los referentes y el diseño», Medium, última fecha de modificación 2017, <https://medium.com/design-thoughts-case-studies/sobre-los-referentes-y-el-dise%C3%B1o-72981fae9426>.

²⁴ «Proyecto en Behance», Behance, última modificación 2019, <https://www.behance.net/gallery/87197577/Cravero-Lanis>.

Makebardo – Montain Club

Para construir la identidad visual, paradójicamente, se ha deconstruido la marca. Esta decisión dio espacio para jugar con diferentes tonos de voz, desde lo moderno y juguetón hasta lo profesional y maduro. Para conseguir esta versatilidad también era fundamental dotar a la identidad visual de una amplia gama cromática. La paleta de colores es alegre y vibrante. Los colores vivos como el amarillo, el rosa y el naranja aportan a la marca la frescura y la calidez necesarias. Por el contrario, el gris y el verde oscuro le confieren esa madurez y sofisticación que la marca también debe representar.

Volviendo a las formas de la marca se desarrolló un conjunto de iconos para el sistema de búsqueda de caminos. Para terminar de definir la identidad visual se trabajó con tipos que le dan una fuerte actitud a la marca, estos tipos fueron desarrollados por el diseñador tipográfico René Bieder. El resultado es un sistema de identidad de marca cohesivo, atractivo y versátil.²⁵



Figura 4. proyecto Mountain Club de Makebardo
https://www.behance.net/makebardo?tracking_source=search_projects%7Cmakebardo

²⁵ «MakeBardo», Behance, acceso septiembre 2020, https://www.behance.net/makebardo?tracking_source=search_projects%7Cmakebardo.

David Song – New Sam Brand Identity

Proyecto de cambio de marca para Sam the Record Man, una cadena de tiendas de discos canadiense desaparecida.

A medida que la música se ha extendido a Internet en la era del *streaming*, el acto de comprar música ha ganado un nuevo simbolismo sentimental.

New sam® es un espacio donde la música es lo primero, donde los artistas pueden tener todo el potencial para hacerse notar y ser plenamente apreciados.²⁶

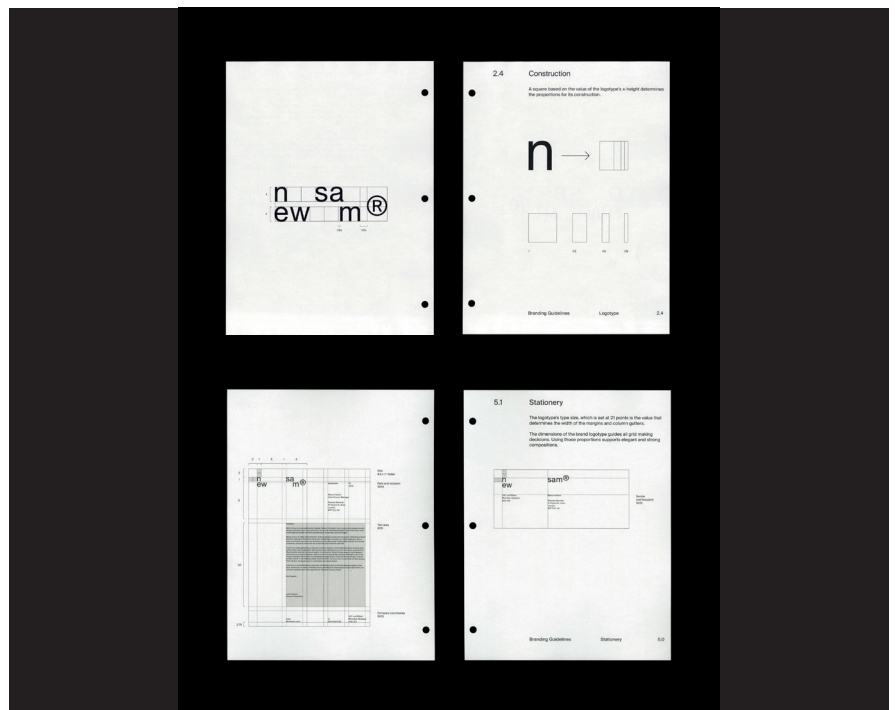


Figura 5. Proyecto New Sam Brand identity de David Song
Fuente: <https://www.behance.net/gallery/66811419/new-sam-Brand-Identity>

²⁶ «New Sam Brand Identity», Behance, acceso septiembre de 2020, <https://www.behance.net/gallery/66811419/new-sam-Brand-Identity>.

Estrategia de las piezas de diseño 6W'S

¿Qué? (*What?*)

Transmitir los objetivos, valores y visiones del Vivero de Economía Creativa por medio de la construcción de una identidad visual.

¿Por qué? (*Why?*)

Para comunicar de una manera efectiva y funcional la percepción que el público tiene sobre la labor de dicha institución.

¿Cómo? (*How?*)

Con un manual de normas gráficas que detalle la elaboración de materiales visuales que respalden la la marca:

- Identidad visual
- Materiales institucionales
- Materiales digitales
- Diseño de plataforma informativa alterna

¿Con quién? (*Who?*)

Directos: facilitadores, personal administrativo.

Secundarios: usuarios, colaboradores, beneficiarios, cooperación española, Centro Cultural de España.

¿Cuándo? (*When?*)

Cuando se requiera el desarrollo de imágenes impresas o digitales, este material servirá como guía de utilización constante y facilitará el trabajo a los miembros involucrados con la gestión de la imagen de dicha institución.

¿Dónde? (*Where?*)

Manual Digital: se proporcionará un manual al personal administrativo del Vivero de Economía Creativa para que puedan hacer uso de el cuando lo requieran.

Definición del concepto creativo y códigos de diseño

Concepto creativo

El proceso creativo se compone por una secuencia de pasos y ejercicios de pensamiento que pueden ser colectivos o individuales. Estos permiten al profesional en diseño gráfico la creación de conceptos e ideas con base en el análisis de la información con la que cuenta previo a diseñar una pieza gráfica. Este proceso facilita la funcionalidad y efectividad de la o las piezas de diseño a desarrollar.

Técnicas creativas

El diseño centrado en el ser humano tiene que ver tanto con su cabeza como con sus manos. Estas mentalidades exploran y descubren la filosofía detrás de nuestro enfoque para la resolución creativa de problemas y muestran que su forma de pensar sobre el diseño afecta directamente si llegará a soluciones innovadoras e impactantes.²⁷

Para alcanzar los objetivos del proceso creativo del presente proyecto, se hizo uso de diversas técnicas creativas que facilitaron y definieron el concepto creativo, estas fueron:

- Mapa mental
- Relaciones Forzadas
- Analogías

²⁷ <https://www.designkit.org/mindsets.html>.

«Mindsets», Desingnkit, acceso octubre de 2020, <https://www.designkit.org/mindsets.html>.

Mapa mental

Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation. Es una técnica de usos múltiples. Su principal aplicación en el proceso creativo es la exploración del problema y la generación de ideas. En la exploración del problema es recomendable su uso para tener distintas perspectivas del mismo.²⁸

Resultados obtenidos de la técnica creativa

- Conocimiento sustanciable
- Educación centralizada
- Raíces de conocimiento

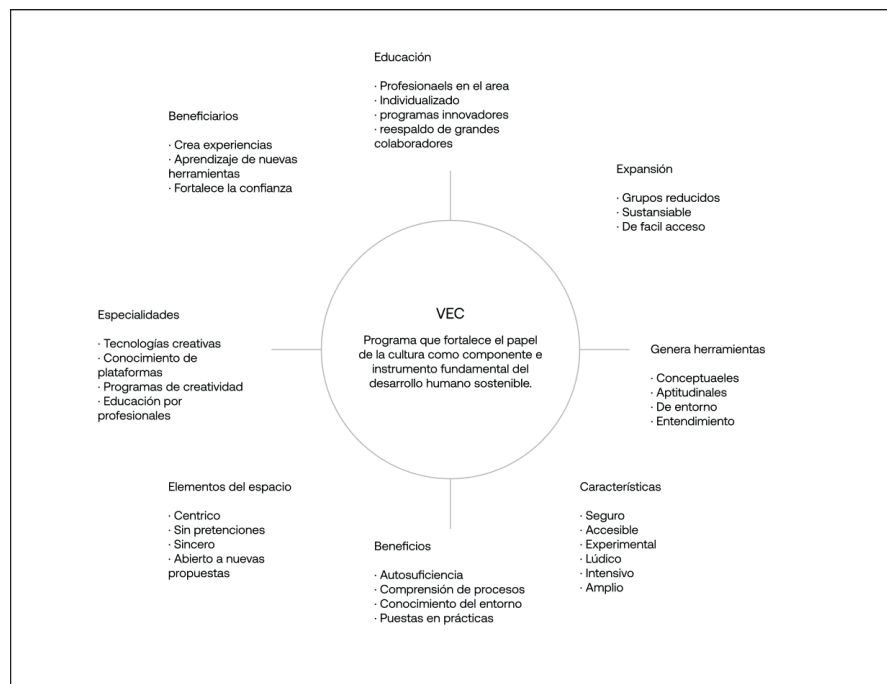


Figura 6. Mapa mental
Fuente: elaboración propia

²⁸ «Técnicas de creatividad: Mapas mentales», Francisco Torre Blanca, acceso 10 de octubre de 2020, de <https://franciscotorreblanca.es/tecnicas-de-creatividad-mapas-mentales/>.

Relaciones forzadas

Método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958.
Su utilidad nace de un principio:

combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación, de ahí pueden surgir ideas originales. Es muy útil para generar ideas que complementan al brainstorming cuando ya parece que el proceso se estanca. Es una técnica muy común y a la que se refieren multitud de autores con diferentes nombres y variantes.²⁹

El primer paso consiste en hacer dos lluvias de ideas: una sobre el tema del que se está hablando, en este caso es el Vivero de Economía Creativa VEC y la segunda es una lluvia de ideas otro tema cualquiera, en este caso se utilizó “Cosas a mi alrededor”.

CONOCIDO VEC	DESCONOCIDO ENTORNO	RESULTADOS OBTENIDOS DE LA TÉCNICA CREATIVA
ENSEÑANZA CULTURA DESARROLLO BUENAS PRÁCTICAS SISTEMA PROGRESO BENEFICIO SOSTENIBILIDAD TECNOLOGÍA AGENTE FOMENTAR ECONOMÍA CREATIVIDAD EMPRENDIMIENTO EXPERIENCIA CONTEXTO FORMACIÓN OBJETIVO AUMENTAR	ABONAR AMBIENTE RADAR ADAPTADOR CADENA ORIGEN PLANTA HOJA RAÍZ AIRE ÁRBOL MESA INTERROGACIÓN CAJA PAPEL FOTO HUELLA TRANSPARENCIA PUNTO	• RADAR DE CONOCIMIENTO • CRECIMIENTO GRADUAL • CRECIENDO LENTO

Figura 7. Diagrama del resultado del metodo de relaciones forzadas
Fuente: elaboración propia

²⁹ «Relaciones forzadas – Palabra al azar», Neuronilla, acceso octubre de 2020, <https://neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>.

Analogías

El método creativo conocido como Sinéctica fue desarrollado por William Gordon en 1961 y se basa en abordar los problemas de manera indirecta en lugar de enfrentarlos de forma directa. Su principio fundamental consiste en establecer conexiones entre elementos aparentemente inconexos, utilizando la analogía como herramienta para la creatividad.³⁰

Este enfoque parte de la premisa de que si dos conceptos comparten una característica, podrían compartir muchas más. Para aplicar este método, primero es necesario definir con claridad el problema a resolver. En este caso, se busca establecer una línea gráfica que relacione a la institución con los servicios que ofrece. Una vez identificado el problema, se inicia un proceso de generación de ideas en el que se crean analogías que ayudarán a construir la solución visual adecuada.

PROBLEMA DEFINICIÓN DE LA LÍNEA GRÁFICA QUE VINCULE A LA INSTITUCIÓN CON LOS SERVICIOS QUE PRESTA GENERACIÓN DE IDEAS RADAR, CONEXIÓN, ENTENDIMIENTO, DESARROLLO, PLANTAR, CRECER, PUNTO, SEMILLA, CULTIVO, INCUBACIÓN, VIVERO. CREACIÓN DE ANALOGÍA "SE NECESITA CULTIVAR UNA SEMILLA EN EL VIVERO PARA QUE VINCULE A LA INSTITUCIÓN CON LOS SERVICIOS QUE PRESTA"	ANALOGÍAS CULTIVAR: GRUPO DE PLANTAS SELECCIONADAS ARTIFICIALMENTE POR DIVERSOS MÉTODOS A PARTIR DE UN CULTIVO MÁS VARIABLE. SEMILLA: PARTE DEL FRUTO QUE DA ORIGEN A UNA NUEVA PLANTA VIVERO: CONJUNTO DE INSTALACIONES AGRONÓMICAS EN EL CUAL SE CULTIVAN TODO TIPO DE PLANTAS HASTA QUE ALCANZAN EL ESTADO ADECUADO PARA SU DISTRIBUCIÓN, VENTA O CONSUMO PROPIO.
RESULTADOS OBTENIDOS DE LA TÉCNICA CREATIVA A PARTIR DE LA GENERACIÓN DE IDEAS SE EXTRAJE EL CONCEPTO DE LAS PALABRAS "VIVERO" Y "SEMILLA", SURGE ENTONCES "AÚN CRECIENDO LENTO ESTÁS CRECIENDO", HACIENDO ALUSIÓN AL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DE UNA PLANTA DESDE SU FASE INICIAL, SEMILLA.	

Figura no. 8 - vista del método de analogías
Fuente: elaboración propia

30

«Analogías», Neuronilla, acceso octubre de 2020, de <https://neuronilla.com/analogias/>.

Concepto creativo seleccionado

«Aún creciendo lento, estás creciendo»

El concepto surge del entendimiento del proceso de desarrollo de proyectos dentro de la economía creativa. Al igual que en la naturaleza, un proyecto comienza como una semilla, germina con el tiempo, crece con dedicación y, eventualmente, da frutos que permiten continuar y renovar el ciclo.

Capítulo 06

Producción gráfica y validación

Primer nivel de visualización

En este primer nivel de visualización y evaluación se presenta el proceso de bocetaje de las primeras propuestas para los proyectos A, B y C, siendo estas ponderadas por estética y funcionalidad.

Objetivos

- Determinar por cuenta propia la efectividad de los bocetos y propuestas, evaluados por medio de un instrumento.
- Selección de ideas de las propuestas que demuestren más profundidad y se aproximen al resultado que se está buscando.
- Valorizar la ejecución de cada propuesta tomando en cuenta directamente criterios visuales y conceptuales.

Descripción del proceso

Se trabajó en tres propuestas de los proyectos A, B y C, acerca de la retícula principal y estructura de tipografía general para el diseño base del Manual de Normas Gráficas del Vivero de Economía Creativa –VEC–, después de esto se procedió a la ponderación de los distintos aspectos de acuerdo a la matriz de evaluación establecida por el Licenciado Gustavo Jurado.³¹ Dentro de la cual la calificación más alta para cada aspecto visual es de 5 y la más baja de 0 puntos. Estas mismas propuestas fueron evaluadas conjuntamente con los estudiantes de Proyecto de Graduación dos de la Escuela de Diseño Gráfico, por medio de una exposición virtual utilizando la herramienta de Google Meet.

31

Consultar instrumento en anexo 2

Criterios a evaluar

Pertinencia

La lógica de los bocetos propuestos según su contexto.

Memorabilidad

El poder de la propuesta bocetada para ser recordada de forma mas clara que las otras graficadas.

Fijación

Impacto del boceto presentado como propuesta.

Legibilidad

La claridad y facilidad con la que puede leerse un texto según en la pieza que se esté aplicando.

Composición

Coherencia de la distribución de elementos en las piezas elaboradas para propuesta.

Simplificación

Traducción de elementos orgánicos y visuales en abstracciones relacionadas con el contenido que las propuestas de bocetos contendrán.

Identidad visual

Características que vuelven única a la propuesta en relación con todas aplicadas a problemas similares.

Selección tipográfica

Aplicación de disposiciones generales sobre el tratamiento tipográfico (jerarquías, aplicación en diferentes formatos, espaciado, etc.)

Retícula base



Figura 9. Boceto de retícula n.º 1
Fuente: elaboración propia



Figura 10. Boceto de retícula n.º 2
Fuente: elaboración propia



Figura 11. Boceto de retícula n.º 3
Fuente: elaboración propia

Propuesta n.º 1

La primera retícula consta de 3 columnas con una distribución de elementos horizontales en su mayoría, específicamente haciendo referencia al ordenamiento de la información.

Propuesta n.º 2

A diferencia de la propuesta n.º 1 en esta se explora la posibilidad de un elemento más amplio en la parte superior, esto quiere decir que la cantidad de columnas incrementa, para entender si el espacio que será utilizado horizontalmente para visualizar algún elemento gráfico es funcional.

Propuesta n.º 3

Esta propuesta se trata de un bloque de texto más reducido y al mismo tiempo utilizando la ilustración como un identificador o separador de servicios, esto quiere decir que no será colocado como elemento principal, sin embargo el peso no es relativo al resto de la pieza.

Tipografía

Graphik

Cuerpo de texto	Manual de normas Gráficas
Subtitular 3	Manual de normas Gráficas
Subtitular 2	Manual de normas Gráficas
Subtitular 1	Manual de normas Gráficas
Titular secundario	Manual de normas Gráficas
Titular principal	Manual de normas Gráficas
Notas	Manual de normas Gráficas

Figura 12. Estructura de tamaños y tipografía Graphik
Fuente: elaboración propia

Proxima Nova

Cuerpo de texto	Manual de normas Gráficas
Subtitular 3	Manual de normas Gráficas
Subtitular 2	Manual de normas Gráficas
Subtitular 1	Manual de normas Gráficas
Titular secundario	Manual de normas Gráficas
Titular principal	Manual de normas Gráficas
Notas	Manual de normas Gráficas

Figura 13. Estructura de tamaños y tipografía Proxima Nova
Fuente: elaboración propia

Red Hat Display

Cuerpo de texto	Manual de normas Gráficas
Subtitular 3	Manual de normas Gráficas
Subtitular 2	Manual de normas Gráficas
Subtitular 1	Manual de normas Gráficas
Titular secundario	Manual de normas Gráficas
Titular principal	Manual de normas Gráficas
Notas	Manual de normas Gráficas

Figura 14. Estructura de tamaños y tipografía Red Hat Display
Fuente: elaboración propia

Propuesta n.º 1

Graphik se caracteriza principalmente por ser una tipografía geométrica *sans serif*, utilizada principalmente para señalética y elementos visuales que no sean complejos en su entendimiento, es por esto que para legibilidad se propone esta como base.

Propuesta n.º 2

Proxima Nova a diferencia de la tipografía anterior tiene detalles condensados y no es geométrica en su totalidad sobre todo en el diseño de la letra “a”, así que cuenta como una tipografía con toques más orgánicos que Graphik lo cual puede adaptarse de forma más natural a la pieza gráfica.

Propuesta n.º 3

Red Hat Display, es una tipografía *san serif* al igual que las propuestas anteriores pero se eligió como propuesta porque se considera que tiene detalles de las que ya fueron mencionadas, en aspectos bastante geométricos como la letra “G” y la “S, N y M”.

Elementos gráficos



Figura 15. Boceto de ilustración n.º 1
Fuente: elaboración propia

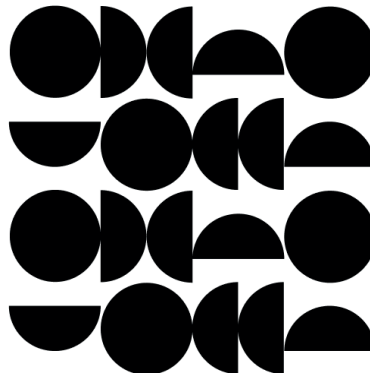


Figura 16. Boceto de ilustración n.º 2
Fuente: elaboración propia



Figura 17. Boceto de ilustración n.º 3
Fuente: elaboración propia

Propuesta n.º 1

La propuesta principal de las tres propuestas que se describen a continuación, tratan de elementos gráficos que tienen como base un círculo. En el primer caso se muestran elementos colocados en orden horizontal, tomando en cuenta que cada pieza es una forma individual.

Propuesta n.º 2

En esta propuesta se trata de unir la n.º 1 como un patrón y/o ilustración cuadrada, que funcione como uno solo.

Propuesta n.º 3

A diferencia de las anteriores basándose en el concepto que se habla de semillas, se hace referencia a una semilla germinando, esto se propone para que eventualmente esto se convierta en un conjunto de ilustraciones visuales.

Conclusiones

Como resultado de la revisión de los criterios anteriormente descritos se puede concluir:

- Las abstracciones propuestas como algo gráfico y visual basado en el concepto no deberían tener un significado tan rebuscado para que el grupo objetivo haga clic desde el primer instante.
- Una retícula de 3 columnas puede resultar siendo algo más dinámico que resolverlo con 4 o más, ya que se trata de un material que pretende ser relajado.
- Los círculos como principal elemento para el desarrollo gráfico se percibe de forma positiva haciendo alusión al concepto de vivero.

Segundo nivel de visualización

En el segundo nivel de visualización se describirán las observaciones de los nuevos criterios provenientes de expertos en el área del diseño gráfico de Guatemala al evaluar un bocetaje mejor aterrizado con la retroalimentación previamente descrita.

Descripción del proceso

A cada uno de los expertos previamente seleccionados se les consultó por medio de una encuesta realizada en Google Forms, en donde se colocaron ejemplificaciones de los formatos elegidos como posibles propuestas. Así mismo, las piezas fueron expuestas ante los estudiantes de Proyecto de Graduación 2 de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad San Carlos de Guatemala y el licenciado Gustavo Jurado por medio de una explicación y muestra de resultados con la herramienta de Google Meet.

Perfil de Informante

Licenciados en Diseño gráfico que laboran en el medio nacional actualmente con edades que oscilan entre los 25 – 29 años.

Profesionales en el área del diseño editorial, diseño gráfico, diseño de marcas y dirección de arte.

Jonathan Yoc

Diseñador Senior – Sindicato

Pablo Pivaral

Diseñador Senior – Distefano

Diego Orellana

Diseñador Junior – Nómada

Axel Flores

Director Creativo – Diseñador Independiente

Objetivos

- Obtener nuevas perspectivas que provendrán directamente de profesionales expertos en las áreas del diseño relacionados con el proyecto puesto en práctica.
- Poner a prueba el criterio personal, específicamente en elementos gráficos y resolución de problemas visuales.
- Exponer decisiones bastante prematuras a una crítica constructiva y poner en evidencia la riqueza del proceso creativo.

Criterios a evaluar

Insight: su aplicación y comprensión reflejadas en el material visual.

Concepto creativo: su impacto y coherencia en cada uno de los criterios establecidos.

Diseño editorial: implementación de retícula y selección tipográfica.

Jerarquía visual: organización de los elementos gráficos para optimizar la lectura y comprensión de la información.

Recopilación de piezas presentadas durante la evaluación



Figura 18. Boceto de poster n.º 1
Fuente: elaboración propia



Figura 19. Boceto de poster n.º 2
Fuente: elaboración propia



Figura 20. Boceto de poster n.º 3
Fuente: elaboración propia

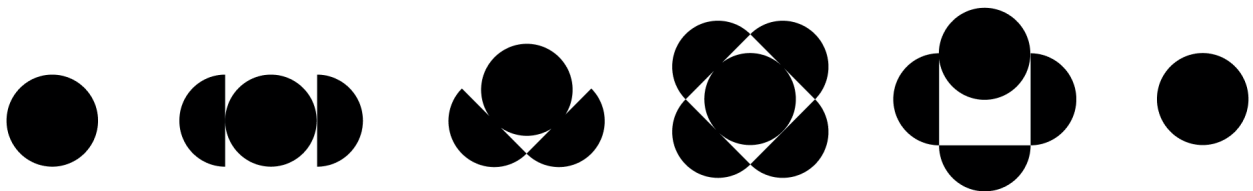


Figura 21. Ilustración simplificada del proceso de crecimiento de una semilla
Fuente: elaboración propia

Tercer nivel de visualización

En este tercer nivel de visualización se evaluó la opinión del grupo objetivo sobre la línea gráfica que será de apoyo para el Vivero de Economía Creativa –VEC–, al mismo tiempo se presentaron estas propuestas realizadas ante la directora y gestora cultural del vivero para retroalimentar y orientar a las decisiones que eventualmente se tomarán.

Descripción del proceso

Luego de trabajar y aterrizar los cambios sugeridos por los expertos en el nivel 2 de visualización y opiniones de estudiantes del décimo semestre de la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se realizó una segunda encuesta con elementos visuales puntuales para medir la atracción que el grupo objetivo obtiene de las piezas presentadas. Se dejó abierto el espacio a comentarios y opiniones para que se sintieran en la libertad de aun siendo usuarios poder transmitir sus ruidos visuales.

Perfil de Informante

Grupo objetivo primario

Lucía Bethancourt

Directora y gestora cultural del Vivero de Economía Creativa –VEC–.

Yavheni de León

Encargado de comunicación visual del Centro Cultural de España.

Grupo objetivo secundario

Hombres y mujeres de 18 a 30 años con interés y/o perfil profesional vinculado a los sectores cultural, creativo, artístico y de nuevas tecnologías, residentes en el área metropolitana de la Ciudad de Guatemala.

Objetivos

- Evaluar la opinión del grupo objetivo acerca de la solución gráfica, del material digital presentado, validando las decisiones de diseño llevadas a cabo durante el proceso metodológico de definición creativa y producción final.
- Analizar la puesta en práctica y percepción que el grupo objetivo obtendrá de los materiales presentados.
- Validar el entendimiento de los elementos y medios comunicativos propuestos.

Criterios a evaluar

Gráfica: síntesis visual alineada con el concepto creativo.

Tipografía: organización jerárquica y optimización de la legibilidad.

Paleta cromática: significado y contribución al diseño.

Formatos: enfoque en funcionalidad y practicidad.

Aplicaciones de imágenes: selección de la mejor resolución y tratamiento visual.

Recopilación de piezas presentadas durante la evaluación



Figura 22. Mockup de poster informativo
Fuente: elaboración propia

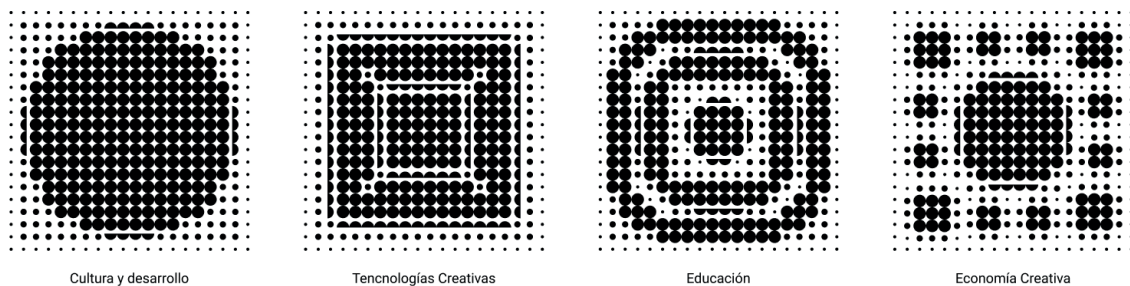


Figura 23. Ilustraciones geométricas
Fuente: elaboración propia

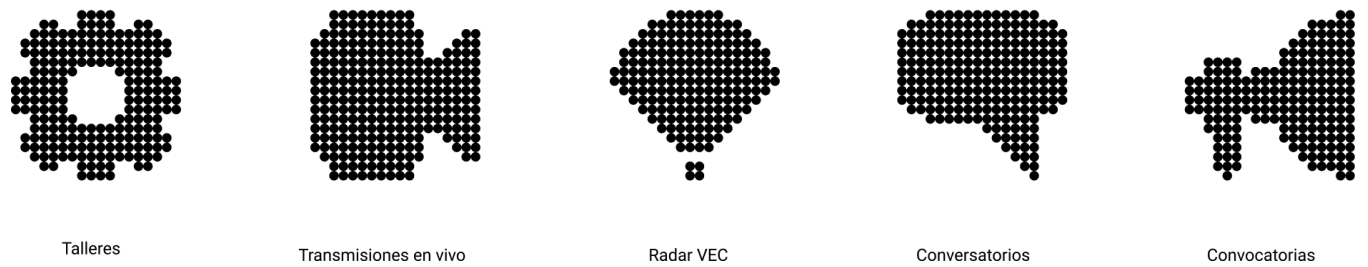


Figura 24. Iconografía
Fuente: elaboración propia



Figura 25. Visualización impresa del manual
Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Como resultado del proceso de validación con el grupo objetivo se puede concluir:

- La percepción del material en su mayoría es positiva y es mencionado como una nueva perspectiva para la puesta en práctica dentro de la institución, lo consideran bastante acertado a la manera en la que el VEC quiere presentarse a su grupo objetivo.
- El matiz de la paleta de color debe intentar contrastarse para que los colores no sean exactamente opacos y pueda comunicarse como una institución aburrida.
- Cuidar el tratamiento de elementos gráficos como la iconografía para que en momentos futuros no se vea afectada en resultados de procesos impresos.³³

33

Consultar instrumento en anexo 4

Justificación de la propuesta final



Figura 26. Diseño digital del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia

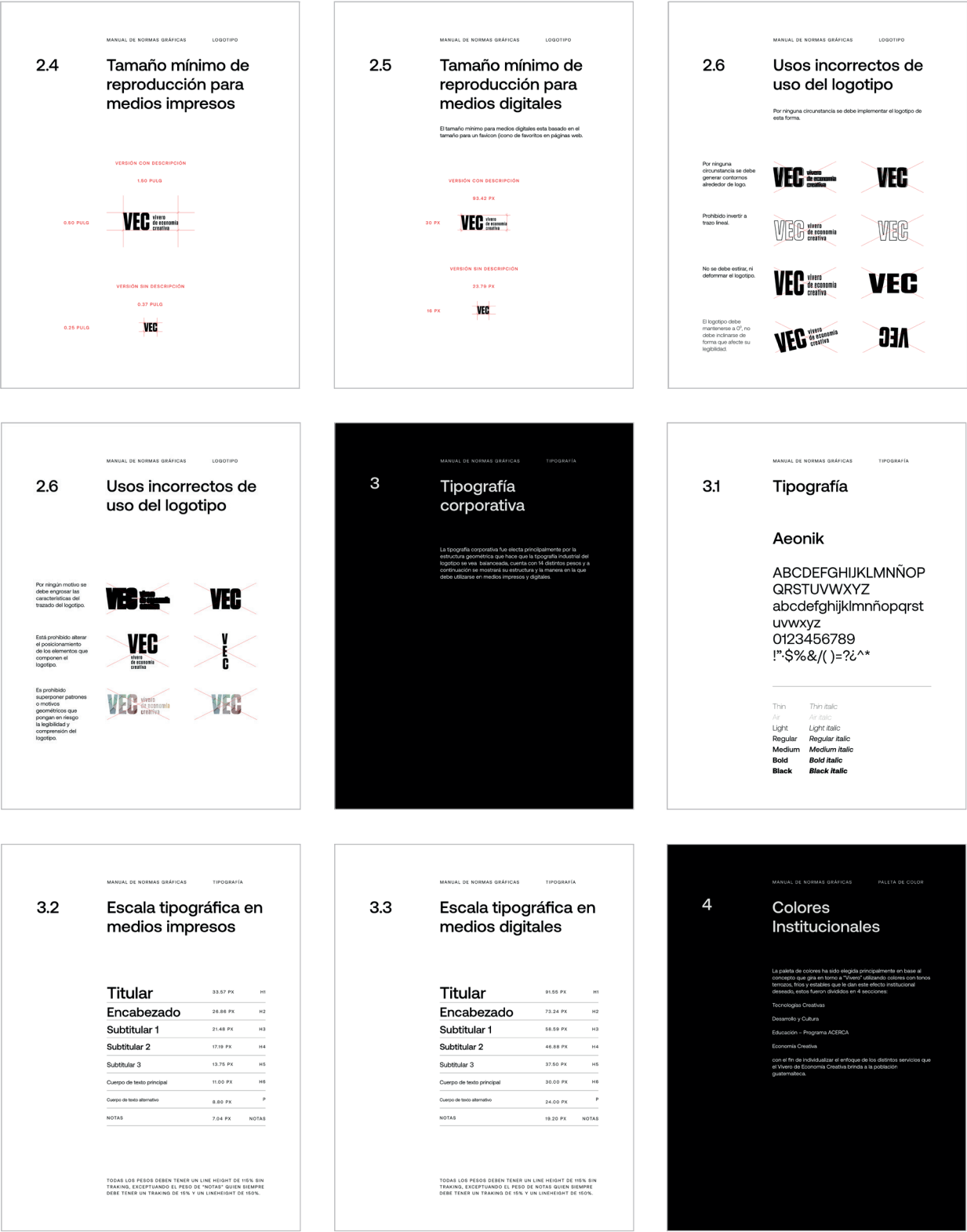


Figura 26. Diseño digital del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia



Figura 26. Diseño digital del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia

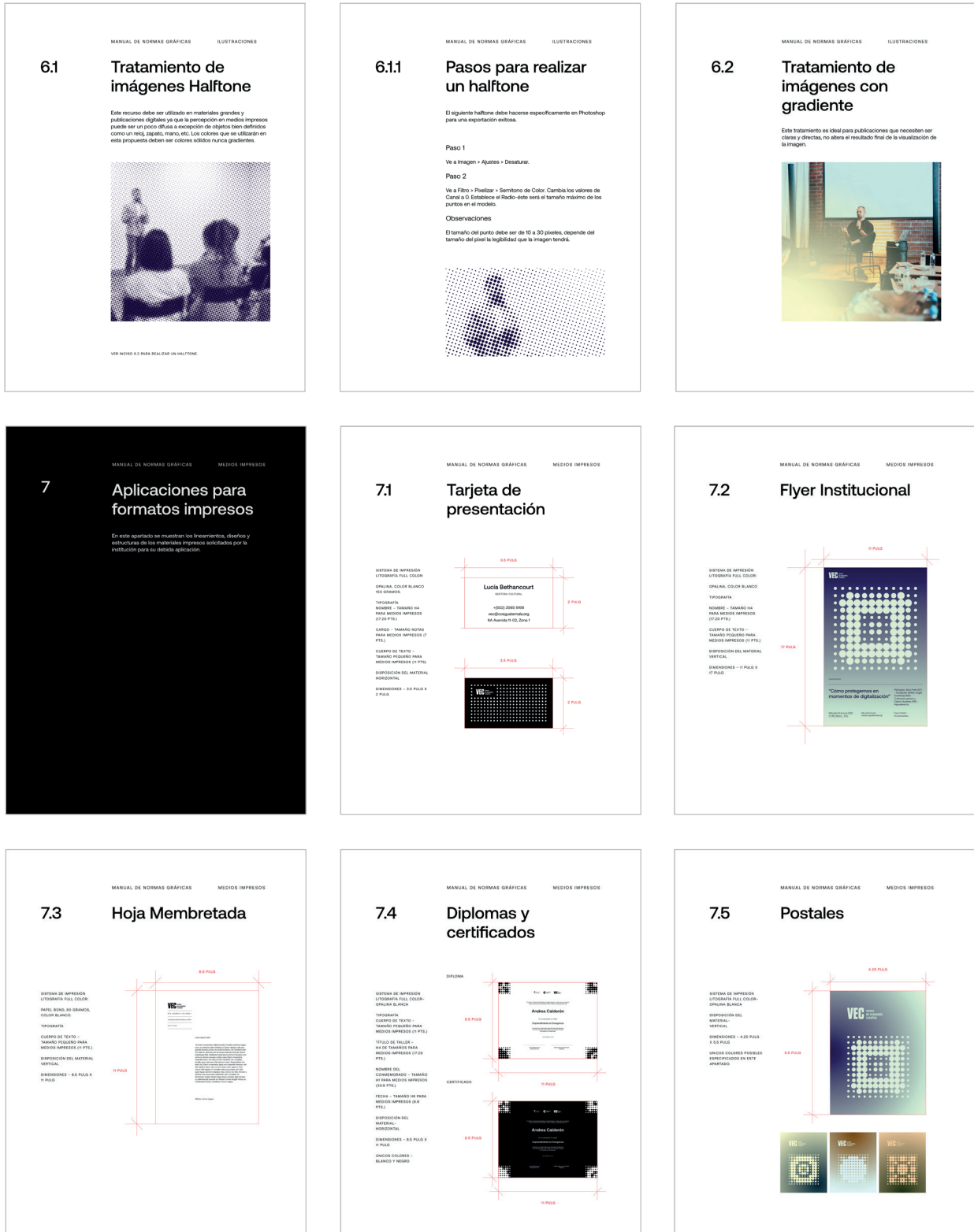


Figura 26. Diseño digital del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia

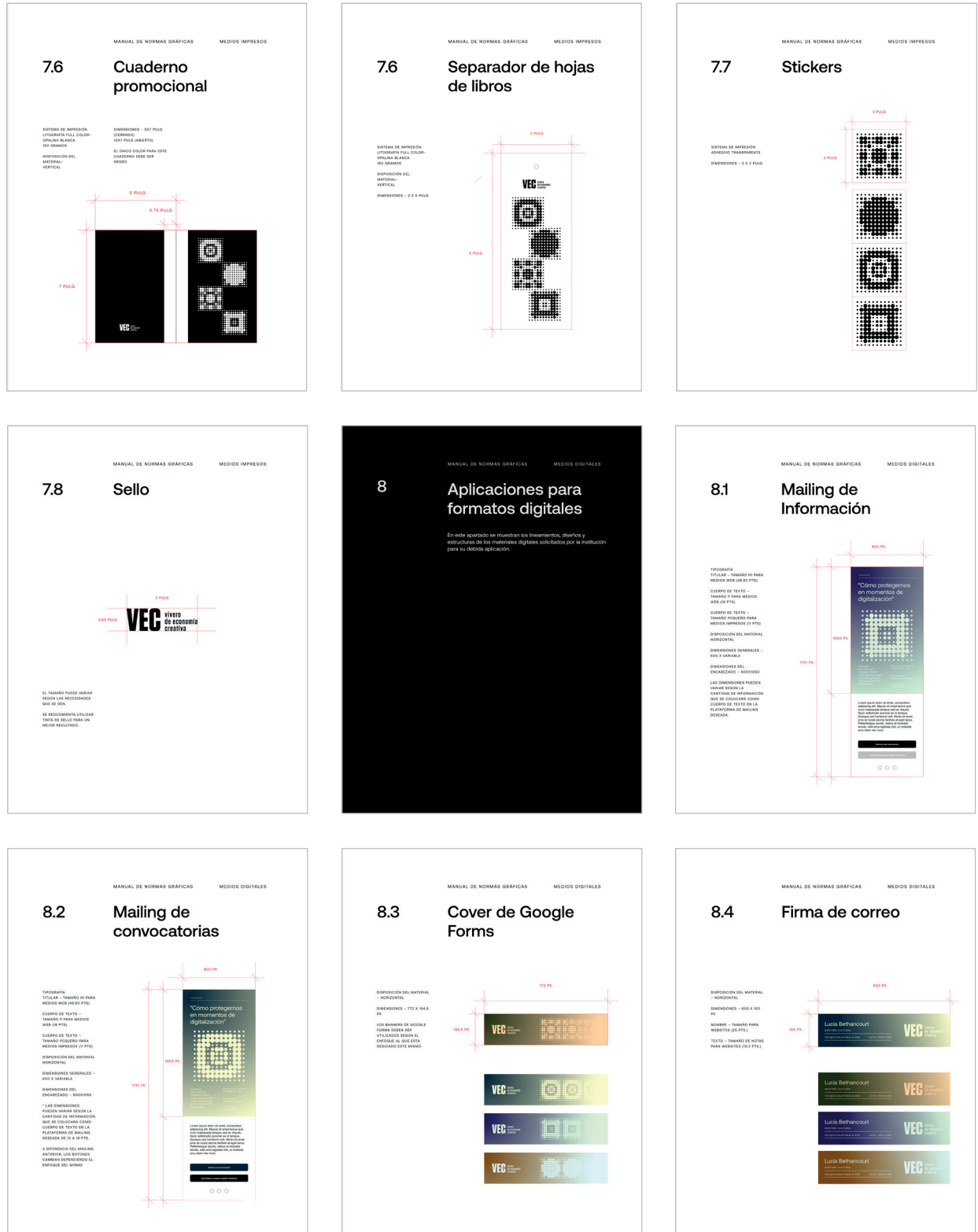


Figura 26. Diseño digital del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia



Figura 26. Diseño digital del manual de normas gráficas
Fuente: elaboración propia



Figura 27. Diseño de flyers
Fuente: elaboración propia



Figura 28. Montaje de piezas variadas
Fuente: elaboración propia

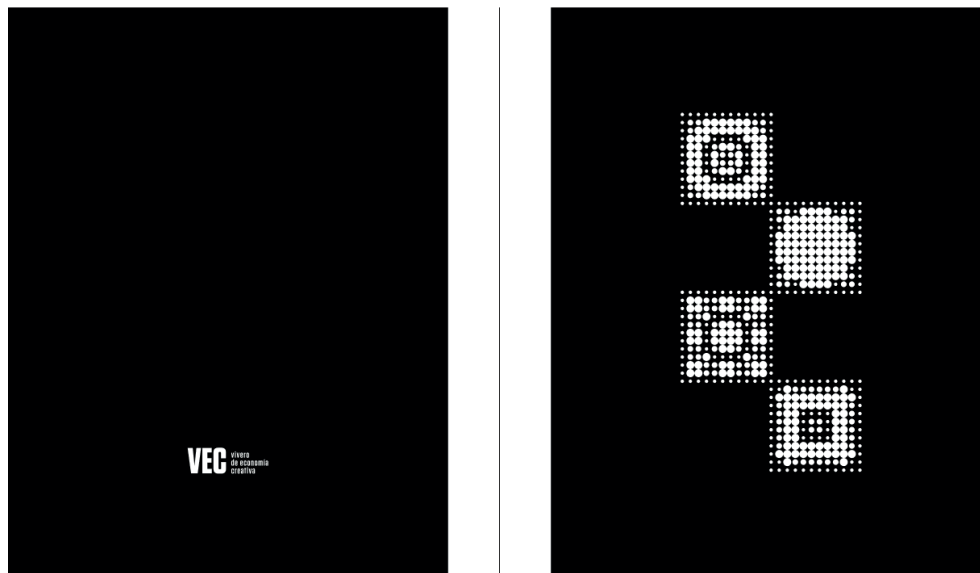


Figura 29. Diseño de carpeta
Fuente: elaboración propia

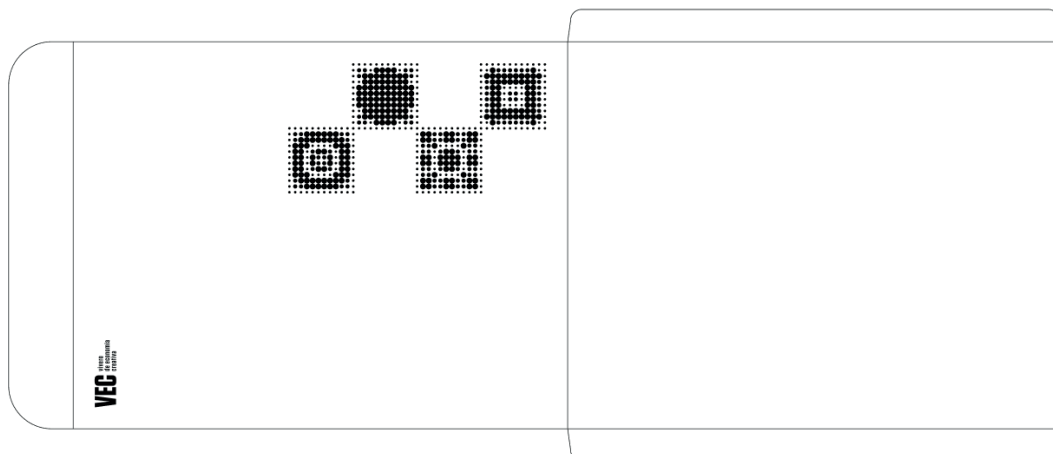


Figura 30. Diseño de sobre
Fuente: elaboración propia

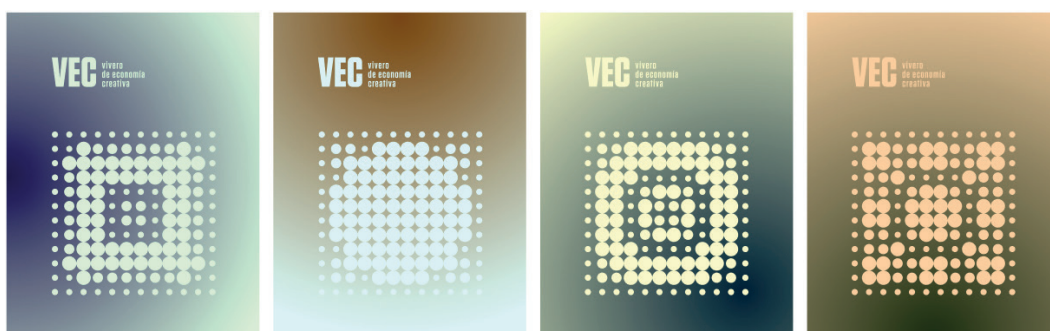


Figura 31. Diseño de postales
Fuente: Elaboración propia

Justificación técnica

Después de evaluar las previas propuestas se presentará en este apartado la fundamentación de cada uno de los elementos que conforman las piezas gráficas.

Los códigos justificados son:

- Cromático
- Tipográfico
- Iconográfico
- Formato
- Diagramación

Selección cromática

La paleta de colores se eligió con base en el entendimiento del concepto de «vivero», en este caso colores tierra o considerablemente naturales, la división que existe se realiza por que el –VEC– encuentra dividido su enfoque en los siguientes movimientos: Cultura y desarrollo, Economía creativa, Tecnologías creativas, Educación – programa ACERCA.

R 36 C 82 G 21 M 82 B 61 Y 37 K 33	R 239 C 6 G 255 M 1 B 250 Y 1 K 0	TECNOLOGÍAS CREATIVAS
R 104 C 37 G 56 M 69 B 0 Y 95 K 35	R 234 C 7 G 247 M 2 B 255 Y 2 K 0	CULTURA Y DESARROLLO
R 0 C 93 G 28 M 61 B 45 Y 43 K 63	R 255 C 3 G 252 M 2 B 211 Y 16 K 0	EDUCACIÓN
R 51 C 69 G 66 M 43 B 61 Y 52 K 36	R 252 C 3 G 232 M 8 B 209 Y 14 K 0	ECONOMÍA CREATIVA

Figura 32. Paleta de colores
Fuente: elaboración propia

Selección tipográfica

Se selecciona el espécimen tipográfico Aeonik, ya que sus características geométricas *sans serif* generan un vínculo de estabilidad junto a la tipografía industrial del logotipo. Sus contrastes en hombros y lazos aportan legibilidad. Su amplia familia tipográfica hace de Aeonik sea un espécimen versátil que puede ser utilizado en formatos web e impresos.

ABCDEFGHIJKLMN-
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop-
qrstuvwxyz
0123456789
!".\$%&/()=?¿^*

Figura 33. Especimen de tipografía
Fuente: elaboración propia

Iconografía

La iconografía esta basada en la variedad de actividades que el vivero ofrece, desde talleres hasta conversatorios o transmisiones en vivo.

Su estructura principal es de 100 pixeles de 5 pixeles cada círculo que los construye.

ESTRUCTURA PRINCIPAL

100 PÍXELES
RETÍCULA DE 5 PÍXELES

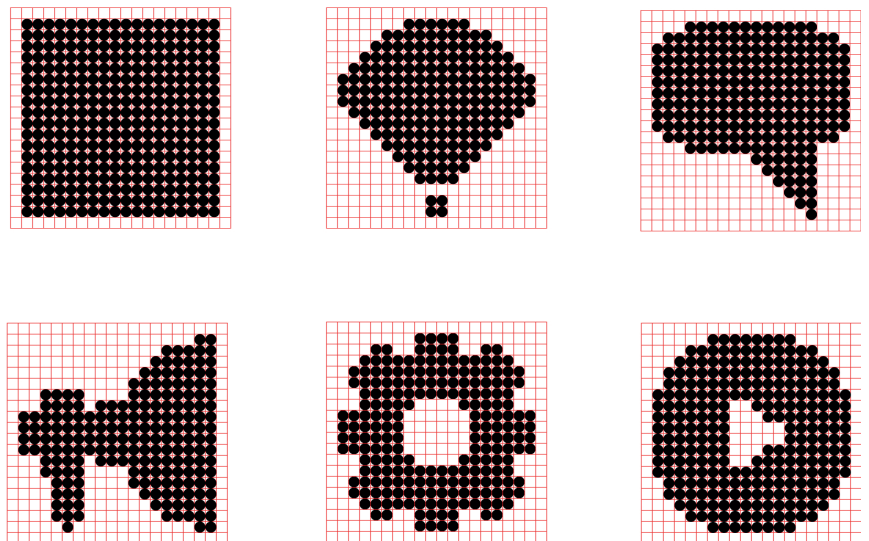


Figura 34. Retícula de iconografía
Fuente: elaboración propia

Formato**Manual de marca**

- 11 in x 8.5 in (Vertical)
- 11 in x 17 in (Horizontal)

Hoja membretada

- 8.5 x 11 in

Tarjeta de presentación

- 3.5 x 2 in

Libreta. A4

- 1.70 x 8.26 in

Folder

- 8.5 x 11 in

Afiche

- 11 x 17 in

Sticker

- 5 in

Mailing

- 600 x 200 px

Firma electrónica

- 600 x 150 px

Gráfica

La idea nace a través del entendimiento de la funcionalidad del «Vivero» traducido a «Incubadora de proyectos», el vivero se encarga de germinar estos proyectos (creativos o tecnológicos), que eventualmente crecerán, desarrollarán un producto y finalmente se encontrarán listos para ser funcionales y generar sus propios ingresos.

Es por esto que la línea gráfica tiene como base un círculo, haciendo referencia a una semilla y al proceso de crecimiento de esta misma, que en el futuro se convierte en una planta. Se conceptualizó visualmente bajo el término de la «Gradación», que en diseño gráfico se traduce a una disciplina estricta que exige no solo un cambio gradual, sino que ese cambio sea hecho de manera ordenada. Genera ilusión óptica y crea una sensación de progresión, lo que normalmente conduce a una culminación o una serie de culminaciones.

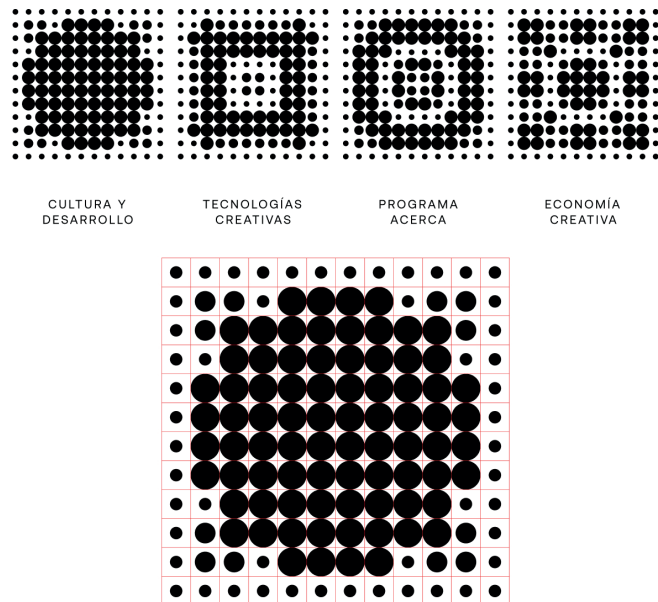


Figura 35. Retícula de ilustraciones
Fuente: elaboración propia

Lineamientos para la puesta en práctica

Los siguientes lineamientos fueron elaborados con el fin de la fácil utilización de los materiales que posteriormente fueron entregados al Vivero de Economía Creativa –VEC–.

Este manual contiene dieciséis materiales diseñados para respaldar la imagen del Vivero de Economía Creativa –VEC– y once lineamientos técnicos para el buen uso del logotipo en el medio que se desee trabajar.

Doce materiales diseñados para impresión

- 1 tarjeta de presentación
- 1 postal
- Poster / Afiche institucional
- Hoja membretada
- Diploma general
- Certificación
- Cuaderno de apuntes
- Separador de libros
- Calcomanías
- Sobre
- Sello
- Folder

Cabe recalcar que todos estos materiales fueron entregados con sus formatos y descripciones respectivas así como los editables en Adobe Illustrator para que estos puedan ser reproducidos y modificados según los lineamientos planteados en el manual de normas gráficas.

Cinco materiales diseñados para medios digitales

- Firma digital
- Plantilla de *mailing*
- *Mailing* de convocatoria
- Cover digital (Google Forms)
- Flyer digital – noviembre, octubre y septiembre

Estos materiales fueron entregados de forma editable con un enlace del programa Figma, una plataforma en línea donde se podrán hacer las modificaciones de los materiales de una manera más ordenada y sencilla, se realizó de esta forma ya que son los materiales más cambiantes diseñados dentro del manual de normas gráficas.

- Medio de publicación del manual de normas gráficas
- PDF utilizable en cualquier medio de difusión digital (correo electrónico, presentación digital, etc)
- Especificaciones técnicas
- PDF Digital tamaño carta
- Materiales digitales realizados en Figma (Plataforma de diseño en línea)

Presupuesto

En este apartado se detallan los insumos y servicios técnicos y profesionales utilizados para el desarrollo de cada una de las etapas del proyecto con su respectivo costo.

Los siguientes datos se basaron en el costo mensual y por hora del servicio profesional del Diseñador Gráfico Senior. La media es equivalente a Q 8000 por lo que el costo por hora es de Q 50.

Costos Fijos

Actividad	Costo x Hora	Horas	Total
Luz	Q0.45	400 Horas	Q 180. ⁰⁰
Agua	Q0.15	400 Horas	Q 60. ⁰⁰
Internet	Q0.48	400 Horas	Q 192. ⁰⁰
			Q 432.⁰⁰

Costos Variables

Actividad	Costo x Hora	Horas	Total
Hojas Bond	Q10. ⁰⁰	-	Q10. ⁰⁰
Insumos de Escritorio	Q30. ⁰⁰	-	Q30. ⁰⁰
Tintas para impresión	Q150. ⁰⁰	-	Q150. ⁰⁰
			Q190.⁰⁰

Tabla 3. Tabla de costos fijos
Fuente: elaboración propia

Servicios Profesionales

Actividad	Costo x Hora	Horas	Total
Investigación	Q375. ⁰⁰	8 Horas	Q3,000. ⁰⁰
Elaboración del Brief	Q41. ⁶⁶	24 Horas	Q1,000. ⁰⁰
Definición de Insight	Q125. ⁰⁰	16 Horas	Q2,000. ⁰⁰
Conceptualización	Q40. ⁰⁰	50 Horas	Q2,000. ⁰⁰
Bocetaje	Q93. ⁷⁵	16 Horas	Q1,500. ⁰⁰
Digitalización	Q83. ³³	24 Horas	Q2,000. ⁰⁰
Validaciones	Q125. ⁰⁰	24 Horas	Q3,000. ⁰⁰
Artes Finales	Q18. ³⁶	218 Horas	Q4,000. ⁰⁰
Cotizaciones	Q31. ²⁵	16 Horas	Q500. ⁰⁰
Archivos Editables	Q46. ⁸⁷	32 Horas	Q1,500. ⁰⁰
Impresión de Dummies	Q62. ⁵⁰	16 Horas	Q1,000. ⁰⁰
			Q21,500.⁰⁰

Otros

Actividad	Costo x Hora	Horas	Total
Depreciación de Equipo	Q3. ⁰⁴	400 Horas	Q1,216. ⁰⁰
Honorarios	Q50. ⁰⁰	400 Horas	Q20,000. ⁰⁰
			Q21,216.⁰⁰

Costos Fijos	Q432. ⁰⁰
Costos Variables	Q190. ⁰⁰
Servicios Profesionales	Q21,500. ⁰⁰
Otros	Q21,216. ⁰⁰
IVA	Q5,200. ⁵⁶
Q48,538.⁵⁶	

Tabla 4. Tabla de presupuesto del proyecto
Fuente: elaboración propia

Nota: El precio total de este proyecto es una donación por parte de la estudiante Jackeline Rocío Ubeda Campos, la planificación pertenece al proyecto de graduación para conferirle el título de Licenciada en Diseño Gráfico por parte de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico.

Capítulo 07

Síntesis del proceso

Lecciones aprendidas

En este capítulo se encuentran las conclusiones basadas en los objetivos, así como las recomendaciones para mejorar la planificación y ejecución de proyectos futuros, con el objetivo de orientar a todos los estudiantes que en el futuro se encuentren en este proceso de la carrera y finalmente se describe de forma resumida por medio de las lecciones aprendidas el conocimiento adquirido a través del desarrollo del proyecto.

El proceso de Proyecto de Graduación y EPS son bastante exhaustivos y demandantes, es importante durante este período no enfocar tiempo que puede ser necesario en actividades como trabajos y proyectos extra que tengan fechas de entrega específicos y estrictos.

La comunicación entre los asesores y el estudiante es imprescindible, ya que ellos son el principal lazo que le dará la validación correcta al proyecto, es por esto que debe ser constante y asertiva para que no existan vacíos de información.

Organizar y premeditar son los factores que ponen a prueba el profesionalismo del diseñador, por eso es realmente importante enfocarse en elaborar un plan en donde se lleve a cabo todo lo que se ejecutará durante el período de tiempo que dure el proyecto.

La presión laboral profesional o académica puede, eventualmente repercutir en el desempeño del estudiante así como su integridad física, afectando el desarrollo del proyecto, es importante estar atentos a cambios físicos, emocionales y psicológicos para poder tratarlos a tiempo y que no produzcan daños en el futuro.

Explorar todas las ideas, aceptar todas las opiniones y explotarlas al máximo para que durante su proceso del proyecto se logre el mejor resultado posible.

Conclusiones

Durante la elaboración de este proyecto se describen los procesos de análisis, investigación y descubrimientos en la planificación para abordar las necesidades del Vivero de Economía Creativa VEC.

Con el fin de contribuir con el Vivero de Economía Creativa –VEC–, por medio de la investigación, gestión y producción de diseño gráfico, en la labor que realiza como plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos en la ciudad de Guatemala se desarrolla una identidad visual la cual tiene como principal función la identificación de la institución y sus servicios, es por esto que gracias a la correcta descripción el *insight* y el concepto creativo se logra guiar el proyecto de manera efectiva en la que el grupo objetivo reconociera de mejor forma a la institución.

Para que el grupo objetivo se identifique con la labor que realiza la institución se diseñó un manual de normas gráficas, el cual contiene de forma técnica las consideraciones que deben tenerse al implementar en materiales visuales que deban generarse de forma interna y externa con el logotipo, así mismo una serie de materiales gráficos que se utilizarán dentro del Vivero de Economía Creativa –VEC– ayudando a reforzar la comunicación efectiva mediante el uso de elementos visuales que centralicen las características primordiales y evidencien las acciones sociales, institucionales y educativas que realiza el vivero.

Recomendaciones

A la escuela de diseño gráfico

Abarcar de manera más efectiva el tiempo durante el primer semestre del último año para la resolución de la clase de Proyecto de Graduación 1 y 2, dejando así un poco más desocupado el del Ejercicio Profesional Supervisado que se lleva a cabo en el segundo semestre para que las piezas y el proceso de conceptualización sea más enriquecedor y exhaustivo.

Promover el hábito de investigación, lectura y redacción con documentos o talleres enfocados en el contexto y necesidades del estudiante.

Exigir de manera constante durante todo el proceso que dure esta etapa final la recaudación de los papeles administrativos para que estos no entorpezcan el tiempo que puede emplearse en actividades más importantes en el mismo.

A la Institución

Es fundamental emplear los materiales según su diseño y alineación con los lineamientos establecidos, garantizando así una implementación funcional y eficiente.

En caso de dudas o cuestionamientos sobre algún material desarrollado en este proyecto, se deberá consultar directamente con el diseñador, quien estará disponible para resolverlas en la medida de sus posibilidades.

Además, es importante mantener actualizada la información proporcionada a futuros epesistas, permitiendo que el proyecto evolucione, explore nuevas direcciones y fomente un enfoque multidisciplinario.

A los futuros estudiantes

La planificación y gestión del tiempo son aspectos fundamentales en la realización del Proyecto de Graduación y EPS. Es esencial conocer y utilizar plataformas que faciliten este proceso, así como mantener una disciplina mental que permita ejecutarlo de manera eficiente dentro de los plazos establecidos.

Asimismo, es crucial realizar una exploración profunda e investigativa del concepto creativo, asegurando que las piezas gráficas enriquezcan y refuercen su significado.

Por último, la elección del tema y la institución debe estar alineada con los intereses del estudiante, ya que una conexión intelectual con la labor de la organización evitará que el proceso se torne tedioso con el tiempo.

Referencias

- Centro Cultural de España en Guatemala. *Plan de centro 2018, Programa apoyo al emprendimiento creativo, 2018*. http://cceguatemala.org/wp-content/uploads/2018/08/PdC-VF_Guatemala-2018.pdf.
- DesignKit. «Mindsets». Acceso octubre de 2020. <https://www.designkit.org/mindsets.html>.
- Es Design Barcelona. «Los 8 tipos de diseño gráfico para elegir tu rama y especialidad». Acceso septiembre 7 de 2022. <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/8-especialidades-para-disenadores-graficos>
- Eye on Design. «Can we teach graphic design history without the cult of hero worship? ». Acceso mayo 29 de 2020. <https://eyeondesign.aiga.org/can-we-teach-graphic-design-history-without-the-cult-of-hero-worship/>.
- Eye on Design. «Knowing your design history is crucial to 117 aesthetic innovation». Acceso julio 22 de 2022. <https://eyeondesign.aiga.org/knowing-your-design-history-is-crucial-to-aesthetic-innovation/>.
- Francisco Torreblanca. «Técnicas de creatividad: Mapas mentales». Acceso octubre 10 de 2020. <https://franciscotorreblanca.es/tecnicas-de-creatividad-mapas-mentales/>.
- GEM. «El acceso y las necesidades de capacitación de los emprendedores en Guatemala». Acceso octubre 2020. https://chrome-extension://efaidnbmnnnibp-cajpcgclefindmkaj/https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2020/11/2015_El-acceso-y-las-necesidades-de-capacitaci%C3%B3n-de-los-emprendedores-en-Guatemala.pdf.
- GEM. «Gotas de emprendimiento». Acceso septiembre de 2020. <https://gem.ufm.edu/>.
- Graffica. «¿Sabes quién acuñó el término ‘diseño gráfico’?». Acceso abril de 2017. <https://graffica.info/quien-acuno-el-termino-diseno-grafico>.
- Higueros, Andrés. «Sin retículas no hay paraíso». Tesis de Grado. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2017.
- Howkins, John. *The Creative Economy*. Reino Unido: Penguin Books, 2013.
- INE. «Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos 2019». Acceso 21 de septiembre de 2020. <https://www.ine.gob.gt/encuesta-nacional-de-empleo-e-ingresos/>.
- MICUDE. Las Industrias Culturales y Creativas (ICC) en Guatemala, octubre de 2020. <https://www.sicultura.gob.gt/wp-content/uploads/2022/08/ICenG.pdf>.
- Ministerio de Trabajo y Previsión Social. *Política Nacional del Empleo Digno 2017–2032*. Editado por: MINTRAB.

Muller-Brockmann, Josef. *Grid System*, España: Editorial GG, 2012.

Neuronilla. «Analogías». Acceso octubre de 2020. <https://neuronilla.com/analogias/>.

Neuronilla. «Relaciones forzadas – Palabra al azar». Acceso octubre de 2020. <https://neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>.

PNUD. *Desafíos y oportunidades para Guatemala: hacia una agenda de futuro. La celeridad del cambio, una mirada territorial del desarrollo humano 2002-2019*, octubre de 2020, <https://indhguatemala.org/>.

Sánchez Balaguer, Juan José, Santiago Arroyo Serrano, José Francisco Parra azor y Antonio José Verdú Jover. *Industrias culturales y creativas en Iberoamérica: evolución y perspectivas*. España: Cátedra Iberoamericana ‘Alejandro Roemmers’ de Industrias Culturales y Creativas de la Universidad Miguel Hernández de Elche – Fundación Iberoamericana de las Industrias Culturales y Creativas, 2018.

Vivero de Economía Creativa (VEC). *Diplomado de Emprendimiento Creativo, julio 2017*. https://issuu.com/empredecceg/docs/dec_agodic2017.

Wikiguate. «Derecho al trabajo». Acceso 20 de septiembre de 2020. <https://www.wikiguate.com>

Wikipedia. «Retículas». Acceso marzo 23 de 2020. <https://es.wikipedia.org/wiki/Ret%C3%ADcula#:~:text=La%20ret%C3%ADcula%20es%20un%20elemento,%3A%20columnas%2C%20p%C3%A1ginas%2C%20etc.>

Zanón, David. *Introducción al diseño editorial*. España: Editorial Vision Net, 2007.

Anexos

Encuesta 1

Muestra esperada: 100 personas

3 / 1

¿A qué lugares has viajado?

Menciona un máximo de 2 lugares, incluyendo del interior del país o del extranjero y máximo 5

¿Qué actividades son de tu interés?

- Eventos culturales
- Eventos de emprendimiento
- Eventos de Arte y Diseño
- Eventos educativos
- Voluntariado
- Talleres
- Conferencias
- Grupos de Lectura
- Conciertos
- Teatro
- Cine
- Cine
- Actividades al aire libre
- Jardinería
- Fotografía

¿Cuáles son tus preferencias de consumo?

- Tecnología
- Salud
- Seguridad
- Comodidad
- Productos orgánicos
- Comida rápida
- Prendas de segunda
- Bienes
- Otro

¿Qué haces en tus tiempos libres?

- Vas a actos culturales (Conferencias, talleres, exposiciones, etc.)
- Haces deporte
- Vas al cine
- Vas a algún restaurante
- Te quedas en casa
- Pasas tiempo con la familia
- Pasas tiempo con amigos
- Escuchas música
- Lees libros, revistas, newsletters, etc.
- Escuchas la radio
- Escuchas podcast
- Vas de compras a centros comerciales
- Salis al campo o de excursión
- Ocio digital
- Salis con tu pareja
- Vas a conciertos sinfónicos, ópera, teatro, etc.
- Salis a algún bar

¿De 1 a 10 cuánto se considera una persona con valores?



¿Que valores te definen mejor?

- Responsable
- Honesto
- Valiente
- Veraz
- Humilde
- Sincero
- Otro

Encuesta 1

Muestra esperada: 100 personas

1 / 1

¿Has escuchado acerca del Vivero de Economía creativa (VEC)?

- Si
- No

¿Qué sabes acerca del Vivero de Economía Creativa (VEC)?

¿Sabes qué actividades realiza el Vivero de Economía Creativa (VEC)?

- Si
- No

¿Como te enteras de las actividades del Vivero de Economía Creativa (VEC)?

- Redes sociales
- Eventos internos
- Eventos externos
- Intereses culturales
- Amigos
- Medios impresos

¿Cuál crees que es la razón por la que no has tenido contacto con esta institución?

- No sabías que existía esta institución
- No hacen actividades relacionadas de tu interés

- No te sentís identificado con la institución
- No le ves funcionalidad como espacio público

¿Conocés alguna plataforma de acceso digital con información sobre el Vivero de Economía Creativa (VEC)?

- Si
- No

¿Qué pensás acerca del emprendimiento juvenil en Guatemala?

¿Conoces alguna institución enfocada al apoyo del emprendimiento en Guatemala? Menciona la que conozcas

¿En qué espacio geográfico de Guatemala te encuentras?

¿Cuál es tu edad?

- 17 años o menos
- 18 - 20
- 21 - 30
- 31 - 40
- 41 - 50
- 51-60
- 61 años o más

Género

- Femenino
- Masculino

¿Cuál es tu nivel educativo?

- Primaria
- Bachillerato
- Diversificado
- Universidad incompleta
- Técnico
- Título universitario
- Maestría
- Doctorado

¿Dónde estudiaste tu carrera universitaria?

- Universidad de San Carlos de Guatemala (USAC)
- Universidad Rafael Landívar (URL)
- Universidad Francisco Marroquín (UFM)
- Universidad Del Valle (UVG)
- Universidad Galileo
- Universidad Da Vinci (UDV)

¿Cuál es tu profesión?

¿Qué responsabilidades del hogar están a tu cargo?

- Pago de la renta
- Pago de los servicios
- Pago de alimentos
- Compartes gastos
- Eres responsable de todos los gastos

Anexo 2

Matriz de autoevaluación

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

Ejercicio Profesional Supervisado 2020
1er Nivel de Visualización -
Escala de evaluación por Lic. Gustavo Jurado

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.

Aspecto a evaluar	1	2	3	4	5
Pertinencia La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir					
Memorabilidad Califica si el diseño es captado por el usuario, asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente					
Fijación El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo, incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir					
Legibilidad Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					
Composición Visual Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.					
Abstracción Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.					
Estilización Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores, ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.					
Diagramación La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					
Diseño Tipográfico La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.					
Uso de Color Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la institución, tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.					

Anexo 3

Instrumento de primera fase de evaluación gráfica

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

Ejercicio Profesional Supervisado 2020
Encuesta Grupo Objetivo
Análisis de Perfil



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

Ejercicio Profesional Supervisado 2020
Encuesta Grupo Objetivo
Análisis de Perfil



Encuesta 2

Muestra esperada: 5 personas

1/3

Esta herramienta de investigación se utilizará únicamente para la recopilación y observación de opiniones de profesionales de diseño gráfico para diagnosticar las soluciones visuales planteadas para la identidad del Vivero de Economía Creativa (VEC) y que estas mismas sean funcionales.

Contextualización de la Institución: El Vivero de Economía Creativa (VEC) es una plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos de Guatemala. Se enfoca en brindar espacios de formación y vinculación en los cuales se fortalezcan capacidades, procesos de articulación y colaboración para el mejoramiento social y económico de la juventud guatemalteca interesada en el ámbito cultural/creativo y de las nuevas tecnologías.

El proyecto consiste en el desarrollo de un manual de normas gráficas con parámetros y lineamientos gráficos que normen y fortalezcan la comunicación institucional del Vivero de Economía Creativa (VEC).

Concepto Creativo del Proyecto: "Aún creciendo lento, estas crecen así"

Este concepto nace a través del entendimiento del proceso de desarrollo de proyectos que habitan en el área de la economía creativa, inicialmente un proyecto se encuentra en fase semilla, eventualmente germina, se convierte en una planta y finalmente produce frutos para continuar con el ciclo.

Objetivo del Proyecto: Contribuir con el Vivero de Economía Creativa (VEC), por medio de la investigación, gestión y producción de diseño gráfico, en la labor que realiza como plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos en la ciudad de Guatemala.

Gráfica - opción 1



Gráfica - opción 1

- ☐ Existe abstracción en la gráfica
- ☐ Posee impacto visual
- ☐ La composición es estética
- ☐ Necesita madurez
- ☐ Poco atractiva

Funcionalidad de Reticula

- ☐ El flujo de lectura es armonioso
- ☐ Facilita la lectura de la información
- ☐ Comunica ordenamiento y estabilidad
- ☐ Su planteamiento es pobre
- ☐ No es atractiva

Tipografía Seleccionada

- ☐ La fuente tipográfica es legible
- ☐ Existe jerarquía tipográfica
- ☐ El tamaño en textos es adecuado

Tratamiento de Imagen

- ☐ Pertinente
- ☐ Poco relevante
- ☐ Innecesaria

Encuesta 2

Muestra esperada: 5 personas

2/3

Gráfica - opción 2



Gráfica - opción 2

- ☐ Existe abstracción en la gráfica
- ☐ Posee impacto visual
- ☐ La composición es estética
- ☐ Necesita madurez
- ☐ Poco atractiva

Funcionalidad de Reticula

- ☐ El flujo de lectura es armonioso
- ☐ Facilita la lectura de la información
- ☐ Comunica ordenamiento y estabilidad
- ☐ Su planteamiento es pobre
- ☐ No es atractiva

Tipografía Seleccionada

- ☐ La fuente tipográfica es legible
- ☐ Existe jerarquía tipográfica
- ☐ El tamaño en textos es adecuado

Tratamiento de Imagen

- ☐ Pertinente
- ☐ Poco relevante
- ☐ Innecesaria

Gráfica - opción 3



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

Ejercicio Profesional Supervisado 2020
Encuesta Grupo Objetivo
Análisis de Perfil



Encuesta 2

Muestra esperada: 5 personas

3/3

Gráfica - opción 3

- ☐ Existe abstracción en la gráfica
- ☐ Posee impacto visual
- ☐ La composición es estética
- ☐ Necesita madurez
- ☐ Poco atractiva

Funcionalidad de Reticula

- ☐ El flujo de lectura es armonioso
- ☐ Facilita la lectura de la información
- ☐ Comunica ordenamiento y estabilidad
- ☐ Su planteamiento es pobre
- ☐ No es atractiva

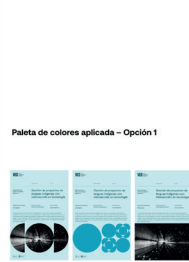
Tipografía Seleccionada

- ☐ La fuente tipográfica es legible
- ☐ Existe jerarquía tipográfica
- ☐ El tamaño en textos es adecuado

Tratamiento de Imagen

- ☐ Pertinente
- ☐ Poco relevante
- ☐ Innecesaria

Paleta de Colores



Paleta de colores aplicada - Opción 1



- ☐ Favorece al entendimiento visual
- ☐ Son colores atractivos
- ☐ Aportan valor a los materiales
- ☐ No se ven atractivos
- ☐ No aportan productivamente a los materiales

Paleta de colores aplicada - Opción 2



- ☐ Favorece al entendimiento visual
- ☐ Son colores atractivos
- ☐ Aportan valor a los materiales
- ☐ No se ven atractivos
- ☐ No aportan productivamente a los materiales

Anexo 4

Instrumento para la evaluación gráfica final

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

Ejercicio Profesional Supervisado 2020
Encuesta Grupo Objetivo
Análisis de Resultado Visual



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

Ejercicio Profesional Supervisado 2020
Encuesta Grupo Objetivo
Análisis de Resultado Visual



Encuesta 3

Muestra esperada: 50 personas

1/3

Esta herramienta de investigación se utilizará únicamente para la recopilación de opiniones del grupo objetivo para diagnosticar soluciones visuales propuestas para la identidad del Vivero de Economía Creativa -VEC-.

Contextualización de la institución: El Vivero de Economía Creativa (VEC) es una plataforma de apoyo integral para los agentes culturales y creativos de Guatemala. Se enfoca en brindar espacios de formación y vinculación en los cuales se fortalezcan capacidades, procesos de articulación y colaboración para el mejoramiento social y económico de la juventud guatemalteca, enfocada en el ámbito cultural/creativo y de las nuevas tecnologías.

El proyecto consiste en el desarrollo de un manual de normas gráficas con parámetros y lineamientos gráficos que normen y fortalezcan la comunicación institucional del Vivero de Economía Creativa (VEC).

Se presentarán a continuación materiales y representaciones gráficas que serán de apoyo para la visualización de la imagen de sus servicios.

Correo electrónico

Edad

Profesión

Género
☐ Hombre
☐ Mujer

Nivel Socioeconómico
☐ Baja
☐ Media baja
☐ Media
☐ Media alta
☐ Alta

Ilustración e iconografía

¿Por qué puntos?

La idea nace a través del entendimiento de la funcionalidad del "vivero" traducido a "incubadora de proyectos", el vivero se encarga de germinar estos proyectos (creativos o tecnológicos), que eventualmente crecerán, desarrollarán un producto y finalmente se encontrarán listos para ser funcionales y generar sus propios ingresos.

Es por esto que la línea gráfica tiene como base un círculo, haciendo referencia a una semilla y al proceso de crecimiento de esta misma, que en el futuro se convierte en una planta. Se conceptualizó bajo el término de la "Gradación", que en diseño gráfico se traduce a una disciplina estética que exige no solo un cambio gradual, sino que ese cambio sea hecho de manera ordenada. Genera ilusión óptica y crea una sensación de progresión, lo que normalmente conduce a una culminación o una serie de culminaciones.

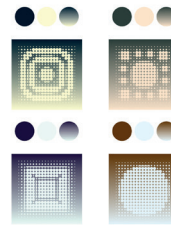
Línea gráfica - Evalúe los siguientes criterios en una escala de 1 a 3, siendo 1 la puntuación más baja y 3 la más alta.

Encuesta 3

Muestra esperada: 50 personas

2/3

Paleta de Color



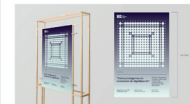
4 Colores de 8

La paleta de colores está basada en las 4 secciones en las que se encuentra dividido el enfoque del Vivero: Cultura y desarrollo, Economía creativa, Tecnologías creativas y Educación - programa ACERCA

Paleta de color - Evalúe los siguientes criterios en una escala de 1 a 3, siendo 1 la puntuación más baja y 3 la más alta.

La paleta de colores atraen su atención
La paleta de color es apropiada en los servicios que ofrece el Vivero
Considera que es una paleta de colores moderna

Aplicaciones Impresas / Poster



Poster Institucional

El siguiente poster mide 10x17 Pulg. y será utilizado para la comunicación externa y presencial de los eventos que el Vivero de Economía Creativa -VEC- ofrece.

Aplicación visual / Poster - Evalúe los siguientes criterios en una escala de 1 a 3, siendo 1 la puntuación más baja y 3 la más alta.

La Ilustración se relaciona con el contenido
Tiene abstracción gráfica
Visualmente le resulta atractivo
Considera que visualmente es moderno
La información es legible

Aplicaciones Impresas / Interior del Manual de normas gráficas



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

Ejercicio Profesional Supervisado 2020
Encuesta Grupo Objetivo
Análisis de Resultado Visual



Encuesta 3

Muestra esperada: 50 personas

3/3

Aplicaciones Impresas / Interior de Manual

El tamaño del interior del manual de normas gráficas es de 10x15 Pulg. (Tamaño Carta), la información colocada en las páginas que se muestran en la imagen son: troqueles y lineamientos gráficos de la identidad de la institución.

Aplicación visual / Interior de Manual - Evalúe los siguientes criterios en una escala de 1 a 3, siendo 1 la puntuación más baja y 3 la más alta.

Existe ordenamiento y limpieza en la colocación de la información
Visualmente le resulta atractivo
Considera que el diseño es actual

Aplicaciones Impresas / Papelería administrativa



Aplicaciones Impresas / Papelería Administrativa

Los diseños anteriormente ejemplificados constan de la papelería administrativa del Vivero de Economía Creativa, una invitación, una hoja membretada, tarjetas de presentación y un sobreborde.

Aplicación visual / Papelería Administrativa - Evalúe los siguientes criterios en una escala de 1 a 3, siendo 1 la puntuación más baja y 3 la más alta.

Tiene abstracción gráfica
Visualmente le resulta atractivo
Considera que visualmente es moderno

Tratamiento de imágenes



Tratamiento de imágenes - Evalúe los siguientes criterios en una escala de 1 a 3, siendo 1 la puntuación más baja y 3 la más alta.

Le resulta atractivo el tratamiento de coloración
Llaman su atención a primera instancia
La imagen es perceptible en ambas representaciones

Guatemala, abril 23 de 2025

MSc. Arquitecto
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

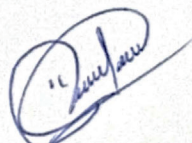
Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación ***Diseño de Manual de Normas Gráficas para el Vivero de Economía Creativa –VEC– del Centro Cultural de España con sede en Guatemala*** de la estudiante **Jackeline Rocío Ubeda Campos** de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico, carné universitario 201401234, previamente a conferírsele el título de **Diseñadora Gráfica** en el grado académico de Licenciada.

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.

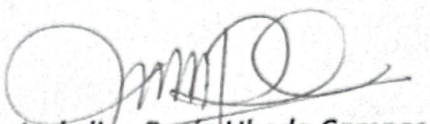
Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,

Keila Ivonne Lepe
LICENCIADA EN LETRAS
COLEGIADO 29550

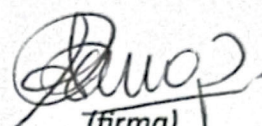

Keila Ivonne Lepe
Licenciada en Letras
Colegiado núm. 29 550

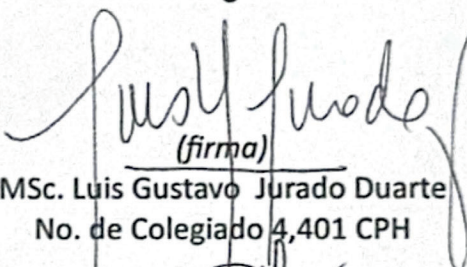
**Diseño de Manual de Normas Gráficas para el
Vivero de Economía Creativa –VEC– del Centro Cultural de España con sede en
Guatemala**

Proyecto de Graduación desarrollado por:


Jackeline Rocío Ubeda Campos

Asesorado por:

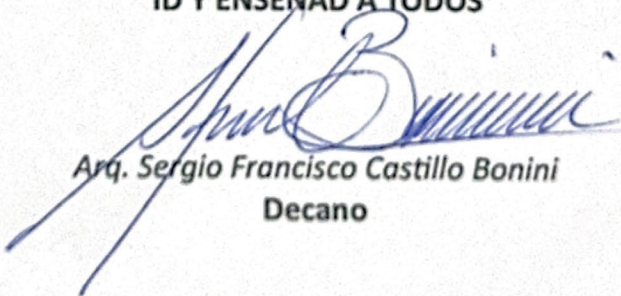

(firma)
Licda. Cindy Gabriela Ruano Palencia
No. de Colegiado G298


(firma)
MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte
No. de Colegiado 4,401 CPH


(firma)
Lic. Axel Gabriel Flores Menéndez
No. de Colegiado 6-502

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

