



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de materiales gráficos impresos
para promover en las personas del área rural
la buena administración del dinero,
proyecto realizado para la Fundación del Centavo
Guatemala**

Proyecto desarrollado por:
Elvis Haroldo Loaiza Pérez

Para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño de materiales gráficos impresos
para promover en las personas del área rural
la buena administración del dinero, proyecto
realizado para la Fundación del Centavo Guatemala**

Proyecto desarrollado por:
Elvis Haroldo Loaiza Pérez

Para optar al título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, julio de 2026

“Asumo la autoría de este trabajo, responsabilizándome por las ideas y fundamentos expuestos, así como por la originalidad del contenido, el análisis y las conclusiones. Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Decano
Msc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque	Vocal II
Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barillas	Vocal III
Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola	Vocal IV
Br. Laura del Carmen Berganza Pérez	Vocal V
Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez	Secretario Académico

Tribunal Examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Decano
Arq. Francisco Ronaldo Herrarte Gonzalez	Secretario Académico
MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte	Examinador
MSc. Carlos Enrique Franco Roldan	Examinador
Lcda. Karen Vanessa Revolorio García	Examinador

Agradecimientos

A mis padres: Edwin y Milagro por su apoyo constante y por creer en mí en todo momento. Su confianza y amor han sido mi mayor motivación para alcanzar cada meta. A mi amigo : Carlos Bercian, por su amistad y por compartir conmigo momentos de alegría y apoyo sincero. Mi gratitud especial para el intérprete de Lengua de Señas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, cuya dedicación y esfuerzo han hecho posible mi plena participación en las clases y actividades académicas. A los docentes que, con paciencia y compromiso, han transmitido sus conocimientos y me han inspirado a seguir aprendiendo cada día. A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por abrirme las puertas a la educación superior y brindarme la oportunidad de crecer personal y profesionalmente.

Índice

	pág
01 Introducción	1
1.1 Antecedentes	3
1.2 Problema	4
1.3 Justificación	5
1.4 Objetivos del proyecto	6
02 Perfiles	9
2.1 Perfil de la institución	11
2.2 Perfil del grupo objetivo	21
03 Planeación operativa	23
3.1 Flujograma	25
3.2 Cronograma de trabajo	27
3.3 Previsión de costos	28
04 Marco teórico	33
4.1 Análisis actual de la salud en Guatemala	35
4.2 Diseño gráfico como disciplina comunicacional	38
4.3 Materiales de comunicación gráfica para el apoyo a la Fundación	44
05 Definición creativa	49
5.1 Brief de diseño	51
5.2 Referentes visuales	53
5.3 Estrategia de diseño	56
5.4 Referencia de concepto creativo	57
5.5 Premisas de diseño	59

06 Producción gráfica **pág 63**

6.1 Primer nivel de visualización	65
6.2 Segundo nivel de visualización	80
6.3 Tercer nivel de visualización	86
6.4 Cuarto nivel de visualización	91
6.5 Quinto nivel de visualización	95
6.6 Propuesta final	99
6.7 Fundamentación	104
6.8 Lineamientos para puesta en práctica	118
6.9 Aporte económico del estudiante	120

07 Síntesis del proceso **123**

7.1 Lecciones aprendidas	125
7.2 Conclusiones	126
7.3 Recomendaciones	127

Referencia consultadas	129
Anexos	135

Índice de figuras

páginas

Figura n.º 1. Organigrama del Fundación del Centavo. Fuente: elaboración propia.....	(pág.16)
Figura n.º 2. Logotipo Fundación del Centavo. Fuente:	(pág.17)
Figura n.º 3. Afiches Fundación del Centavo. Fuente:	(pág.18)
Figura n.º 4. Tarjeta de presentación Fundación del Centavo. Fuente:	(pág.19)
Figura n.º 5. Trifoliar Fundación del Centavo. Fuente:	(pág.19)
Figura n.º 6. Lotería Fundación del Centavo. Fuente:.....	(pág.20)
Figura n.º 7. Flujograma del Fundación del Centavo. Fuente: elaboración propia.....	(pág.25)
Figura n.º 8. Flujograma del Fundación del Centavo. Fuente: elaboración propia.....	(pág.26)
Figura n.º 9. Cronograma del Fundación del Centavo. Fuente: elaboración propia.....	(pág.27)
Figura n.º 10. Cronograma del Fundación del Centavo. Fuente: elaboración propia.....	(pág.30)
Figura n.º 11. Subway Branding.....	(pág.53)
Figura n.º 12. Tarjeta de presentacion.....	(pág.53)
Figura n.º 13. Lotería	(pág.53)
Figura n.º 14. Lotería cardas medianas.....	(pág.54)
Figura n.º 15. Lotería iconografía.....	(pág.54)
Figura n.º 16. Afiche.....	(pág.54)
Figura n.º 17. Tipografía.....	(pág.55)
Figura n.º 18. Loteriacardas atras.....	(pág.55)
Figura n.º 19. Listado de atributos Fuente: elaboración propia.....	(pág.57)
Figura n.º 20. Listado de atributos Fuente: elaboración propia.....	(pág.58)
Figura n.º 21. Listado de atributos Fuente: elaboración propia.....	(pág.59)
Figura n.º 22. Loteria iconográfica.....	(pág.60)
Figura n.º 23. Loteria iconográfica.....	(pág.61)
Figura n.º 24. Bocetos personajes nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.65)
Figura n.º 25. Bocetos tarjeta de presentación nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.67)
Figura n.º 26. Bocetos afiche nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.68)
Figura n.º 27. Desplegable cuadrado folleto nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.69)
Figura n.º 28. Bocetos trifoliar nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.70)
Figura n.º 29. Bocetos lotería nivel 1Fuente: elaboración propia.....	(pág.71)
Figura n.º 30. Bocetos Troquel caja nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.72)
Figura n.º 31. Bocetos troquel cajita nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.73)
Figura n.º 32. Visualización de propuestas de trifoliales nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.74)
Figura n.º 34. Visualización de propuestasdetarjetadepresentación nivel1 Fuente: elaboración.....	(pág.75)
Figura n.º 33. Visualización de propuestas de afiche nivel 1Fuente: elaboración propia.....	(pág.76)
Figura n.º 34. Visualización de propuestas de cudrado folleto nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.77)
Figura n.º 35. Visualización de propuestas de Lotería nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.78)
Figura n.º 36. Visualización de propuestas de empaque caja nivel 1 Fuente: elaboración propia.....	(pág.80)
Figura n.º 37. Visualización de propuestas de afiche nivel 2 Fuente: elaboración propia.....	(pág.81)
Figura n.º 38. Visualización de propuestas de lotería nivel 2 Fuente: elaboración propia.....	(pág.81)
Figura n.º39. Visualización de propuestas de cuadrado folleto nivel 2 Fuente: elaboración propia.....	(pág.82)
Figura n.º 40. Visualización de propuestas de Trifoliar nivel 2 Fuente: elaboración propia.....	(pág.82)
Figura n.º 41. Visualización de propuestasdetarjetadepresentación nivel 2 Fuente: elaboración propia.....	(pág.83)
Figura n.º 42. Visualización de empaque caja nivel 2 Fuente: elaboración propia.....	(pág.86)
Figura n.º 43. Visualización de trifoliar nivel 3 Fuente: elaboración propia.....	(pág.87)
Figura n.º 44. Visualización de tarjeta de presentación nivel 3 Fuente: elaboración propia.....	(pág.87)
Figura n.º 45. Visualización de afiche nivel 3 Fuente: elaboración propia.....	(pág.88)
Figura n.º 46. Visualización de cuadrado desplegable folleto nivel 3 Fuente: elaboración propia.....	(pág.88)
Figura n.º 47. Visualización de lotería nivel 3 Fuente: elaboración propia.....	(pág.89)
Figura n.º 48. Visualización de caja nivel 3 Fuente: elaboración propia.....	(pág.91)
Figura n.º 49. Visualización de propuestas de cuadrado folleto nivel 4 Fuente: elaboración propia.....	(pág.92)
Figura n.º 50. Visualización de propuestas de afiche nivel 4 Fuente: elaboración propia.....	(pág.92)
Figura n.º 51. Visualización de propuestas de trifoliar nivel 4 Fuente: elaboración propia.....	(pág.92)
Figura n.º 52. Visualización de tarjeta de presentación caja nivel 4 Fuente: elaboración propia.....	(pág.93)

páginas

Figura n.º 53. Visualización de propuestas de Lotería nivel 4 Fuente: elaboración propia.....	(pág.93)
Figura n.º 54. Visualización de propuestas de caja nivel 4 Fuente: elaboración propia.....	(pág.95)
Figura n.º 55. Visualización de propuestas decuadrado folleto nivel 5 Fuente: elaboración propia.....	(pág.96)
Figura n.º 56. Visualización de propuestas de Afiche nivel 5 Fuente: elaboración propia.....	(pág.96)
Figura n.º 57. Visualización de propuestas de trifoliar nivel 5 Fuente: elaboración propia.....	(pág.96)
Figura n.º 58. Visualización de tarjeta de presentación caja nivel 5 Fuente: elaboración propia.....	(pág.97)
Figura n.º 59. Visualización de propuestas de Lotería nivel 5 Fuente: elaboración propia.....	(pág.99)
Figura n.º 60. Visualización de propuestas de caja nivel 5 Fuente: elaboración propia.....	(pág.100)
Figura n.º 61. Formato final desplegable cuadrado folleto Fuente: elaboración propia.....	(pág.100)
Figura n.º 62. Formato final Afiche Fuente: elaboración propia.....	(pág.101)
Figura n.º 63. Formato final trifoliar Fuente: elaboración propia.....	(pág.101)
Figura n.º 64. Formato final Lotería Fuente: elaboración propia.....	(pág.102)
Figura n.º 65. Formato final Lotería Fuente: elaboración propia	(pág.102)
Figura n.º 66. Formato final Lotería Fuente: elaboración propia.....	(pág.103)
Figura n.º 67. Formato final caja Fuente: elaboración propia.....	(pág.100)
Figura n.º 68. Formato final caja Fuente: elaboración propia.....	(pág.104)
Figura n.º 69. Afiche Fuente: elaboración propia.....	(pág.107)
Figura n.º 70. Trifoliar Fuente: elaboración propia.....	(pág.108)
Figura n.º 71. Lotería Fuente: elaboración propia.....	(pág.111)
Figura n.º 72. Cuadrado folleto desplegable Fuente: elaboración propia.....	(pág.113)
Figura n.º 73. Personajes Fuente: elaboración propia.....	(pág.114)
Figura n.º 74. Formato final caja Fuente: elaboración propia.....	(pág.115)
Figura n.º 75. Formato final caja Fuente: elaboración propia.....	(pág.116)
Figura n.º 76. Formato final caja Fuente: elaboración propia.....	(pág.117)
Figura n.º77. Formato final caja Fuente: elaboración propia.....	(pág.118)

Presentación

El presente trabajo se orienta a la gestión de los elementos gráficos de marca, como parte del fortalecimiento de la identidad visual de la Fundación del Centavo de Guatemala, vinculada a la Universidad de San Carlos de Guatemala. Esta institución, con sede en la ciudad de Guatemala y creada con el propósito de impulsar la equidad y el desarrollo académico, busca optimizar su imagen institucional y reforzar su presencia en medios impresos y digitales.

La finalidad principal es que la Fundación del centavo sea reconocida como un referente en proyectos sociales y educativos, mediante un diseño visual coherente que transmita sus valores y objetivos. Este planteamiento abarca desde la definición de parámetros gráficos hasta la aplicación estratégica en diversos formatos de comunicación.

El informe se organiza en los siguientes apartados:

Capítulo 1: Introducción, que aborda los antecedentes y el contexto social de la institución, así como la justificación y objetivos del proyecto.

Capítulo 2: Descripción del público objetivo y del perfil institucional.

Capítulo 3: Planificación del proyecto, con cronograma, flujograma y presupuesto.

Capítulo 4: Marco teórico, que recopila las bases conceptuales y referentes del diseño.

Capítulo 5: Definición creativa, donde se establecen conceptos, estilos y propuestas gráficas.

Capítulo 6: Producción visual y medios de difusión.

Capítulo 7: Síntesis y conclusiones, con recomendaciones para su implementación futura.



Capítulo Introducción

- 1.1 Antecedentes**
- 1.2 Problema**
- 1.3 Justificación**
- 1.4 Objetivos del proyecto**

1.1 Antecedentes

Fundación del Centavo Guatemala

La Fundación del Centavo (FUNDACEN), establecida en 1963, ha desempeñado un papel crucial en el desarrollo rural de Guatemala mediante la provisión de microcréditos y capacitación a personas sin acceso al sistema financiero formal. Sin embargo, como muchas organizaciones con una larga trayectoria, ha enfrentado desafíos en su comunicación visual que han afectado su capacidad para transmitir eficazmente su misión y conectar con diversas audiencias.¹

Evolución de la identidad visual

A lo largo de sus más de 60 años de existencia, FUNDACEN ha experimentado cambios en su identidad visual para adaptarse a las tendencias y necesidades comunicativas. Sin embargo, estos cambios no siempre han sido coherentes ni estratégicamente planificados, lo que ha generado una imagen institucional fragmentada y, en ocasiones, confusa para el público.²

Limitaciones en recursos y capacitación

Como organización sin fines de lucro, FUNDACEN ha enfrentado restricciones presupuestarias que limitan la inversión en profesionales especializados en diseño gráfico y comunicación visual. Esto ha resultado en materiales

promocionales y educativos que carecen de uniformidad y atractivo visual, disminuyendo su efectividad en la transmisión de mensajes clave.³

Diversidad cultural y lingüística

Guatemala es un país con una rica diversidad cultural y lingüística. FUNDACEN trabaja con comunidades que hablan diferentes idiomas y tienen distintas tradiciones visuales. La falta de adaptación de los materiales visuales a estos contextos específicos ha dificultado la comprensión y apropiación de los mensajes por parte de las comunidades beneficiarias.⁴

Presencia digital y medios sociales

Aunque FUNDACEN ha establecido presencia en plataformas digitales como su sitio web oficial y redes sociales, la consistencia y calidad de su comunicación visual en estos medios varía. La falta de una estrategia digital coherente ha limitado su alcance y la capacidad de involucrar a una audiencia más amplia, especialmente a las generaciones más jóvenes.⁵

Necesidad de actualización y modernización

El entorno de la comunicación visual está en constante evolución, con nuevas herramientas y tendencias emergentes. FUNDACEN necesita actualizar y modernizar su enfoque para mantenerse relevante y efectiva en la difusión de su labor y en la captación de apoyo y recursos.⁶

Fundación del Centavo (FUNDACEN). (s.f.). Inicio / Quiénes somos. Fundación del Centavo. 1

Fundación del Centavo. (s.f.). Contacto — Fundación del Centavo. Fundación del Centavo. 2

Instituto Nacional de Estadística (INE). (s.f.). Sitio oficial — Instituto Nacional de Estadística de Guatemala. 3

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2023). Documento presupuestario / publicaciones. Ministerio de Finanzas 4

Ministerio de Educación (MINEDUC). (s.f.). Sitio oficial — Ministerio de Educación de Guatemala. 5

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS). (s.f.). Información institucional

— MSPAS / Guatemala. 6

1.2 Problema de comunicación visual

1.1. Problema social

La Fundación del Centavo (FUNDACEN) es una organización guatemalteca sin fines de lucro, fundada en 1963 por Sam Greene, con el objetivo de promover el desarrollo rural mediante microcréditos y capacitación para personas de escasos recursos.⁷

En cuanto a la comunicación visual, se ha identificado que la Fundación enfrenta desafíos en este ámbito. Un estudio realizado por Michelle Lucía Aguilar Aldana señala que las campañas de comunicación visual de FUNDACEN han sido de corta duración y no han tenido un alcance amplio, lo que ha limitado su efectividad.⁸

Estos antecedentes indican la necesidad de fortalecer la estrategia de comunicación visual de la Fundación

para mejorar su alcance y efectividad en la promoción de sus programas y servicios.⁹

La delimitación del problema se centra en áreas rurales de Guatemala (Alta Verapaz, Chimaltenango y Quiché) durante los últimos cinco años, afectando a beneficiarios rurales, donantes y el público general. Los canales afectados incluyen materiales impresos, digitales y señalética institucional. La Fundación del Centavo (FUNDACEN) ha sido un pilar fundamental en el desarrollo rural de Guatemala mediante la provisión de microcréditos y programas de capacitación. Sin embargo, la falta de una comunicación visual estratégica ha limitado su capacidad para posicionarse efectivamente ante sus públicos clave y maximizar el impacto de sus proyectos.¹⁰

Portal Medicamentos MSPAS. (s.f.). Inicio — MSPAS (registro de medicamentos y servicios).⁷

Banco de Guatemala (BANGUAT). (s.f.). Sitio oficial — Banco de Guatemala.⁸

Banco Mundial. (s.f.). Guatemala — página del país (World Bank) — datos y análisis.⁹

Banco Mundial — Noticias. (2025, Sep 24). World Bank supports Guatemala in strengthening resilience... (nota / comunicado).¹⁰

1.3 Justificación del proyecto

Trascendencia del proyecto

El proyecto de fortalecimiento de la comunicación visual en la Fundación del Centavo (FUNDACEN) es trascendental porque amplía significativamente el impacto social, institucional y económico de la organización. Para dar a conocer la educación financiera para usuarios del área rural.¹¹

Impacto Social:

Un diseño visual inclusivo y adaptado a las comunidades rurales permitirá a FUNDACEN difundir los conocimientos de Educación Financiera a través de material gráfico visual y lúdico que permite la capacitación de manera más efectiva, potenciando el empoderamiento económico y educativo de poblaciones vulnerables.¹²

Incidencia del diseño gráfico

El diseño gráfico juega un papel crucial en la Fundación del Centavo (FUNDACEN), ya que tiene un impacto directo en su capacidad para comunicar de manera efectiva su misión, atraer donantes, involucrar a las comunidades rurales y fortalecer su presencia institucional.¹³

Factibilidad del proyecto

La viabilidad técnica del proyecto está relacionada con la capacidad de FUNDACEN para implementar los cambios necesarios en su comunicación visual. Esto involucra.¹⁴
acceso a herramientas y recursos de

Diseño:

FUNDACEN tiene acceso a herramientas de diseño gráfico modernas y profesionales, lo que permite la creación de materiales visuales de alta calidad. La adquisición de software especializado, como Adobe Creative Suite, es accesible para la Fundación, si se considera como parte del presupuesto del proyecto.

Si bien la Fundación del centavo puede no contar con un equipo interno de diseño gráfico, se puede recurrir a *freelancers* o agencias de diseño locales con experiencia en trabajo con organizaciones sociales. También se podría capacitar al personal actual para tener un nivel básico de conocimientos en diseño gráfico.

FUNDACEN ya tiene presencia digital mediante un sitio web y redes sociales. La plataforma digital es adecuada para implementar las mejoras visuales, y no sería necesario realizar grandes inversiones en infraestructura tecnológica para comenzar el proyecto. Se puede trabajar con diseñadores que comprendan las características culturales y lingüísticas de las comunidades rurales de Guatemala, asegurando que los materiales visuales sean accesibles y relevantes para todas las audiencias.

Además ya cuenta con el contenido de un “Manual de la administración apropiada del dinero” y el estudio de la dinámica de la lotería derivada del manual.¹⁵

Banco Interamericano de Desarrollo (BID). (s.f.). Oficina del BID en Guatemala / representación país¹¹

BID — Noticias. (s.f.). BID inaugura su nueva sede en Guatemala... (comunicado).¹²

BID Invest. (s.f.). Guatemala — BID Invest (perfil país y proyectos).¹³

USAID / Embajada de EE. UU. en Guatemala. (s.f.). Entradas sobre USAID — página de la Embajada de EE. UU. en Guatemala.¹⁴

USAID (global). (s.f.). Sitio oficial — USAID.¹⁵

1.4 Objetivos del proyecto

Objetivo General:

Contribuir a la mejora de las condiciones de vida de personas y comunidades en situación de vulnerabilidad en Guatemala, a través de la recolección y canalización de donaciones solidarias, y de programas que brinden conocimientos de educación financiera, promoviendo una cultura de ayuda mutua basada en el valor de los pequeños aportes.¹⁶

Específicos

De comunicación visual institucional
Estructurar y Divulgar los conocimientos de educación financiera reflejando los valores de solidaridad, esperanza y compromiso social de la Fundación del Centavo. De una manera ordenada transmitir y enseñar jugando los conceptos indicados en el “Manual de la administración apropiada del dinero”, logrando brindar confianza y transparencia institucional a través de una comunicación visual clara, ética y emocionalmente cercana al público objetivo.¹⁷

De Diseño Gráfico

Diseñar el “Manual de la administración apropiada del dinero”, adaptándolo a personas del área rural, logrando comunicar los conceptos de educación financiera de manera clara, a través de una lotería lúdica que refuerce la identidad institucional, por medio de materiales informativos educativos y promocionales que faciliten la difusión de las campañas, todo esto se apoyó en estrategias visuales de recaudación de fondos mediante diseños impactantes, coherentes y adaptados al público objetivo, integrando elementos propios de la cultura guatemalteca alcanzado así un sentido de pertenencia y empatía, determinado así los valores y propósitos de la fundación del centavo.¹⁸

Fundación del Centavo — Facebook (página institucional). (s.f.). Perfil y publicaciones de FUNDACEN en Facebook.¹⁶

Fundación del Centavo — LinkedIn (perfil oficial). (s.f.). Perfil FUNDACEN en LinkedIn.¹⁷

Aprende Guatemala. (2023, Feb 20). Fundación del Centavo en Guatemala (artículo / descripción sobre FUNDACEN).¹⁸

De esta manera concluye este capítulo, en el cual se explicaron los motivos esenciales que sustentan la relevancia de este proyecto para fortalecer el compromiso social y educativo de la Fundación del Centavo en Guatemala. En el siguiente capítulo se presentarán los perfiles institucionales y las particularidades del público objetivo, al que se dirige la propuesta de comunicación y diseño.





Capítulo Perfiles

- 2.1 Perfil de la institución
- 2.2 Perfil del grupo objetivo

2.1 Perfil del cliente

Proyecto Fundación del Centavo Guatemala.

Es una organización sin fines de lucro que tiene como propósito principal apoyar a personas y comunidades guatemaltecas en condición de vulnerabilidad económica, mediante la recolección de micro donaciones. Su labor se basa en la creencia de que incluso los aportes más pequeños pueden tener un impacto significativo. Trabajan junto a comercios, empresas y ciudadanos en todo el país, promoviendo una cultura de solidaridad y corresponsabilidad social. La fundación impulsa acciones concretas que buscan mejorar la calidad de vida de los beneficiarios, al mismo tiempo que fomentan procesos de cambio colectivo, tanto a nivel comunitario como institucional.¹⁹

Análisis actual del tipo de enfoque social en Guatemala

Organigrama de la institución

Debido a la ausencia de un financiamiento constante, la estructura organizativa de la Fundación del Centavo está conformada por un equipo reducido, pero esencial, compuesto por tres roles clave que sustentan las actividades y programas implementados. A continuación, se presentan los cargos fijos dentro de la institución:

Dirección General: responsable de la planificación estratégica y supervisión general de los proyectos.²⁰

Área de comunicación: encargada de gestionar la difusión de información, campañas y contenidos institucionales.
Área psicosocial: enfocada en brindar apoyo emocional y asesoría a los beneficiarios de los programas.²¹

Departamento y descripción

La Fundación del Centavo no cuenta con una estructura departamental formalizada para el manejo de comunicación y diseño gráfico. Sin embargo, las funciones relacionadas con la imagen institucional y el material visual utilizado en programas y plataformas digitales son asumidas por áreas específicas dentro de la organización, asegurando así la difusión coherente de los mensajes y contenidos estratégicos.²²

Dirección General

En esta área se gestionan las estrategias de comunicación institucional, asegurando la coherencia en la difusión de mensajes y el posicionamiento de la imagen organizacional, tanto a nivel interno como externo. Además, se coordinan los esfuerzos para consolidar la identidad de la Fundación y fortalecer su presencia en distintos medios y plataformas. departamento de programas. En esta sección se diseña la estructura general de los programas que se desean implementar. Además, se elabora material educativo que sirve como recurso complementario para las distintas actividades planificadas.²³

Ministerio de Educación — portal alterno (Guatemala.gob.gt). (s.f.). Ministerio de Educación — ficha en guatemala.gob.gt.¹⁹

Instituto Nacional de Estadística — redes sociales / cuentas oficiales (ej.: X / Twitter). (s.f.). Cuenta oficial del INE en X (Twitter) / redes oficiales.²⁰

UNCAC Coalition; Acción Ciudadana (Guatemala). (2025, 30 oct.). New civil society report on Guatemala: Structural weaknesses and shrinking civic space hinder anti-corruption efforts. Recovered from <https://uncaccoalition.org/uncacparallelreportguatemala/21>

Human Rights Watch. (2025). World Report 2025: Guatemala. Retrieved from <https://www.hrw.org/world-report/2025/country-chapters/guatemala22>

Amnesty International USA. (s.f.). Guatemala — Human Rights. Retrieved from <https://www.amnestyusa.org/countries/guatemala/23>

Información general

Historia

Samuel Greene, empresario norteamericano retirado se instaló a orillas del lago de Atitlán, en 1962. Hizo amistad con campesinos cakchiqueles e identificó la necesidad de microcrédito... Esta labor la inició a nivel personal y le enseñó a los agricultores a ahorrar centavos por día para pagar el crédito obtenido semanalmente. Esta metodología resultó con éxito y dio nombre a la Fundación del Centavo. En 1963, Greene reflexionó que la necesidad superó su capacidad de recursos y contactó a 44 empresarios, quienes aportaron un capital semilla para formar la Institución.

Desde entonces la Fundación del Centavo es la primera institución no gubernamental de microcréditos en Guatemala, para vivienda, tenencia de tierra y proyectos productivos, principalmente agrícolas y artesanales.

24

Misión

Promover con calidad el desarrollo integral de las personas que no tienen acceso al sistema financiero formal, mediante el microcrédito y la capacitación, sin distinción de etnia, sexo o credo.

Visión

Ser una institución autosostenible, en expansión y líder en desarrollo rural.

Valores

Promovemos una cultura basada en la empatía, la responsabilidad social, la igualdad de oportunidades, la participación consciente, el diálogo respetuoso, la inclusión y el pensamiento crítico.

Objetivo

Impulsar el bienestar y crecimiento integral de niñas, niños, adolescentes y jóvenes en Guatemala mediante iniciativas que promuevan la creatividad, el aprendizaje lúdico y la actividad física inclusiva.

Líneas estratégicas

Reforzamiento organizacional y comunitario, participación activa de juventudes Autonomía y liderazgo de mujeres jóvenes crianza positiva y entornos seguros.

Servicios

Apoyo educativo:

Entrega de becas y acompañamiento académico a jóvenes en condiciones vulnerables para fomentar su permanencia en el sistema escolar.

Formación familiar:

Talleres interactivos para madres, padres y cuidadores enfocados en prácticas de crianza consciente y afectiva.

Espacios de expresión y desarrollo:

Facilitar la organización de grupos juveniles donde se fomenta el arte, el

deporte, la música, el liderazgo femenino y la convivencia saludable en ambientes seguros.

Fortalecimiento comunitario: Encuentros y capacitaciones para líderes comunitarios que buscan impulsar iniciativas locales de transformación social.

Cobertura

La Fundación del Centavo opera principalmente en comunidades rurales del departamento de Chimaltenango, Guatemala.

Beneficiarios

Se enfoca en brindar apoyo a familias en situación de vulnerabilidad, especialmente niños, madres solteras y adultos mayores.

Fuentes de financiamiento

De acuerdo con su equipo administrativo, la fundación se sostiene gracias al respaldo de aportes individuales, campañas solidarias y alianzas con organizaciones internacionales.

Antecedentes gráficos

Debido a que la Fundación del Centavo funciona con recursos limitados, no cuenta con un diseñador gráfico permanente, lo que ha dificultado mantener una identidad

visual coherente en sus materiales promocionales y comunicaciones digitales.

Medios digitales: sitio web institucional

El portal web de la Fundación del Centavo actúa como una carta de presentación para quienes desean conocer e involucrarse con la causa. A través de esta plataforma, se comunican los antecedentes de la fundación, sus proyectos en curso y las formas en que se puede colaborar, ya sea mediante voluntariado o contribuciones monetarias.

El diseño del sitio está orientado a facilitar la navegación, empleando una paleta cromática que refleja los valores de cercanía y compromiso social de la fundación. Además, se utilizan formas limpias y estructuras simples que dirigen la atención a los mensajes clave.

Fotografías de las comunidades beneficiadas, principalmente de áreas rurales y urbanas empobrecidas, complementan la experiencia visual, mostrando el impacto tangible de las iniciativas apoyadas por la Fundación.

Grupos objetivos

Muestra de participantes de la organización Fundación del Centavo Guatemala al trabajar con adolescentes y jóvenes de distintas edades, protegen

la interacción de personas fuera de la organización con sus participantes. De tal manera que los datos e información para el planteamiento del grupo objetivo se obtuvo a través de una entrevista virtual con la Directora General Fundación del Centavo y la licenciada en Ciencias de la Comunicación Karen Revolorio.²⁴

Análisis e interpretación de resultados

Características geográficas

Las actividades de la Fundación se desarrollan principalmente en comunidades urbanas y semiurbanas del departamento de Guatemala, donde existe una alta concentración de jóvenes y necesidades sociales.

Características sociodemográficas

Adolescentes y jóvenes con un rango de edad entre los 12 y 25 años, en su mayoría enfrentan complejas presiones sociales, económicas, emocionales, así como violencia e inseguridad a diario.

Características socioeconómicas

Barrio urbano marginado y densamente poblado en las afueras de la ciudad de Guatemala, la mayoría de la población padece pobreza extrema, falta de

acceso a los servicios básicos, un sistema público de educación y salud atribulado. Con nivel socioeconómico media alta, media baja y baja alta.

Características psicográficas

Adolescentes y jóvenes de escasos recursos, que pertenecen a familias con una base económica, en su mayoría, de sueldo mínimo que dependen de un jefe de familia con estudios no mayores a educación primaria. En la mayoría de los casos, la mayor parte de su gasto se asigna a los alimentos y en menor proporción a la educación.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

Al ser adolescentes y jóvenes carentes de atención, protección y motivación para salir adelante y dejar su situación actual, la organización salir adelante de su situación actual, la organización permite, a través de sus programas y actividades, que estos grupos se sientan motivados a mejorar la calidad de vida, tanto personal como la de su entorno familiar y de la comunidad.



Organigrama

Organigrama Institucional: Fundación del Centavo – FUNDACEN

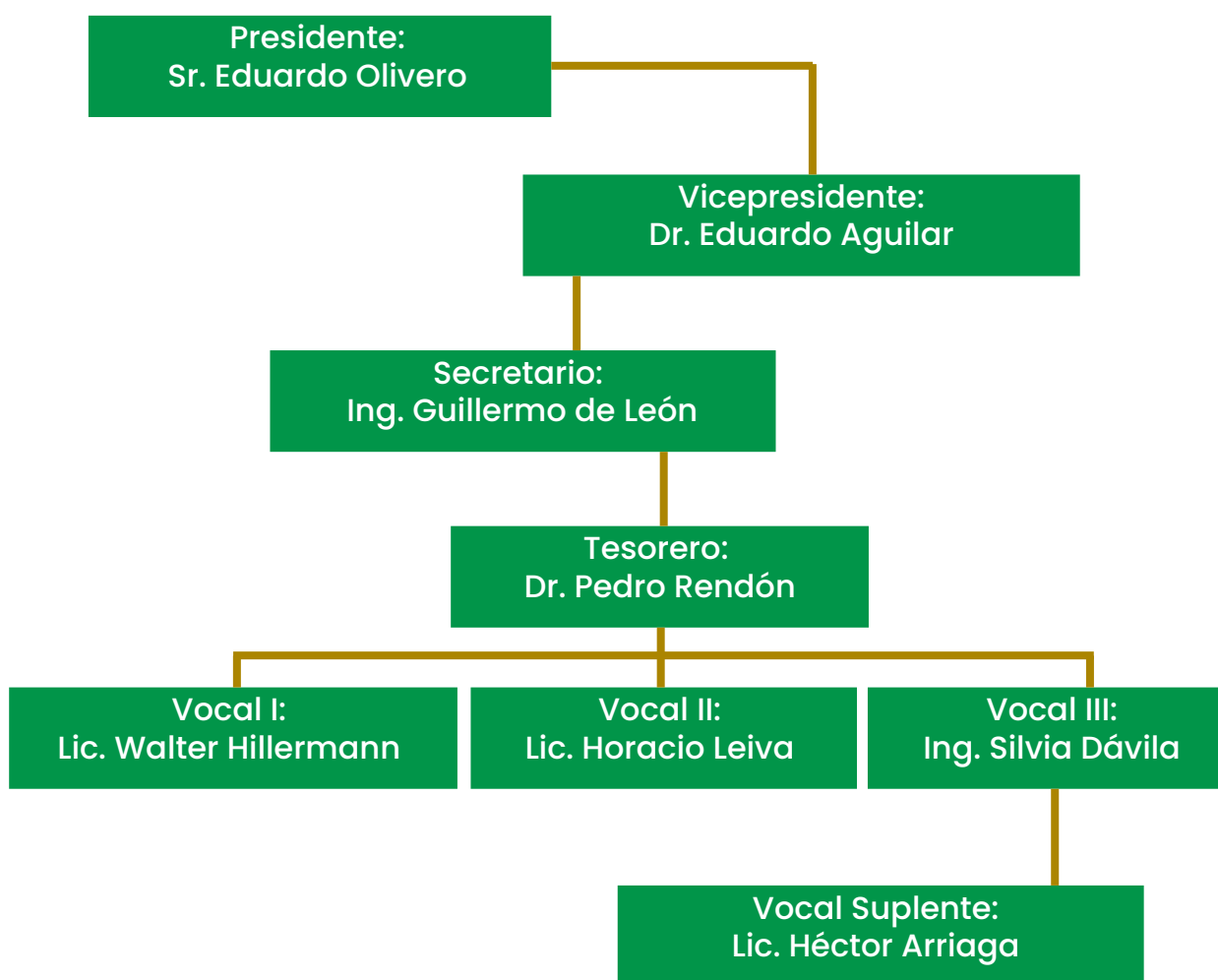


Figura n.º 1. Organigrama del Fundación del Centavo Fuente: elaboración propia

Medios digitales: sitio web institucional

El portal web de la Fundación del Centavo actúa como una carta de presentación para quienes desean conocer e involucrarse con la causa. A través de esta plataforma, se comunican los antecedentes de la fundación, sus proyectos en curso y las formas en que se puede colaborar, ya sea mediante voluntariado o contribuciones monetarias.

El diseño del sitio está orientado a facilitar la navegación, empleando una paleta cromática que refleja los valores de cercanía y compromiso social de la fundación. Además, se utilizan formas limpias y estructuras simples que dirigen la atención a los mensajes clave.

Fotografías de las comunidades beneficiadas, principalmente de áreas rurales y urbanas empobrecidas, complementan la experiencia visual, mostrando el impacto tangible de las iniciativas apoyadas por la Fundación.

Estrategia digital: redes sociales

Las redes sociales de la Fundación del Centavo se han convertido en un puente clave para conectar con el público joven y sensibilizar sobre la realidad de las comunidades que apoyan. A través de una propuesta visual fresca, cercana y solidaria, buscan inspirar participación ciudadana y voluntariado.

Su presencia digital se caracteriza por contenidos dinámicos que combinan imágenes reales del trabajo comunitario, gráficos informativos y clips breves que transmiten historias de impacto. Estas publicaciones están diseñadas para fomentar la empatía y visibilizar las acciones que se realizan con cada aporte.

La estética de los perfiles mantiene coherencia con la identidad visual de la fundación, utilizando colores cálidos, tipografías amables y recursos gráficos que refuerzan su mensaje de esperanza y transformación social.



Figura n.º 2. Logotipo Fundación del Centavo Fuente: <https://www.fundacen.org/>

Antecedentes gráficos

Dado que la Fundación del Centavo funciona con recursos limitados, no cuenta con un diseñador gráfico permanente, lo que ha dificultado mantener una identidad visual coherente en sus materiales promocionales y comunicaciones digitales.

Afiches



Figura n.º 3. Afiches Fundación del Centavo Fuente: <https://www.fundacen.org/>



Figura n.º 4. Tarjeta de presentación Fundación del Centavo Fuente: <https://www.fundacen.org/>

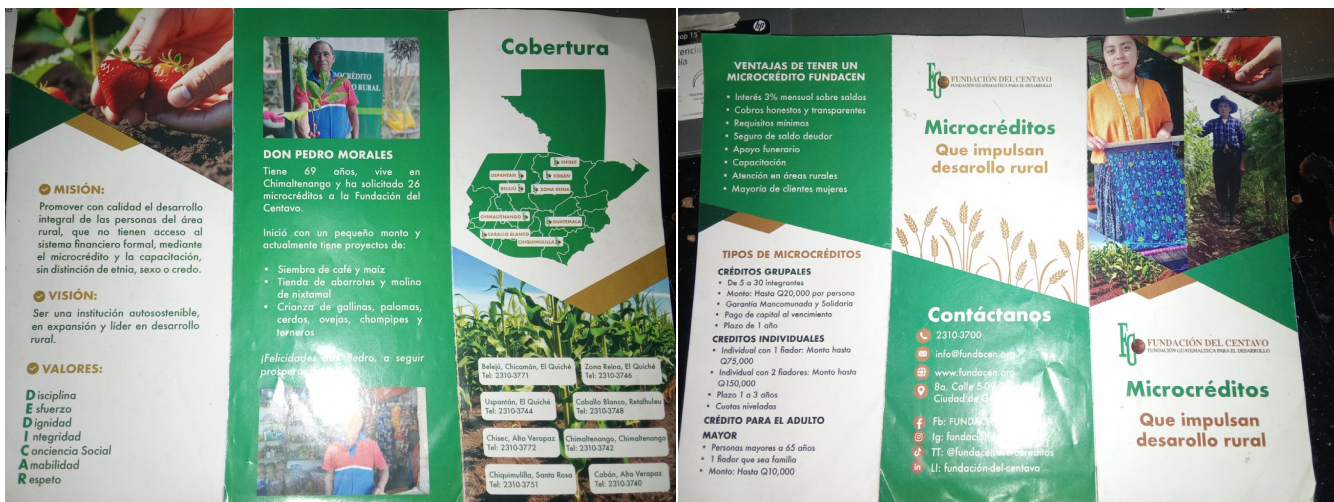


Figura n.º 5. Trifoliar Fundación del Centavo Fuente: <https://www.fundacen.org/>



2.2 Perfil del grupo objetivo

Muestra de participantes de la organización

Fundación del Centavo Guatemala al trabajar con adolescentes y jóvenes de distintas edades, protegen la interacción de personas fuera de la organización con sus participantes. De tal manera que los datos e información para el planteamiento del grupo objetivo se obtuvo a través de una entrevista virtual con la Directora General Fundación del Centavo y la Licenciada en Ciencias de la Comunicación Karen Revolorio.

Análisis e interpretación de resultados

Características geográficas

Las actividades de la Fundación se desarrollan principalmente en comunidades urbanas y semiurbanas del departamento de Guatemala, donde existe una alta concentración de jóvenes y necesidades sociales.

Características sociodemográficas

Adolescentes y jóvenes con un rango de edad entre los 12 y 25 años, en su mayoría enfrentan complejas presiones sociales, económicas, emocionales, así como violencia e inseguridad a diario.

Características socioeconómicas

Barrio urbano marginado y densamente poblado en las afueras de la ciudad de Guatemala, la mayoría de la población padece pobreza extrema, falta de acceso a los servicios básicos, un sistema público de educación y salud atribulado. Con nivel socioeconómico media alta, media baja y baja alta.²⁵

Características psicográficas

Adolescentes y jóvenes de escasos recursos, que pertenecen a familias con una base económica, en su mayoría, de sueldo mínimo que dependen de un jefe de familia con estudios no mayores a educación primaria. En la mayoría de los casos, la mayor parte de su gasto se asigna a los alimentos y en menor proporción a la educación.

Relación entre el grupo objetivo y la institución

Al ser adolescentes y jóvenes es casos de atención, protección y motivación de salir adelante de su situación actual, la organización permite, a través de sus programas y actividades, que estos grupos se sientan motivados a mejorar la calidad de vida, tanto personal como la de su entorno familiar y de la comunidad.²⁶

Peace Brigades International Guatemala. (s.f.). We accompany human rights defenders. Retrieved from <https://pbi-guatemala.org/en> 25

Open Society Foundations. (s.f.). Mapping Digital Media: Guatemala. Retrieved from <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/mapping-digital-media-guatemala> 26



Capítulo

Planeación operativa

3.1 Flujograma

3.2 Cronograma

3.3 Previsión de recursos y costo

3.1 Flujograma

Flujograma

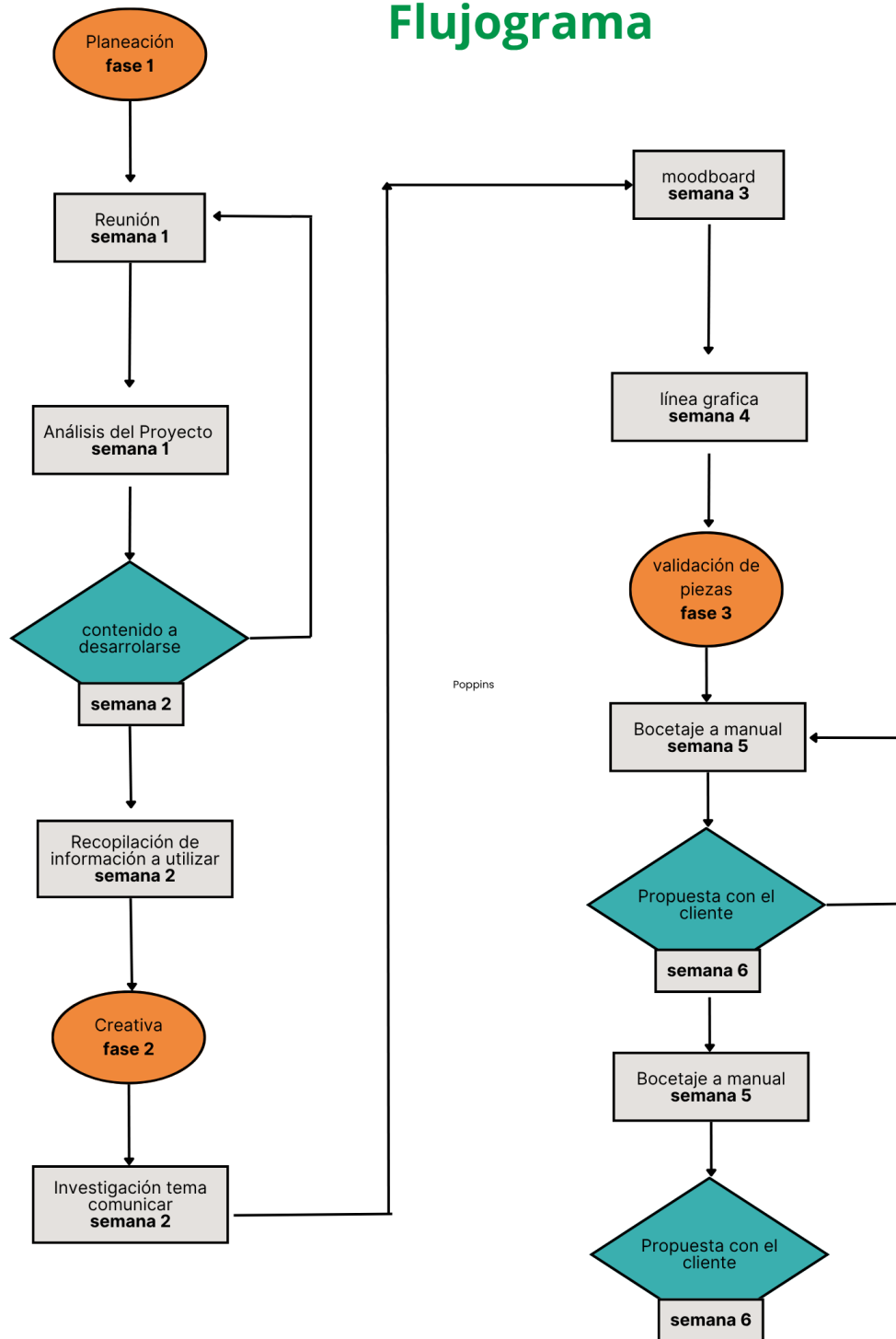


Figura n.º 7. Flujograma del Fundación del Centavo Fuente: elaboración propia

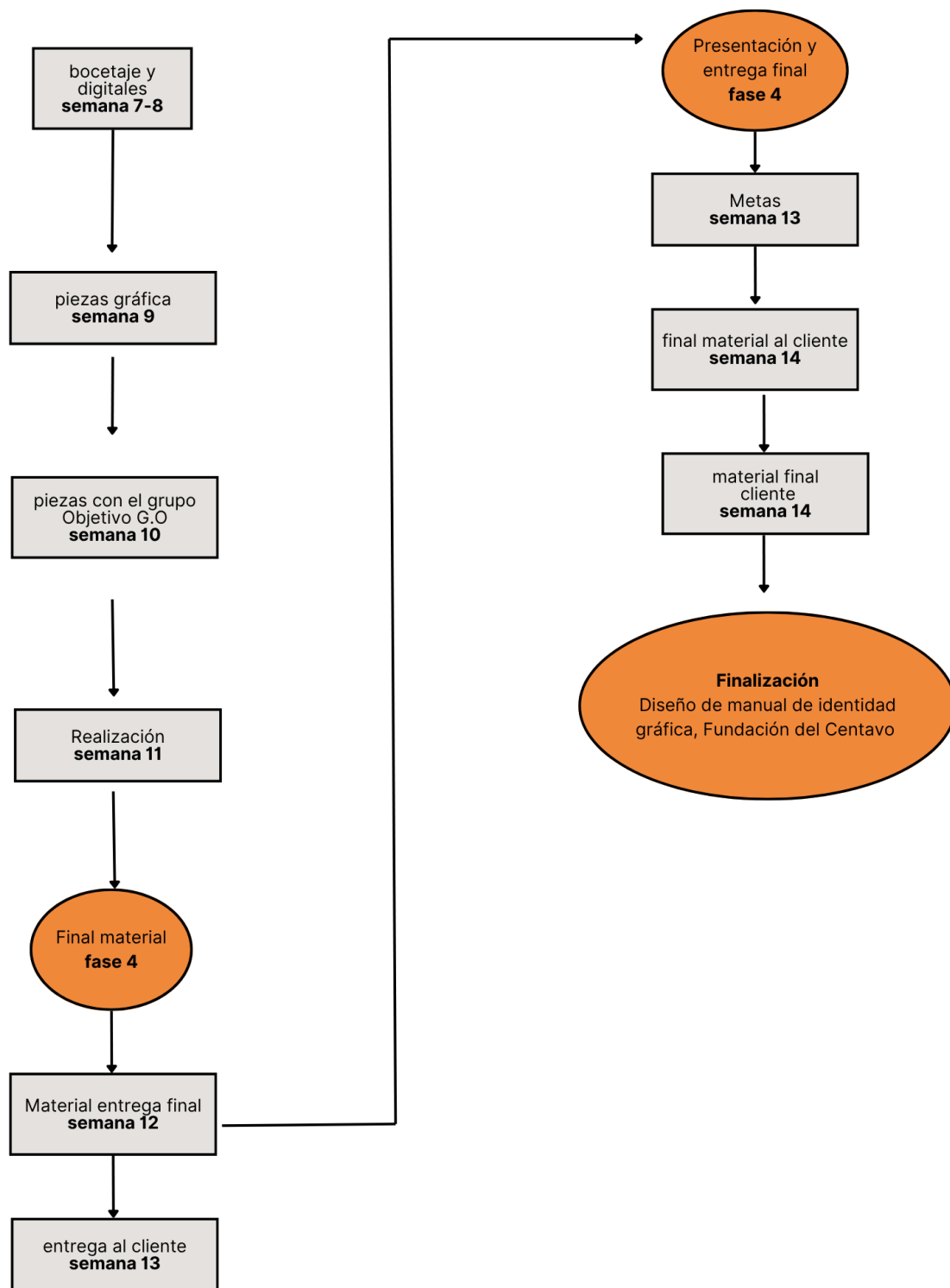


Figura n.º 8. Flujograma del Fundación del Centavo Fuente: elaboración propia

3.2 Cronograma



Figura n.º 9. cronograma del Fundación del Centavo Fuente: elaboración propia

3.3 Prevesión de recursos y costo

Listado de insumos

Inmueble

Oficina en casa
Mobiliario
Silla
Escritorio
Equipo
Computadora AOC
Laptop HP
Mouse HP
Tableta Gráfica Parblo, USB.
Impresora Canon
Samsung y Remedi xaomi
Cámara profesional canon

Softwares / Apps

Illustrator
InDesign
Photoshop
After Effects
Adobe Media Encoder
Google Suite
Adobe xd
YouTube
Pinterest
Facebook
Instagram
Tik Tok
Threads

Costos servicios

Internet movil claro TV
Q.230 costo mensual fijo internet claro
Consumo de internet por hora
Q.0.31
Internet Residencial
Q.300 costo mensual fijo internet claro
Consumo
Q.0.41 consumo de Internet por ahora
Energía eléctrica
Dos meses de energía eléctrica
Enero - Febrero: Q.276.66
Marzo - abril: Q. 395.41
Mayo Q. 142.21
Promedio de consumo de luz mensual:
Q. 471.20
Consumo de luz por ahora
Q0.65
Escritorio 1 = -10%
Valor de la inversión en 2023
Q.800.00
Depreciación por año 10%
Q400
Depreciación por ahora:
Q.0.18
Depreciación equipo (-33%)
Laptop HP T60
Costo 2024:
Q 15,800
Depreciación por año (33%)
Q 20,000
Depreciación por hora:
Q3.78
Impresora canon 1100
Costo 2024:
Q 1500
Depreciación por año (33%)
Q 700
Depreciación por hora:

Q 0.32
Celular Xiaomi remedio4:
Costo 2024:
Q 1800
Depreciación por año (33%)
Q 500
Depreciación por hora:
Q 1.18
Tableta gráfica Parblo nino
Costo 2021:
Q 586
Depreciación por año (33%)
Q80
Depreciación por hora:
Q 0.12
Ventilador
Costo 2018:
Q 150
Depreciación por año (33%)
Q15
Depreciación por hora:
Q 0.02
Lápiz para *touch* equipos costo 2020:
Q 100 depreciación por año (33%)
Q20 depreciación por hora: Q 0.08
lámpara para escritorio Costo 2022:
Q 170 depreciación por año (33%)
Q25 depreciación por hora: Q 0.02
Cámara Canon eos t5 rebel costo 2018:
Q 38,914 depreciación por año (33%)
Q250
Depreciación por hora:
Q 0.035 dos mouse gamer costo 2023:
Q 300 depreciación por año (33%)
Q35 depreciación por hora:
Q 0.05 Usb 240 gb costo 2018:
Q 250 depreciación por año (33%)
Q50 depreciación por hora: Q 0.06



APORTE ECONÓMICO DEL ESTUDIANTE A LA INSTITUCIÓN

1	COSTOS FIJOS	
	Agua	65.00
	Luz	500
	Internet	50410
	Teléfono	250
2	Costos Variables	
	Papel	350
	Insumos de escritorio	1000
	Tintas para impresora	2500
	Transporte	4500
	Equipo técnico y suministros	2410
	Servicios digitales	850
	Otros costos variables	60
3	Proceso de Diseño	
	Diagnóstico	54
	Elaboración del plan operativo	300
	Elaboración del Brief	150
	Elaboración de Insight y Concepto Creativo	100
	Bocetaje	120
	Fotografías	500
	Digitalización	180
	Validaciones (tres niveles de validación)	380
	Elaboración de propuestas finales de diseño	157
	Impresiones finales	600
	Adaptaciones	59.50
3	Depreciación de equipos (de acuerdo a lo explicado)	
4	Honorarios del Diseñador	
	Honorarios (precio por mes Q1,500)	1,777.65
5	Impuestos	
	Impuesto del Valor Agregado (IVA)	63,995.50
	Impuesto Sobre la Renta (ISR)	65,495.50
TOTAL		109,39.50

Figura n.º 10. Cronograma del Fundación del Centavo Fuente: elaboración propia

En resumen, este apartado proporciona una guía sobre cómo gestionar adecuadamente el tiempo y los recursos financieros necesarios para ejecutar el proyecto. En el próximo capítulo se desarrollará el marco teórico correspondiente.





Capítulo Marco Teórico

**4.1 Análisis actual del desarrollo social
Guatemala.**

**4.2 Diseño gráfico como disciplina
comunicacional.**

**4.3 Materiales de comunicación gráfica
para el apoyo a la Fundación.**

4.1 Análisis actual del desarrollo social Guatemala

La Fundación del Centavo de Guatemala orienta su trabajo a este escenario, enfocándose en la atención de necesidades básicas y en la creación de oportunidades que fortalezcan la cohesión social. Para fundamentar este problema social, es necesario recurrir a marcos teóricos que expliquen las causas estructurales de la desigualdad y brinden herramientas para su transformación.²⁷

La pobreza como problema estructural

Según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022), Guatemala es uno de los países con mayores índices de pobreza en la región, donde más del 50% de su población vive con ingresos insuficientes para cubrir sus necesidades básicas. Sin embargo, la pobreza no debe entenderse únicamente como la carencia de recursos materiales. Amartya Sen (1999), en su enfoque de las capacidades, sostiene que la pobreza es la privación de libertades y oportunidades, lo cual impide que las personas desarrollen su potencial humano.

Este enfoque es fundamental para comprender el trabajo de la Fundación del Centavo: su labor no se limita a suplir carencias inmediatas, sino que busca crear condiciones para que las personas puedan acceder a nuevas oportunidades educativas, laborales y sociales que les permitan superar el círculo de exclusión.²⁸

Exclusión social y desigualdad

La exclusión social es otro de los problemas estructurales vinculados a la pobreza en Guatemala. Castel (1997) define la exclusión como la falta de integración de ciertos grupos sociales en el acceso a recursos, derechos y oportunidades. En el país, esta exclusión se manifiesta en múltiples dimensiones:

a) Económica:

Gran parte de la población depende del empleo informal, sin seguridad social ni estabilidad.

b) Cultural:

Las comunidades indígenas enfrentan discriminación y barreras lingüísticas en el acceso a la educación y la salud.

c) Política:

amplios sectores carecen de representación efectiva en la toma de decisiones

La Fundación del Centavo, al trabajar directamente con comunidades vulnerables, se enfrenta a esta realidad. Sus acciones buscan reducir las brechas sociales a través de programas de asistencia y proyectos que fomenten la integración social.²⁹

Desigualdad educativa

El acceso desigual a la educación es una de las principales causas que perpetúan la pobreza en Guatemala. Según el Ministerio de Educación (MINEDUC, 2021), miles de niños y jóvenes abandonan sus estudios debido a la falta de recursos económicos, la necesidad de trabajar o las limitadas oportunidades en áreas rurales.³⁰

Pierre Bourdieu (1986) explica esta situación a través del concepto de capital cultural, el cual señala que la educación no solo depende de la capacidad individual, sino también de los recursos y oportunidades que el entorno familiar y social proporcionan. En comunidades con bajos niveles de capital cultural, los niños tienen menos posibilidades de acceder a una educación de calidad, lo que los condena a la reproducción del ciclo de pobreza. La Fundación del Centavo contribuye a mitigar esta problemática apoyando iniciativas educativas y brindando recursos que permitan a las familias fortalecer su capital cultural y acceder a oportunidades de desarrollo.³¹

Enfoque de desarrollo humano

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2019) plantea el enfoque de desarrollo humano, el cual entiende el progreso no únicamente como crecimiento económico, sino como la ampliación de las libertades y capacidades de las personas. Este marco teórico sostiene que las sociedades deben garantizar

condiciones mínimas en salud, educación, seguridad y participación ciudadana para que los individuos puedan alcanzar una vida plena.

La Fundación del Centavo se inscribe dentro de este enfoque, al promover proyectos que atienden necesidades básicas inmediatas, pero que al mismo tiempo buscan empoderar a las comunidades y abrir espacios de participación. Así, su labor se vincula a una visión más amplia de desarrollo, donde las personas dejan de ser receptoras pasivas de ayuda y se convierten en agentes activos de transformación social.

Perspectiva ética y de justicia social

El problema social que enfrenta la Fundación del Centavo no puede separarse de un enfoque ético. John Rawls (1971), en su teoría de la justicia, sostiene que una sociedad justa debe garantizar igualdad de oportunidades para todos, especialmente para quienes parten de condiciones de desventaja. Desde esta perspectiva, la labor de las fundaciones y organizaciones sociales cobra especial relevancia, ya que actúan como mediadoras que buscan equilibrar las condiciones de desigualdad estructural.

En el caso guatemalteco, donde persisten profundas brechas entre ricos y pobres, la acción de instituciones como la Fundación del Centavo refleja un compromiso ético con la justicia social y con la construcción de una sociedad más equitativa.³²

Universidad Mariano Gálvez de Guatemala (UMG). (s.f.). Central Campus — Guatemala City, Guatemala. Retrieved from <https://www.umg.edu.gt/en/guatemala>³⁰

Ponciano, J. A., Chang, J. D., Abdalah, M., Facey, K., Ponciano, J. M. (2022). COVID-19 Regional Waves and Spread Risk Assessment through the Analysis of the Initial Outbreak in Guatemala. arXiv. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2209.063481>³¹

Waxenecker, H., Nicolás-Carlock, J. R., Luna-Pla, I. (2025). Prosecution of complex criminal networks: a multilevel ERGMs approach to CICIG's judicial cases. arXiv. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2501.06330>³²

Conclusión

El problema social al que se enfrenta la Fundación del Centavo de Guatemala no puede entenderse únicamente desde una perspectiva económica. La pobreza, la exclusión y la desigualdad son fenómenos multidimensionales que requieren un análisis teórico integral para fundamentar las acciones que buscan su solución.

De este modo, la Fundación del Centavo no solo responde a necesidades inmediatas, sino que también trabaja en la construcción de condiciones que permitan el desarrollo humano y la integración social. El problema social que aborda no es aislado, sino estructural y, por lo tanto, su fundamentación teórica es indispensable para guiar las estrategias de transformación que promueve.

Bourdieu, Pierre. *The Forms of Capital*. Nueva York: Greenwood, 1986.

Castel, Robert. *La metamorfosis de la cuestión social*. Barcelona: Paidós, 1997.

CEPAL. *Panorama Social de América Latina 2022*. Santiago de Chile: CEPAL, 2022.

PNUD. *Informe sobre Desarrollo Humano 2019*. Nueva York: PNUD, 2019.

Rawls, John. *A Theory of Justice*. Cambridge: Harvard University Press, 1971.

Sen, Amartya. *Desarrollo y libertad*. Madrid: Planeta, 1999.

4.2 Diseño gráfico como disciplina comunicacional

El diseño gráfico es definido por Frascara (2004) como una disciplina que se centra en organizar y transmitir mensajes visuales con un propósito determinado. Su función no se limita a “hacer que las cosas se vean bonitas”, sino a comunicar de manera efectiva, clara y persuasiva.

En proyectos sociales, el diseño gráfico contribuye a la democratización de la información, ya que permite transmitir mensajes a personas con diferentes niveles de alfabetización o barreras lingüísticas. Donis A. Dondis (1992) plantea que el lenguaje visual es universal, lo que le otorga al diseño un potencial transformador: puede educar, informar y persuadir sin necesidad de complejos códigos escritos.

De esta manera, el diseño gráfico se convierte en un puente entre las instituciones sociales y las comunidades a las que sirven, ofreciendo acceso a la información de forma incluyente y atractiva.³³

Diseño gráfico y cambio social

El diseño puede influir directamente en las percepciones y comportamientos de

las personas. Según Gui Bonsiepe (2012), el diseño no es neutral: siempre comunica un mensaje y tiene un impacto en quienes lo reciben. Aplicado a problemáticas sociales, el diseño gráfico es capaz de promover valores como la solidaridad, el respeto, la equidad y la justicia social.

Por ejemplo, una campaña gráfica que muestra el impacto de la pobreza en comunidades vulnerables no solo informa, sino que también genera empatía y motiva a la acción solidaria. En este sentido, el diseño gráfico funciona como un recurso persuasivo que activa la conciencia social de la ciudadanía, convirtiéndose en un motor para la transformación.

Frascara (2000) subraya que el diseño gráfico no solo transmite información, sino que tiene el poder de producir cambios de comportamiento. En proyectos como los de la Fundación del Centavo, el diseño puede motivar a donar, a participar en actividades comunitarias o a sumarse como voluntario.³⁴

Katebi, N., Ahmad, M., Motie-Shirazi, M., et al. (2025). Edge AI for Real-time Fetal Assessment in Rural Guatemala. arXiv. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2503.0965933>
Instituto de Investigación Multidisciplinaria (?) [not specific], but general reference: Simulación del flujo de viento sobre el territorio de Guatemala utilizando un modelo climático regional.
Pazos, E. (2017). arXiv. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/1708.06893> 34

Diseño gráfico y empoderamiento comunitario

Uno de los aportes más significativos del diseño gráfico en lo social es su capacidad de empoderar a las comunidades. El acceso a información clara y bien organizada permite que las personas comprendan mejor su realidad y participen activamente en la solución de sus problemas.

En Guatemala, donde muchas comunidades tienen limitaciones en el acceso a la información, los materiales visuales pueden convertirse en una herramienta de inclusión. Folletos ilustrados, carteles bilingües (español y lenguas mayas), infografías y videos animados son recursos que facilitan la comprensión y fortalecen el sentido de pertenencia comunitaria.

De acuerdo con Paulo Freire (1970), la comunicación es un proceso de concientización que permite a los pueblos reconocerse como protagonistas de su historia. En ese sentido, el diseño gráfico aplicado a proyectos sociales no impone mensajes, sino que busca construir un diálogo visual que potencie el empoderamiento ciudadano. ³⁵

a). Diseño gráfico y comunicación estratégica en ONG

b). Funciones vitales: en el ámbito de las organizaciones no gubernamentales (ONG), el diseño gráfico cumple

c). Visibilización institucional: Una identidad visual coherente fortalece la confianza pública en la organización.

d). Sensibilización social: Las campañas gráficas despiertan emociones y generan conciencia en torno a problemáticas específicas.

e). Recaudación de fondos: El diseño es clave para elaborar materiales persuasivos que motiven a la población y empresas a donar.

f). Educación comunitaria: Recursos gráficos sencillos y didácticos permiten transmitir conocimientos en programas de capacitación. La Fundación del Centavo puede valerse de estas funciones para consolidar su presencia en la sociedad guatemalteca y reforzar sus proyectos sociales. Un logotipo claro, folletos bien diseñados y campañas digitales coherentes fortalecen su misión y visión.

Persuasión, diseño y transformación social

El diseño gráfico, al igual que la comunicación persuasiva, se fundamenta en tres principios aristotélicos: *ethos*, *pathos* y *logos*.

Ethos: el diseño debe reflejar la credibilidad de la institución, mostrando profesionalismo y coherencia.

Pathos: las piezas visuales deben apelar a la emoción, despertando empatía y solidaridad en la audiencia.

Logos: los materiales gráficos deben presentar datos y argumentos claros que evidencien la necesidad de apoyar a la causa.

Estos tres elementos se integran en campañas visuales capaces de transformar actitudes y generar acciones concretas en beneficio de los sectores más vulnerables.

1. Caso aplicado:

Fundación del Centavo de Guatemala En el caso específico de la Fundación del Centavo, el diseño gráfico puede convertirse en un aliado estratégico en varios niveles:

2. Campañas comunitarias: Carteles y afiches que informen sobre jornadas de apoyo social.

3. Difusión digital:

Imágenes e infografías en redes sociales para llegar a públicos más jóvenes y urbanos.

4. Educación visual:

Materiales didácticos para talleres de capacitación en comunidades.

5. Identidad institucional: Manual gráfico que unifique el logotipo, colores y tipografías de la fundación, garantizando coherencia en todas sus comunicaciones.

Cada uno de estos elementos refuerza la legitimidad de la institución y contribuye a la transformación social, al sensibilizar y movilizar a diferentes sectores de la población guatemalteca.

6. Conclusión

El diseño gráfico, cuando se entiende como una disciplina profesional con responsabilidad social, trasciende su función estética para convertirse en un instrumento de cambio. Su capacidad de comunicar, sensibilizar y empoderar lo convierte en un recurso indispensable para las organizaciones sociales que buscan transformar realidades.

En el caso de la Fundación del Centavo de Guatemala, los materiales gráficos representan una oportunidad para fortalecer su identidad institucional, visibilizar sus proyectos y promover la solidaridad comunitaria.³⁶

Fundación del Centavo. Política financiera Fundación del Centavo. San Juan Chamelco: Universidad Rafael Landívar / Fundación del Centavo, 2018.

Fundación del Centavo. "Historia". En Quiénes somos. Ciudad de Guatemala: Fundación del Centavo, 2025.



Elementos del Diseño Gráfico

Los elementos del diseño gráfico son los componentes visuales esenciales con los que se construyen piezas de comunicación. Funcionan como el “alfabeto visual” del diseño, ya que permiten organizar, jerarquizar y transmitir mensajes de manera clara y atractiva.

3.1 Punto

Es la unidad visual más simple. Puede usarse como marca de atención, inicio de un recorrido visual o referencia dentro de un diseño. En FUNDACEN, los puntos pueden servir para resaltar datos financieros importantes en infografías o folletos.

3.2 Línea

Permite conectar puntos, dividir espacios o guiar la mirada del lector. Puede ser recta, curva, gruesa o fina. En materiales de educación financiera, las líneas ayudan a organizar tablas, diagramas de ahorro o procesos paso a paso.

3.3 Forma

Las formas geométricas (cuadrados, círculos, triángulos) y orgánicas se utilizan para estructurar la composición y dar significado. FUNDACEN puede emplear formas simples para explicar gráficamente conceptos financieros como “ciclo del ahorro” o “flujo del dinero”.

3.4 Color

Es uno de los elementos más expresivos del diseño, transmite emociones y genera

asociaciones culturales. En FUNDACEN, los colores pueden representar confianza (azul), crecimiento (verde), o advertencia (rojo). También deben ser accesibles para personas con baja visión.

3.5 Textura

Se refiere a la apariencia táctil o visual de una superficie. Puede ser real (papel, tela) o simulada (efecto digital). En cartillas impresas, FUNDACEN puede usar texturas sutiles para hacer más atractiva la lectura.

3.6 Tipografía

Son los estilos de letra empleados para organizar y jerarquizar el texto. Una tipografía adecuada facilita la lectura y genera identidad institucional.

FUNDACEN debe utilizar tipografías claras y legibles en todos sus materiales educativos, evitando fuentes recargadas.

3.7 Espacio

El espacio en blanco o “espacio negativo” es fundamental para dar equilibrio y respiro visual. En las piezas gráficas de FUNDACEN, un buen manejo del espacio ayuda a que los mensajes financieros no se vean saturados.

3.8 Imagen

Incluye fotografías, ilustraciones, íconos y gráficos. Refuerzan y complementan el mensaje textual. FUNDACEN puede usar ilustraciones y pictogramas para que sus materiales sean entendidos incluso por personas con bajo nivel de alfabetización.³⁷

ARTICLE 19 Oficina para México y Centroamérica (sourced via Amnesty/HR context). (s.f.). See various human rights / freedom of press issues in Guatemala. (General source: human rights pages)³⁷

3.9 Retícula

Es la estructura invisible que organiza los elementos dentro de un diseño. Funciona como un sistema de cuadrículas que facilita la alineación y coherencia visual. En FUNDACEN, la retícula permite que los materiales educativos (cartillas, infografías, folletos) tengan una organización ordenada y fácil de seguir, evitando la saturación visual.

3.10 Jerarquía

Es la manera en que se organizan los elementos visuales y textuales para guiar la atención del lector. Se logra mediante tamaño, peso tipográfico, color o ubicación. En las cartillas de FUNDACEN, la jerarquía ayuda a destacar lo más importante: títulos, cifras clave, pasos de ahorro o advertencias financieras.

3.11 Espacio

Se refiere al área que rodea o separa los elementos dentro de la composición. El espacio en blanco (espacio negativo) permite equilibrio y claridad. FUNDACEN debe usar un buen manejo del espacio para que los materiales no se vean recargados y la información sea comprensible para todo público.³⁸

3.12 Color

El color transmite emociones, crea contrastes y genera asociaciones culturales. En FUNDACEN puede representar confianza (azul), estabilidad (verde), alerta (rojo). Además, debe aplicarse con criterios de accesibilidad, usando combinaciones perceptibles para personas con baja visión o daltonismo.³⁹

3.13 Forma

Es la configuración visual de un objeto, ya sea geométrica (círculos, cuadrados, triángulos) u orgánica (formas libres o inspiradas en la naturaleza). FUNDACEN puede usar formas simples y claras para explicar ciclos, procesos y conceptos financieros, facilitando la comprensión incluso en personas con bajo nivel de alfabetización.

3.14 Plan

Es la superficie o nivel en el que se sitúan los elementos del diseño, creando sensación de orden y profundidad. En materiales gráficos de FUNDACEN, el uso de planos (fondo, primer plano, capas) ayuda a destacar los mensajes principales frente a los secundarios, asegurando que lo importante se perciba primero.³⁹

Red Rompe el Miedo Guatemala. (s.f.). Initiative to monitor violence against journalists. (Referenced via blog/reddit)³⁸
Centro de Estudios Cívicos (?) – general think tank example in Guatemala.³⁹

4.3 Materiales de comunicación gráfica para el apoyo a la Fundación

Los materiales gráficos constituyen un eje fundamental para dar visibilidad al trabajo social de la fundación. Afiches, campañas digitales, identidad visual y piezas informativas permiten consolidar su presencia comunitaria. De acuerdo con Costa (2009), la identidad gráfica de una institución es esencial para generar confianza y reconocimiento social. Así, los recursos visuales diseñados para la Fundación del Centavo no solo difunden información, sino que fortalecen la legitimidad de la organización y promueven la participación ciudadana en su causa.

4.1 La comunicación gráfica como medio de transformación social

La comunicación visual tiene un papel central en la construcción de significados compartidos. Según Donis A. Dondis (1992), el lenguaje visual es un sistema universal que facilita la transmisión de mensajes sin necesidad de un dominio avanzado de la palabra escrita. Esto resulta especialmente relevante en contextos sociales como el guatemalteco, donde existen comunidades con distintos niveles de alfabetización o diversidad lingüística.

Para la Fundación del Centavo, el diseño de materiales gráficos implica más que la creación de piezas visuales: significa establecer un diálogo con la sociedad, sensibilizar sobre

la importancia de la solidaridad y promover la participación ciudadana. Así, los materiales diseñados actúan como agentes de cambio, al estimular la empatía y el compromiso social.

4.2 Identidad visual institucional

Toda organización requiere de una identidad visual que refuerce su misión y visión. Joan Costa (2009) afirma que la identidad gráfica es un factor clave para construir confianza y credibilidad en la sociedad. Una fundación que carece de una identidad coherente puede transmitir una imagen débil o confusa, reduciendo su alcance y dificultando la captación de apoyos.

La Fundación del Centavo, al contar con una identidad visual clara y coherente, puede posicionarse como una organización sólida, cercana y confiable. El diseño de un logotipo, paleta cromática, tipografías institucionales y lineamientos de estilo no solo aportan uniformidad a la comunicación, sino que también generan un sentido de pertenencia y reconocimiento entre los beneficiarios y donantes.⁴⁰

4.3 Materiales gráficos como recurso educativo y de sensibilización

Los materiales de comunicación gráfica, como afiches, folletos, infografías, cartillas educativas o publicaciones digitales, tienen un doble propósito: informar y sensibilizar.

General reference: Municipality/education data etc (You may cite Ministry of Education, etc.)⁴⁰

Informar:

Los materiales permiten dar a conocer las actividades de la fundación, sus programas de apoyo y los beneficios que ofrece a la comunidad. Por ejemplo, un cartel bien diseñado puede comunicar las fechas de una jornada médica o de una colecta solidaria.

Sensibilizar:

El diseño gráfico también busca apelar a las emociones de la audiencia, promoviendo valores como la solidaridad, el respeto y la empatía. A través de imágenes, tipografías y mensajes directos, se puede generar conciencia sobre la realidad social de los sectores más vulnerables.

En este sentido, Frascara (2004) sostiene que el diseño gráfico debe tener un objetivo claro: producir un cambio en la percepción, la comprensión o el comportamiento de las personas. Los materiales diseñados para la Fundación del Centavo no deben quedarse en lo decorativo, sino que deben estar fundamentados en objetivos de comunicación social.⁴¹

4.4 Medios digitales y comunicación comunitaria

En la actualidad, la comunicación digital es un componente imprescindible. Plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp se han convertido en espacios clave para la difusión de información de organizaciones sin fines de lucro. Según Castells (2009), vivimos en una sociedad en red, donde la circulación de información digital tiene la capacidad de

multiplicar el alcance de los mensajes. Para la Fundación del Centavo, esto significa que los materiales gráficos no solo deben diseñarse para impresión (afiches, volantes, banners), sino también adaptarse a formatos digitales (posts, infografías para redes, videos animados). De esta forma, se amplía el impacto comunicativo y se logra llegar a públicos más diversos, incluyendo a jóvenes que consumen principalmente información digital.⁴²

4.5 Persuasión y diseño gráfico

Otro elemento clave en la fundamentación teórica es la capacidad persuasiva del diseño. Aristóteles planteaba que la retórica se apoya en tres recursos: *ethos* (credibilidad), *pathos* (emoción) y *logos* (razón). El diseño gráfico, aplicado a los materiales de comunicación de la Fundación del Centavo, debe integrar estos tres recursos: *Ethos*: generar confianza en la institución mediante una identidad visual profesional y consistente.⁴³

Pathos: apelar a la sensibilidad de las personas con imágenes y mensajes que muestren la realidad de los sectores vulnerables.

Logos: presentar datos y argumentos claros que evidencien la necesidad de colaborar con la fundación.

De esta manera, los materiales de comunicación no solo transmiten información, sino que motivan a la acción.

Ejemplos de materiales aplicables a la Fundación del Centavo.

Center for Economic and Social Rights (CESR) & Instituto Centroamericano de Estudios Fiscales (ICEFI). (2008, Nov 4). Rights or privileges? Fiscal commitment to the rights to health, education and food in Guatemala. CESR. <https://www.cesr.org/guatemalan-state-systematically-violates-economic-and-social-rights-citizens/41>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) et al. (2024). Perspectivas económicas de América Latina 2024 – Guatemala. OECD Publishing. https://www.oecd.org/es/publications/perspectivas-economicas-de-america-latina-2024_25aed2f5-es/full-report/guatemala_3d9f4a6d.html 42

OECD et al. (2024). Latin American Economic Outlook 2024: Financing Sustainable Development – Guatemala chapter. OECD Publishing. https://www.oecd.org/en/publications/latin-american-economic-outlook-2024_c437947f-en/full-report/guatemala_3d9f4a6d.html 43

a) Carteles comunitarios:

Informar sobre actividades, jornadas médicas, talleres o programas de apoyo.

b) Infografías digitales:

Explicar de forma visual el impacto social de la fundación y los resultados obtenidos.

c) Folletos informativos:

Describir los programas de ayuda y cómo la población puede beneficiarse.

d) Campañas gráficas en redes sociales:

Generar conciencia sobre la importancia de donar o participar en actividades solidarias.

e) Manual de identidad visual:

Garantizar coherencia y profesionalismo en todas las piezas gráficas producidas.

Cada uno de estos materiales tiene un sustento teórico en la comunicación visual, la persuasión gráfica y la construcción de identidad institucional. ⁴⁴

Conclusión

El fundamento teórico de los materiales de comunicación gráfica para la Fundación del Centavo se sustenta en autores y enfoques que resaltan la importancia del diseño como herramienta de transformación social. Estos recursos permiten visibilizar la labor de la institución, sensibilizar a la población y consolidar la confianza en la organización. En un contexto donde los problemas sociales requieren de la participación activa de todos los sectores, los materiales gráficos constituyen un puente indispensable entre la fundación y la sociedad guatemalteca.

Referencias sugeridas

Castells, Manuel. *La sociedad red*. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

Costa, Joan. *La imagen de marca: un fenómeno social*. Barcelona: Paidós, 2009.

Dondis, Donis A. *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: Gustavo Gili, 1992.

Frascara, Jorge. *Diseño gráfico para la gente*. Buenos Aires: Infinito, 2004. Sen, Amartya. *Desarrollo y libertad*. Madrid: Planeta, 1999.





Capítulo

Definición creativa

- 5.1 *Brief* de diseño
- 5.2 Referencias visuales
- 5.3 Estrategia de diseño
- 5.4 Definición de concepto creativo
- 5.5 Premisas de diseño

5.1 Brief

El briefing es la base de comunicación entre el cliente y el diseñador gráfico. Al definir claramente el contexto, objetivos y posibles soluciones, se garantiza un proceso creativo eficiente y resultados efectivos en la producción gráfica.⁴⁵

Información del cliente

Datos de la institución

Fundación del Centavo Guatemala
(FUNDACEN)
8a. Calle 5-09, zona 9, ciudad de
Guatemala.
PBX: (502) 2285-6543
Contacto directo:
Lic. Ernesto Morales
Tel. 502-4567-8910
info@fundacen.org

Actividad de la institución:

Fundación del Centavo Guatemala es una entidad sin fines de lucro que trabaja para promover la educación financiera en comunidades guatemaltecas. A través de programas educativos, asesorías y apoyo a emprendimientos, busca mejorar la cultura del ahorro, la inclusión económica y el desarrollo sostenible en áreas rurales y urbanas del país.

Con qué programas / servicios cuenta la institución

Talleres de educación financiera:

Capacitación para el manejo responsable del dinero. Programas de ahorro y crédito.

Comunitario:

Opciones accesibles para emprendedores y familias.

Materiales gráficos y audiovisuales:

Recursos inclusivos y adaptados a diferentes públicos.

Asesoría técnica:

Acompañamiento en proyectos productivos y gestión financiera.

Instituciones análogas

Fundación Génesis Empresarial.

Asociación de Desarrollo y Capacitación Rural (ADECAR).

Banco de Desarrollo Rural (Banrural).

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Información sobre el proyecto

Proyecto

Desarrollo integral de la identidad visual de la Fundación del Centavo Guatemala, incluyendo el diseño del logotipo, sistema gráfico y manual de marca. Este proyecto busca unificar la comunicación visual de la institución para fortalecer su imagen y facilitar su reconocimiento a nivel nacional.

Objetivo

Crear una identidad gráfica coherente y representativa que refleje los valores de educación financiera, solidaridad e inclusión social que promueve la Fundación del Centavo Guatemala. El objetivo es lograr una marca moderna, adaptable y accesible, que genere confianza en sus beneficiarios y aliados estratégicos.

Descripción del proyecto

El proyecto contempla:

Investigación sobre la identidad y valores de la institución. Diseño del logotipo y variaciones aplicables. Definición de paleta cromática, tipografías y elementos gráficos complementarios. Elaboración de un manual de marca con lineamientos para uso en medios

impresos y digitales. Aplicaciones iniciales: papelería corporativa, material promocional y recursos digitales.

Presupuesto

Q40,000.00 (incluye conceptualización, diseño, entrega digital y producción inicial del manual).

Restricciones

Mantener elementos culturales que identifiquen a Guatemala sin recurrir a símbolos complejos. Cumplir con normas de accesibilidad visual para garantizar inclusión. Entrega final en un plazo máximo de 10 semanas.

Público objetivo

Personas de comunidades rurales y urbanas con acceso limitado a educación financiera, organizaciones aliadas, entidades gubernamentales, empresas interesadas en responsabilidad social y público general.

Mensaje por transmitir

Confianza, progreso y compromiso con el bienestar económico de Guatemala, impulsando la educación financiera como herramienta para el desarrollo sostenible.

5.2 Referencias visuales

Color y gráfica

Uso de tonos cálidos (naranjas, amarillos, rojos suaves) que transmitan cercanía, energía y motivación. Complemento con verdes y azules que aporten estabilidad, crecimiento y confianza. Aplicaciones visuales limpias, con elementos geométricos simples que evoquen monedas, ahorro y comunidad.

(Ejemplo conceptual: papelería con tonos tierra y detalles en dorado para representar valor y progreso).



Figura n.º 12. Tarjeta de presentación.
código Fuente: https://www.behance.net/gallery/227263693/Logo-y-Tarjeta-de-Presentacion-Elevate-Agency?tracking_source=search_projects%7Ctarjeta+de+presentaci%C3%B3n+verde+y+amarillo



Figura n.º 11. Subway Branding.
Fuente: https://www.behance.net/gallery/77515279/Subway-Branding?tracking_source=search_projects|+trifoliar+dise%C3%B1o+grafico+verde+y+amarillo&l=5



Figura n.º 13. Lotería.
Fuente: [https://www.behance.net/gallery/193316121/Portuguese-Words-I-Cant-Pronounce-\(loteria-style\)?tracking_source=search_projects|loteria&l=29](https://www.behance.net/gallery/193316121/Portuguese-Words-I-Cant-Pronounce-(loteria-style)?tracking_source=search_projects|loteria&l=29)



Figura n.º 14. Lotería cards medianas código. Fuente: https://www.behance.net/gallery/150778039/Loteria-ambiental-Redspira?tracking_source=search_projects|loteria&l=55



Figura n.º 15. Lotería iconografía. Fuente: https://www.behance.net/gallery/80883485/Loteria-Mexicana-iconografia?tracking_source=search_projects|dibujos+iconos+loteria&l=82



Figura n.º 16. Afiche a código. Fuente: https://www.behance.net/gallery/182822597/Propuesta-Afiche-Publicitario-Fika-Time?tracking_source=search_projects|afiche+anuncio+dise%C3%B1o+gr%C3%A1fico&l=8



Figura n.º 17. Tipografía
Fuente: https://www.behance.net/gallery/222725915/Ficha-Tipografica-Montserrat?tracking_source=search_projects|tipografia+montserrat&l=6



Figura n.º 18. Loteríacardas atrás.
Fuente: https://www.behance.net/gallery/235358017/Agua-Loteria?tracking_source=search_projects%7Ccarda+loteria

5.3 Estrategia de diseño

¿Qué?

- Creación de recursos visuales que fortalezcan la identidad gráfica de la Fundación del Centavo.
- Desarrollo de aplicaciones de la marca en medios impresos y digitales.
- Elaboración de un manual que especifique el uso adecuado de la identidad visual, con lineamientos, formatos y restricciones.

¿Dónde?

- El material será implementado en las oficinas y proyectos de la Fundación del Centavo, ubicadas en la ciudad de Guatemala.

¿Cuándo?

- Se desarrollará entre agosto y octubre de 2022.
- La Fundación podrá utilizar el material de forma permanente.

¿Por qué?

- Favorecer la consolidación de una imagen institucional clara y coherente.
- Facilitar que la Fundación sea reconocida por la comunidad guatemalteca y las entidades con las que colabora.
- Brindar a los colaboradores una guía para aplicar de manera correcta los elementos gráficos en diferentes contextos.

¿Quién?

Con quién:

- Lic. Roberto Méndez – Asesor financiero.
- Inga. Marcela López – coordinadora de proyectos sociales.
- Licda. Ana Sofía Herrera – representante legal y asesora institucional.

¿Para quién?

- Personas emprendedoras y pequeños empresarios que buscan apoyo económico y capacitación para desarrollar sus negocios.
- Comunidades guatemaltecas en situación de vulnerabilidad que requieren oportunidades de inclusión financiera y social.

¿Cómo?

- Creación de programas de microcréditos con tasas accesibles para impulsar proyectos productivos.
- Capacitación en educación financiera y administración de recursos.
- Alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas para fortalecer el impacto en las comunidades beneficiarias.
- Desarrollo de campañas de sensibilización sobre el ahorro y el uso responsable del dinero.

5.4 Definición de concepto creativo

La Fundación del Centavo se concibe como un puente entre la solidaridad y la oportunidad. A través de la innovación social y la inclusión financiera, busca empoderar a las personas para construir un futuro sostenible.

Técnica: Listado de atributos

IDENTIDAD GRÁFICA FUNDACEN					
Atributos	VALORES	INCLUSIÓN	INNOVACIÓN	EQUIDAD	PROGRESO
	SOLIDARIDAD	COMUNIDAD	EMPRENDIMIENTO	RESPETO	CRECIMIENTO
	TRANSPARENCIA	COOPERACIÓN	EDUCACIÓN	JUSTICIA	DESARROLLO
	COMPROMISO	CONFIANZA	CREATIVIDAD	IGUALDAD	FUTURO

Figura n.º 19. Listado de atributos Fuente: elaboración propia

Propuesta 1

Palabras clave: crecimiento – inclusión

Insight: “Un pequeño aporte puede cambiar una gran historia”.

Concepto creativo:

“Pequeños portes, grandes cambios.”

Técnica 3: Mapa mental

Un mapa mental permite visualizar cómo se relacionan los conceptos clave de la Fundación del Centavo y descubrir nuevas rutas creativas.



Figura n.º 20. Listado de atributos Fuente: elaboración propia

Propuesta 2

Palabras seleccionadas: ahorro – semilla

Insight: “Un pequeño aporte puede crecer hasta transformar vidas”.

Concepto creativo: “Un centavo, una esperanza.”

Concepto creativo seleccionado

“Raíces de Esperanza”

Fundamentación

La Fundación del Centavo busca generar oportunidades sostenibles a partir de pequeños aportes que, como semillas, germinan y se convierten en frutos para las comunidades guatemaltecas. El concepto refleja el poder de lo mínimo: cada centavo, cada esfuerzo y cada iniciativa contribuye a un cambio colectivo. La metáfora de la semilla conecta con la visión de crecimiento, confianza y progreso que guía a la institución. “Semillas de Futuro” representa el compromiso con la educación financiera, la inclusión social y la creación de un tejido comunitario basado en la solidaridad. Así, lo que inicia pequeño tiene la capacidad de transformarse en desarrollo para muchas familias.

5.5 Premisas de diseño

1.1 Premisas con sus respectivas referencias visuales

1.2 Premisa de color

La identidad cromática se fundamentará en tonos verdes y dorados, que simbolizan:



Figura n.º 21. Listado de atributos. Fuente: elaboración propia

Premisa de tipografía

Se utilizarán tipografías sans serif para títulos y serif para textos corridos, con el fin de mantener equilibrio entre modernidad y formalidad.

Títulos: Montserrat Bold.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz -
vwxyz1234567890**

Textos: Montserrat Regular.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
WXYZ1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz -
vwxyz1234567890

La elección asegura legibilidad en documentos digitales, impresos y materiales de comunicación comunitaria.

Premisa iconográfica ilustración

Los íconos o ilustraciones que se utilicen para la Fundación del Centavo deberán transmitir claridad y ser de fácil identificación. Se priorizará el uso de recursos gráficos simples y vectoriales, de manera que puedan aplicarse en diferentes formatos sin perder legibilidad. La línea visual estará basada en figuras geométricas y formas sintéticas que reflejen unión, apoyo colectivo y crecimiento social.

Se buscará una estética coherente con la misión de la institución: transmitir confianza, solidaridad y progreso. El color se empleará estratégicamente para resaltar la relación figura-fondo y reforzar la idea de comunidad. Las composiciones deberán mantener flexibilidad para adaptarse a distintos medios, conservando siempre un carácter institucional, inclusivo y accesible.

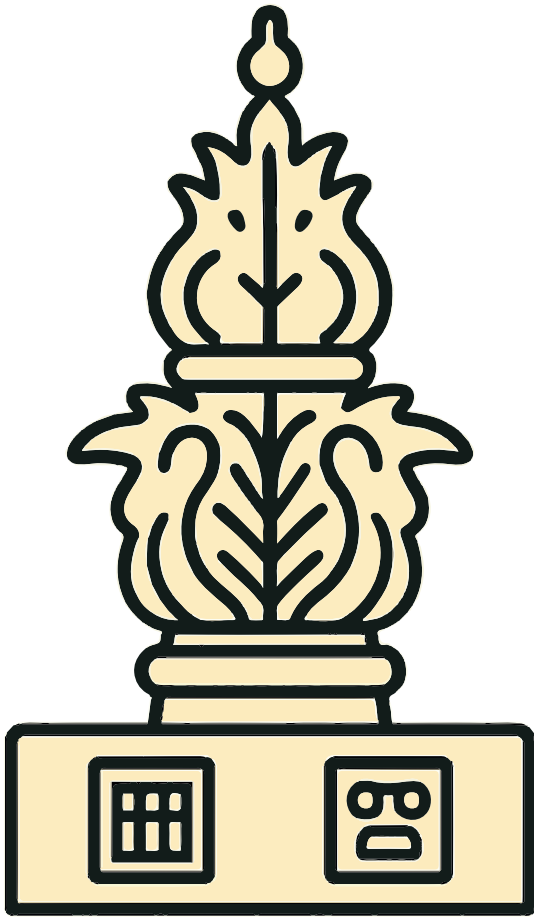


Figura n.º 22. lotería iconográfica
Fuente: https://www.behance.net/gallery/80883485/Loteria-Mexicana-iconografia?tracking_source=search_projects|dibujos+iconos+loteria&l=82

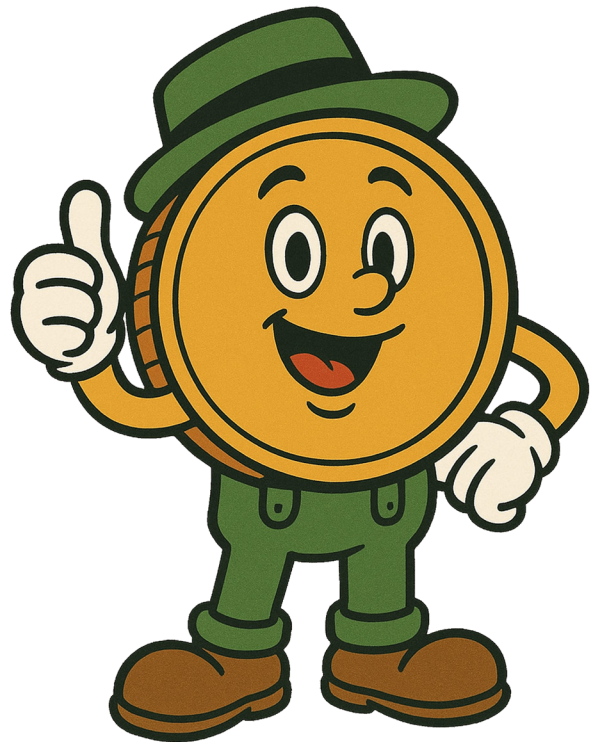


Figura n.º 23. Lotería iconográfica
Fuente: https://www.behance.net/gallery/225983163/Loterias-Torito-Rebranding?tracking_source=search_projects|ilustracion+loteria&l=8

En el próximo capítulo se presenta el proceso completo de creación gráfica, donde se desarrollan diversas propuestas de diseño con el objetivo de obtener el resultado más adecuado.



Capítulo

Producción gráfica

- 6.1 Primer nivel de visualización
- 6.2 Segundo nivel de visualización
- 6.3 Tercer nivel de visualización
- 6.4 Cuarto nivel de visualización
- 6.5 Quinto nivel de visualización
- 6.6 Propuesta final
- 6.7 Fundamentación
- 6.8 Lineamientos para puesta en práctica
- 6.9 Aporte económico del estudiante

6.1 Primer nivel de visualización

En esta etapa se trabaja el bocetaje inicial (empleando lápiz y papel) para explorar las primeras ideas de los elementos gráficos de la identidad visual (íconos, patrones e ilustraciones). Se generan de 3 a 4 propuestas por cada elemento, con el fin de analizar distintas posibilidades y seleccionar la que mejor represente la esencia de la Fundación Centavo.

Posteriormente, cada propuesta se evalúa mediante una matriz de criterios visuales y conceptuales, lo que permite elegir la opción con mayor impacto y claridad.

Bocetaje manual

Personajes:

Los personajes buscan representar los valores de la fundación de manera cercana, amigable y fácilmente recordable por el público.

Propuestas iniciales: semillita trabajadora: personaje en forma de semilla con gorro de campesino, que lleva una mochila con herramientas de trabajo.

Mazorca sabia: mazorca de maíz con rostro alegre y un bastón, representando experiencia y apoyo a los adultos mayores.

Moneda comunitario: una moneda con brazos extendidos que rodea a varias familias, simbolizando unión y desarrollo rural.

Joven campesino: personaje humano estilizado, con sombrero y una planta en la mano, representando esperanza y futuro.

De estas cuatro opciones, la semillita trabajadora y el sol comunitario resultan las más viables para convertirse en el personaje oficial de la fundación.

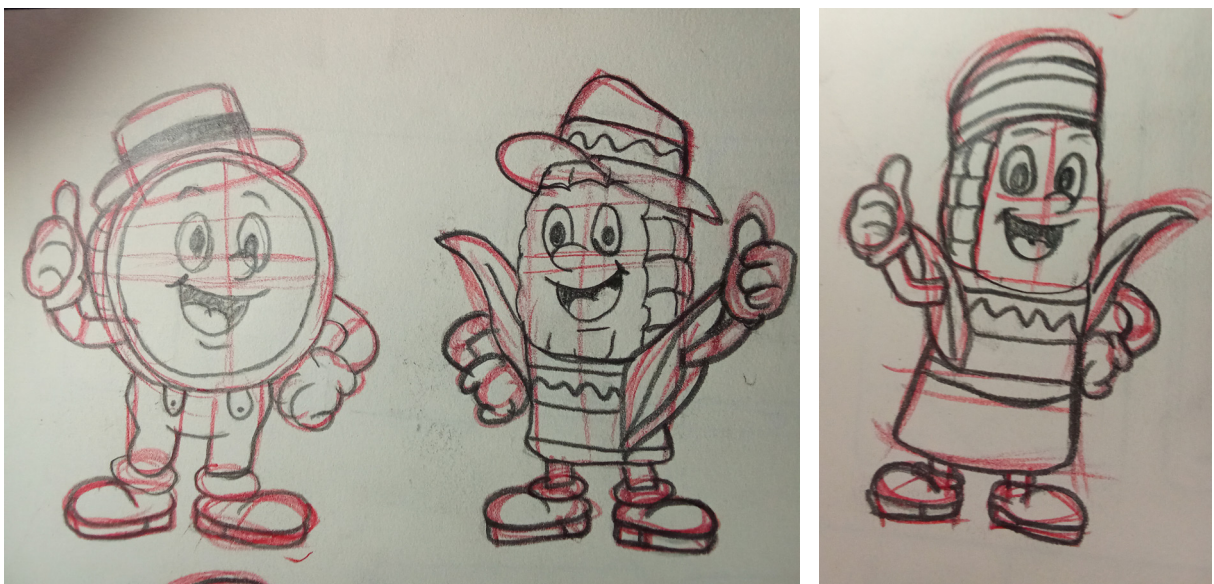


Figura n.º 24. Bocetos personajes nivel 1. Fuente: elaboración propia

Photoshop (para ilustraciones y bocetos manuales)

Aquí haces los bocetos ilustrados (a mano digital o escaneados).

Usa un lienzo con guías cuadriculadas (puedes activar Vista > Mostrar > Cuadrícula) para dar ese estilo académico que tienen tus ejemplos.

Dibuja con pinceles en escala de grises simulando lápiz.

Guarda cada propuesta en .PSD y exporta también en .PNG con fondo transparente o blanco.

Ejemplo:

Personaje “semilla trabajadora”

Familia abrazando moneda

Manos sosteniendo planta

InDesign (para maquetación del folleto)

Aquí insertas las imágenes exportadas desde Photoshop.

Usa un formato tipo cuadrícula como en tus capturas:

Columna izquierda → numeración y explicación breve.

Columna derecha → el boceto enmarcado.

Define estilos de párrafo con tipografía

clara (ej. Montserrat, Lato o Avenir).

Mantén coherencia con los colores institucionales

de la Fundación (verde, amarillo, café).

Flujo recomendado

Photoshop → dibujar y exportar los bocetos

InDesign → diagramar la sección “Primer nivel de visualización – Bocetaje manual” con texto + imágenes.

Exportar en PDF para impresión o presentación.

Ejemplo de estructura de la tarjeta de presentación

Frente (anverso):

Logo de la Fundación del Centavo (arriba izquierda o centro). Titular → ejemplo: “CUPÓN DE APOYO”.

Subtítulo → ejemplo: “Válido para programas comunitarios”. Datos principales: Nombre beneficiario.

Fecha

Elemento visual: ilustración sencilla relacionada con la fundación

Reverso (dorso):

Código QR → vincula a la página web oficial.

Datos de contacto:

Teléfono

Correo electrónico

Dirección (si aplica)

Página web → www.fundaciondelcentavo.org(ejemplo).

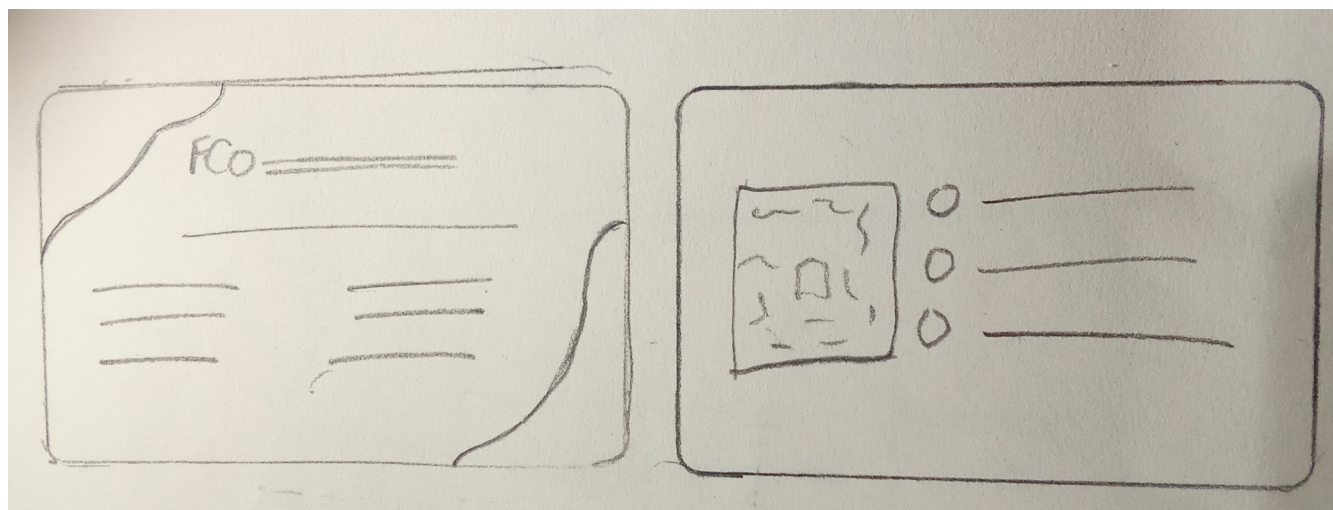


Figura n.º 25. Bocetos tarjeta de presentación nivel 1.
Fuente: elaboración propia

Afiche

Se implementó un mecanismo de revisión que permite analizar cada propuesta visual elaborada para la Fundación del Centavo. El objetivo fue elegir las alternativas que mejor comunicaran el concepto creativo, mantuvieran coherencia gráfica y tuvieran potencial para ser desarrolladas en otros formatos o medios.

Vista previa digital

Tras la revisión, se digitalizaron las propuestas seleccionadas aplicando la paleta cromática institucional y las tipografías definidas. Esto permitió contar con una vista previa más clara de cada elemento antes de su uso final.

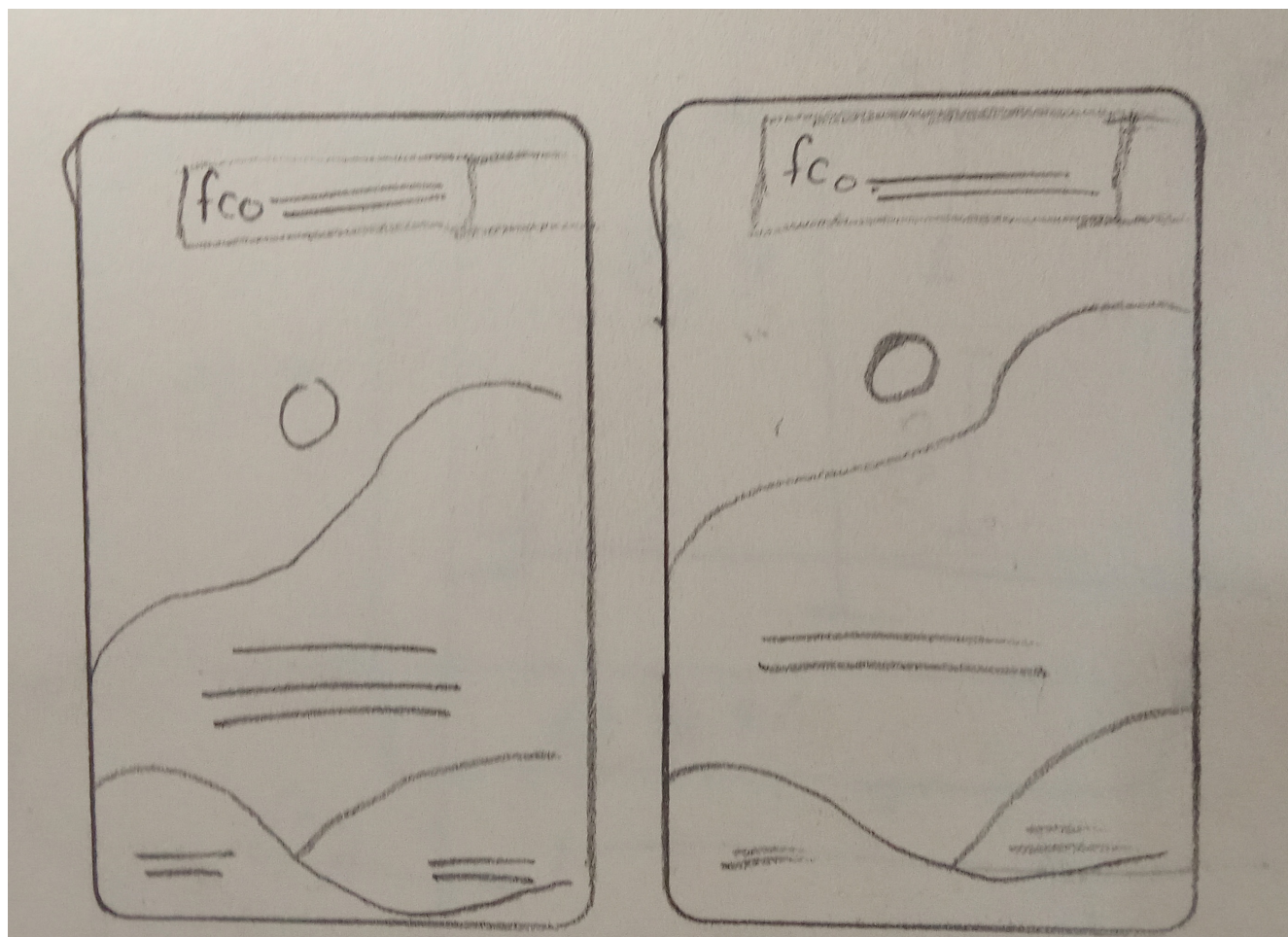


Figura n.º 26. Bocetos afiche nivel 1. Fuente: elaboración propia

Desplegable cuadrado folleto

Izquierda: área con el logo (FC), un espacio para texto principal o título y párrafos debajo.

Derecha: sección con una imagen o código QR y una lista de contactos.

Para preparar el presupuesto y vista previa digital, necesito confirmar unos detalles:

¿El afiche será tamaño A3, A4 u otro?

¿Quieres que la vista previa digital sea color profesional (tipo presentación) o solo un boceto limpio digitalizado (en blanco y negro, estilo esquema)?

¿Deseas que te prepare también el presupuesto estimado (en quetzales o dólares) para el bocetaje y diseño final?

Con eso puedo darte:

Un presupuesto detallado (por etapas: bocetaje, digitalización, y versión final).

Una vista previa digital profesional basada en tu boceto.

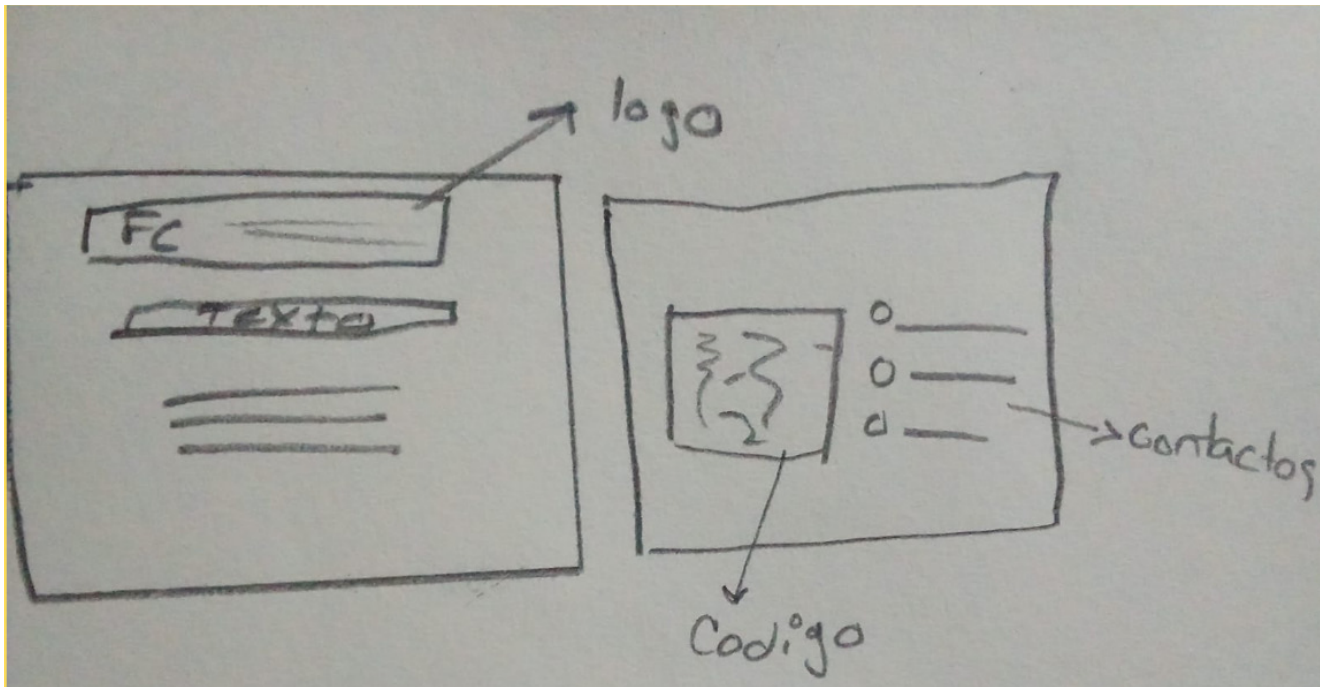


Figura n.º 27. Desplegable cuadrado folleto nivel 1.
Fuente: elaboración propia

Trifoliar

Solo confirma una cosa:

¿Deseas que el boceto del trifoliar sea hecho en estilo dibujo digital (como tu ejemplo anterior a lápiz), mostrando las tres partes del folleto (portada, interior, contraportada)?

Puedo hacerlo con:

Zonas marcadas: logo, texto, imagen, contactos, código QR, otros

Estilo simple en blanco y negro, tipo maqueta o esquema.

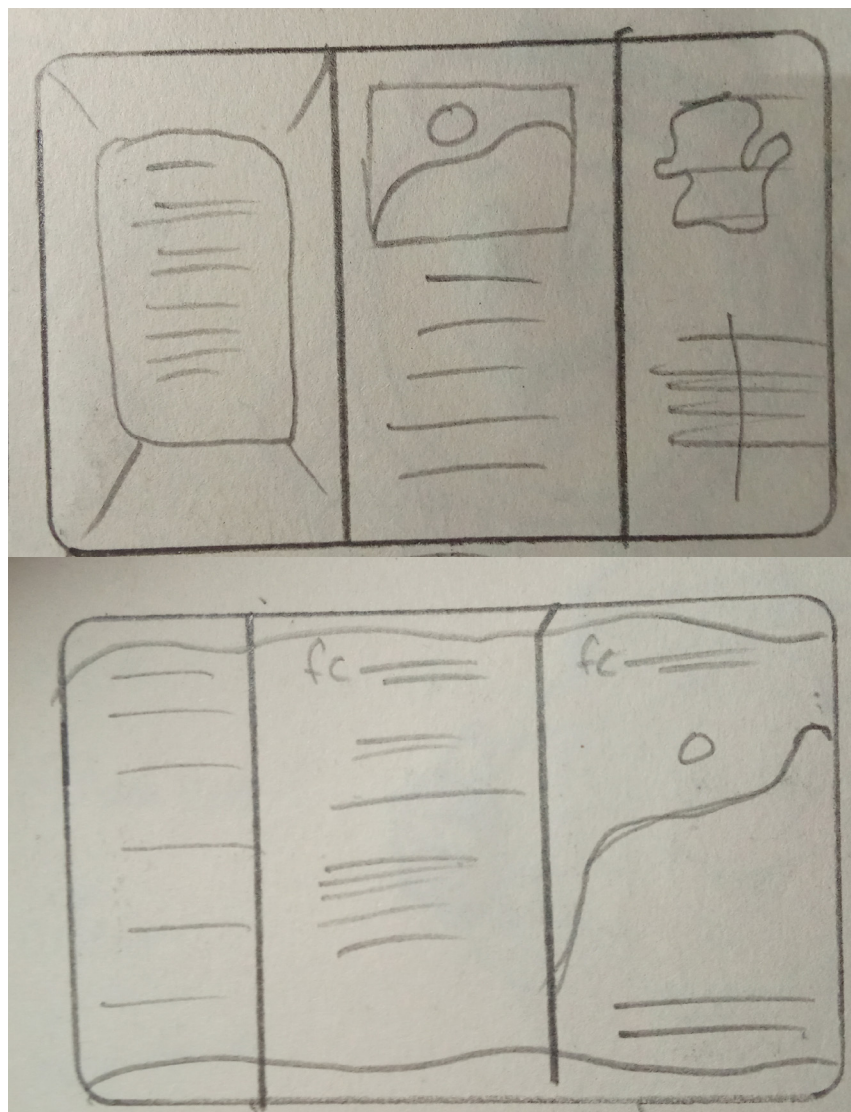


Figura n.º 28. Bocetos trifoliar nivel 1. Fuente: elaboración propia

Lotería e ilustrar

Parte superior con espacio para ilustrar o imagen principal. Abajo un espacio para nombre o título. Línea para logo (que ahora se retira, según dijiste). En la parte inferior, varias miniaturas numeradas (1-6), posiblemente opciones o íconos. 2 Segundo boceto – parece una página interior o reverso: disposición de 9 miniaturas (1-9) con espacio para texto breve debajo. Posible sección de boletos o íconos de lotería (números, símbolos, premios). Entonces, puedo generar una versión digital de estos bocetos, pero adaptada al tema “Lotería”, y sin el nombre Samuel ni logo de la Fundación del Centavo. Tendrá íconos genéricos (monedas, billetes, dados, estrellas, etc.) y mantendrá el estilo de boceto (solo líneas y formas, sin color).

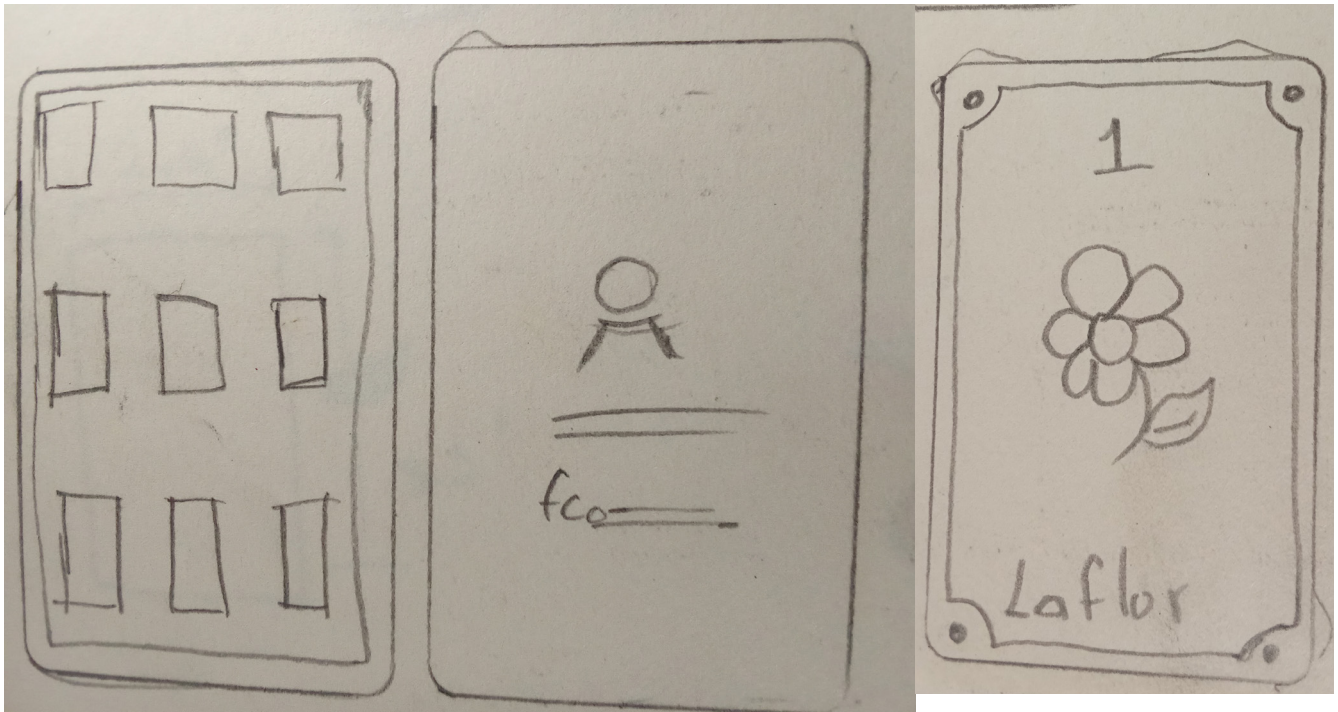


Figura n.º 29. Bocetos lotería nivel 1. Fuente: elaboración propia

Empaque caja

Medidas principales: largo total (centro): 7" secciones adyacentes: 1.5" y 1" ancho general: 2.5" solapas laterales y bordes con dobleces de 0.5" forma rectangular con esquinas redondeadas (más suaves que la caja pequeña). Interpretación: es una versión ampliada del modelo anterior: mantiene la misma estructura de plegado. Incluye solapas superiores e inferiores. Adecuado para un empaque tipo caja alargada (por ejemplo, para lotería, folletos, o productos promocionales). Si deseas, puedo prepararte una versión digital limpia de este boceto grande, igual en estructura, con: líneas de corte y doblez diferenciadas, medidas marcadas, lista para imprimir o trabajar en diseño (PDF o imagen).

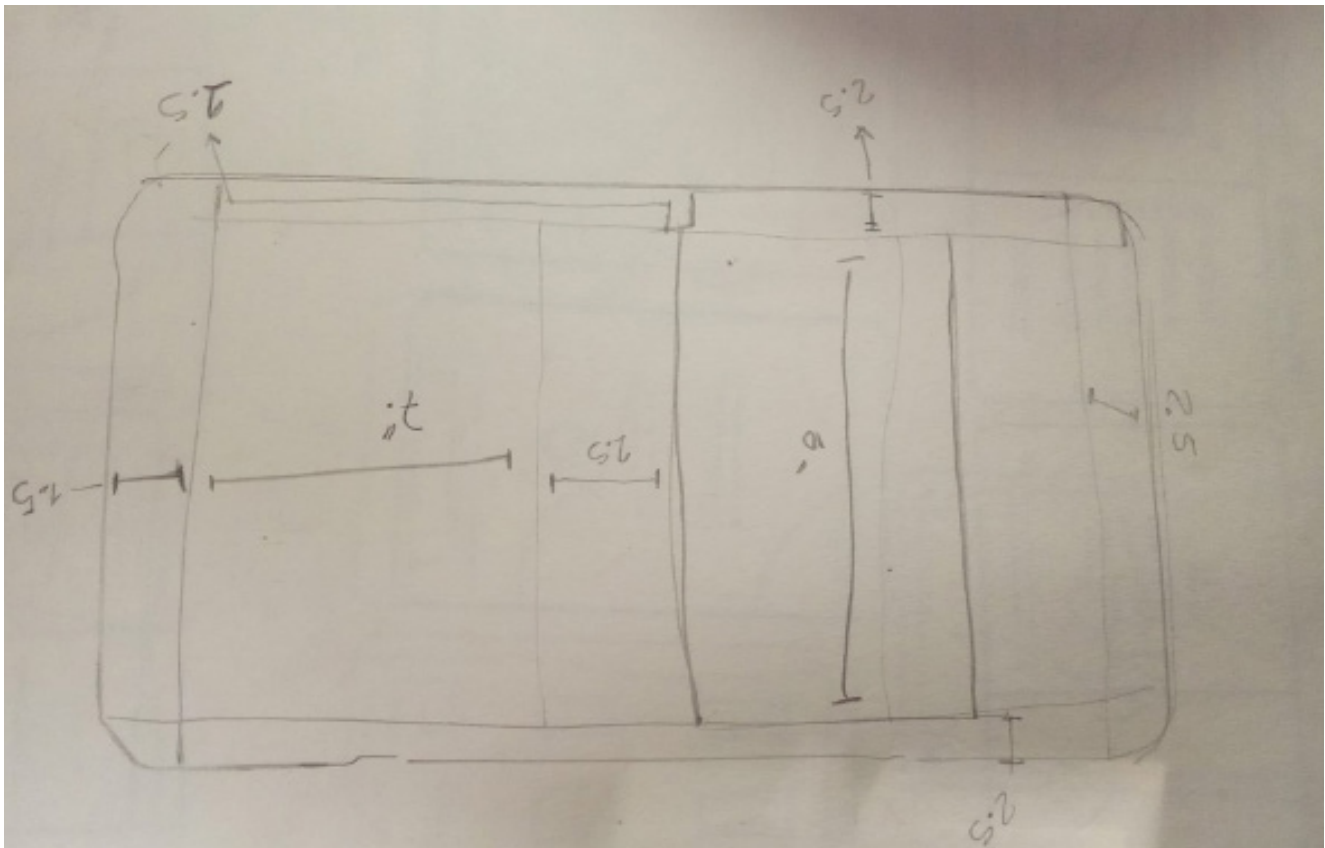


Figura n.º 30. Bocetos troquel caja nivel 1. Fuente: elaboración propia

Empaque cajita

Estructura del empaque (desplegado): ancho principal: 3.2" largo total (sumando secciones): aprox. 1" + 2.4" + 0.8" + solapas de 0.5" y 1.5". Tiene solapas laterales y superiores para doblar y armar la caja. Piezas marcadas con medidas específicas para corte y doblé. Este dibujo sirve como plantilla técnica (dieline) para fabricar un empaque pequeño, por ejemplo para boletos o productos promocionales (como la lotería). Puedo hacerte una versión digital limpia de esta plantilla: líneas claras, medidas legibles, zonas de doblé marcadas (líneas punteadas), formato listo para imprimir o usar en diseño (PDF, PNG o vector).

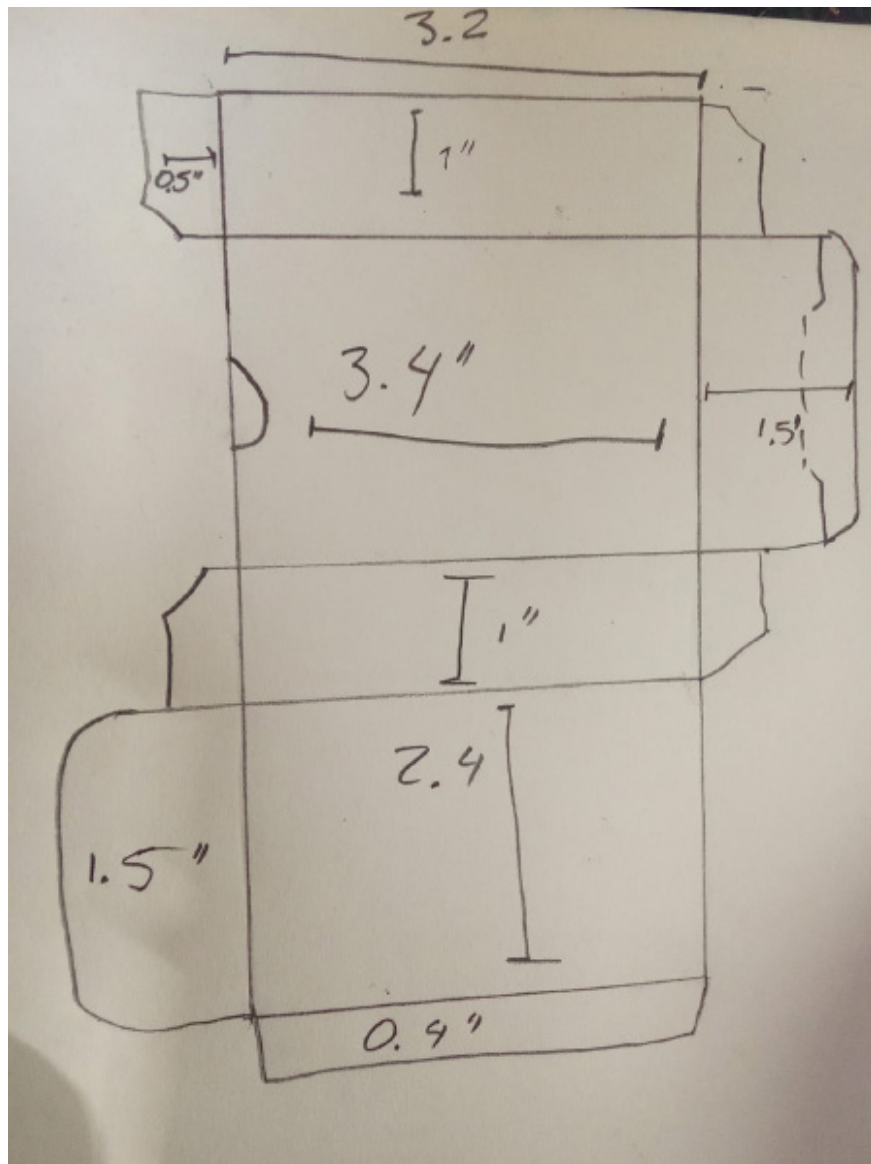


Figura n.º 31. Bocetos troquel cajita nivel 1. Fuente: elaboración propia

Autoevaluación

Evaluación interna

Se implementó un mecanismo de revisión que permite analizar cada propuesta visual elaborada para la Fundación del Centavo. El objetivo fue elegir las alternativas que mejor comunicaran el concepto creativo, mantuvieran coherencia gráfica y tuvieran potencial para ser desarrolladas en otros formatos o medios.

Vista previa digital

Tras la revisión, se digitalizaron las propuestas seleccionadas aplicando la paleta cromática institucional y las tipografías definidas. Esto permitió contar con una vista previa más clara de cada elemento antes de su uso final.



Figura n.º 32. Visualización de propuestas de trifoliales nivel 1.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 34. Visualización de propuestas de tarjeta de presentación nivel 1. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 33. Visualización de propuestas de afiche nivel 1. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 34. Visualización de propuestas de desplegable cuadrado folleto nivel 1. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 35. Visualización de propuestas de Lotería nivel 1.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 36. Visualización de propuestas de empaque caja nivel 1.
Fuente: elaboración propia

Coevaluación con estudiantes de diseño

Se llevó a cabo una coevaluación mediante un grupo focal con los estudiantes del décimo semestre del curso Proyecto de Graduación II, con el fin de recopilar observaciones y retroalimentación que permitan afinar la propuesta antes de avanzar al siguiente nivel de visualización.

● Cambios sugeridos

- a)** Ajustar el diseño del trifoliar, considerando un mejor equilibrio entre imágenes y texto para mayor claridad.
- b)** Proponer variaciones en los cupones promocionales, que incluyan tipografías más legibles y un mejor manejo del espacio.
- c)** Rediseñar el afiche para lograr un mayor impacto visual y jerarquía en la información.
- d)** Revisar el folleto cuadrado desplegable, incorporando recursos gráficos más coherentes con la identidad de la marca.
- e)** Explorar una versión más dinámica de la lotería, integrando color y estilo gráfico unificado.

6.2 Segundo nivel de visualización

En esta etapa se trabajó en la mejora de las piezas gráficas a partir de las observaciones obtenidas en la primera fase. El objetivo fue refinar los elementos visuales para lograr mayor claridad y coherencia. Las nuevas versiones fueron presentadas a profesionales del diseño, quienes aportaron comentarios críticos que permitieron enriquecer la propuesta y fortalecer su aplicación.

Propuestas presentadas a profesionales del diseño

Con el fin de ofrecer un panorama completo del proyecto, se compartieron diferentes materiales de comunicación visual: trifoliales informativos, cupones promocionales, un afiche, un folleto cuadrado desplegable y la propuesta de lotería. Cada pieza fue evaluada en términos de impacto, legibilidad y pertinencia con la identidad gráfica, lo que permitió obtener sugerencias valiosas para el perfeccionamiento de los diseños.



Figura n.º 37. Visualización de propuestas de afiche nivel 2.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 38. Visualización de propuestas de lotería nivel 2.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º39. Visualización de propuestas de desplegable cuadrado
folleto nivel 2. Fuente: elaboración propia

VENTAJAS DE TENER UN MICROCRÉDITO FUNDACEN

- Interés 3% mensual sobre saldos, Cobros honestos y transparentes.
- Requisitos mínimos.
- Seguro de saldo deudor.
- Apoyo funerario.
- Capacitación.
- Atención en áreas rurales.
- Mayoría de clientes mujeres.

TIPOS DE MICROCRÉDITOS

CRÉDITOS GRUPALES

- De 5 a 30 integrantes
- Monto: hasta Q20,000 por persona
- Garantía Mancomunada y Solidaria
- Pago de capital al vencimiento
- Plazo de 1 año

CRÉDITOS INDIVIDUALES

- Individual con 1 fiador: monto hasta Q75,000,
- Individual con 2 fiadores: monto hasta Q150,000
- Plazo 1 a 3 años
- Cuotas niveladas

CRÉDITOS PARA EL ADULTO MAYOR

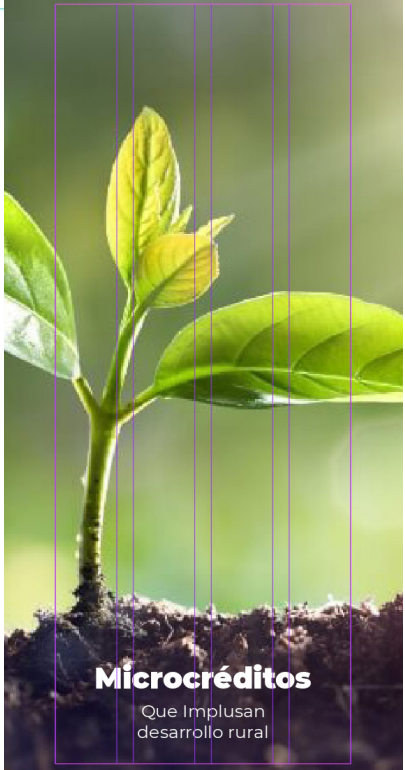
- Personas mayores a 65 años
- 1 fiador que sea familia
- Monto: hasta Q10,000

Microcréditos

Que Implusan desarrollo rural

Contáctanos

- 2310 3700
- info@fundacen.org
- www.fundacen.org
- 8a. calle 5-09 zona 9, ciudad de Guatemala
- fundacenguatemala
- fundaciondelcentavo
- @fundacenmicrocreditos
- fundacion-del-centavo



Microcréditos

Que Implusan desarrollo rural

Figura n.º 40. Visualización de propuestas de Trifoliar nivel 2.
Fuente: elaboración propia

 FUNDACIÓN DEL CENTAVO FUNDACIÓN GUATEMALTECA PARA EL DESARROLLO Te invitamos a conocer: FUNDACEN MICROCRÉDITOS La Primera institución no Gubernamental de Microfinanzas en Guatemala	 FUNDACIÓN DEL CENTAVO FUNDACIÓN GUATEMALTECA PARA EL DESARROLLO Te invitamos a conocer: FUNDACEN MICROCRÉDITOS La Primera institución no Gubernamental de Microfinanzas en Guatemala	 23103700 - info@fundacen.org - www.fundacen.org	 23103700 - info@fundacen.org - www.fundacen.org
 FUNDACIÓN DEL CENTAVO FUNDACIÓN GUATEMALTECA PARA EL DESARROLLO REDES SOCIALES Describe como iniciar o fortalecer tu proyecto o negocio	 FUNDACIÓN DEL CENTAVO FUNDACIÓN GUATEMALTECA PARA EL DESARROLLO REDES SOCIALES Describe como iniciar o fortalecer tu proyecto o negocio	 23103700 - info@fundacen.org - www.fundacen.org	 23103700 - info@fundacen.org - www.fundacen.org
 FUNDACIÓN DEL CENTAVO FUNDACIÓN GUATEMALTECA PARA EL DESARROLLO VOLUNTARIADO FUNDACEN Dirigido a Egresados, Estudiantes Universitarios y Profesionales que están dispuestos a aportar para Generar Desarrollo. "La mejor manera de encontrarse a uno es perderse en el servicio a otros"	 FUNDACIÓN DEL CENTAVO FUNDACIÓN GUATEMALTECA PARA EL DESARROLLO VOLUNTARIADO FUNDACEN Dirigido a Egresados, Estudiantes Universitarios y Profesionales que están dispuestos a aportar para Generar Desarrollo. "La mejor manera de encontrarse a uno es perderse en el servicio a otros"	 23103700 - info@fundacen.org - www.fundacen.org	 23103700 - info@fundacen.org - www.fundacen.org

Figura n.º 41. Visualización de propuestas de tarjeta de presentación nivel 2. Fuente: elaboración propia

82



Figura n.º 42. Visualización de empaque caja nivel 2. Fuente: elaboración propia

Perfil de los profesionales en Diseño Gráfico

Para la validación de las propuestas se contó con la participación de profesionales en diseño gráfico con distintas trayectorias y experiencias. Este grupo aportó una visión crítica y fundamentada, enriqueciendo el proceso de revisión de las piezas visuales de la Fundación del Centavo.

- Diseñadores independientes con más de 10 años de experiencia en identidad visual y comunicación social.
- Profesionales vinculados a agencias de publicidad, especializados en campañas sociales y material promocional.
- Diseñadores corporativos, con experiencia en el desarrollo de piezas impresas como trifoliales, afiches y material institucional.
- Docentes y asesores académicos, quienes aportaron criterios técnicos sobre tipografía, diagramación y coherencia visual.
- Diseñadores emergentes, con entre 3 y 5 años de experiencia, que brindaron una visión fresca y actual sobre tendencias de diseño.

Criterios por evaluar

A los participantes se les solicitó analizar cada propuesta gráfica considerando los siguientes aspectos:

- Claridad del mensaje: que la información transmitida en las piezas sea comprensible y directa para el público objetivo.
- Coherencia visual: que los colores, tipografía e ilustraciones mantengan unidad con la identidad de la Fundación del Centavo.
- Funcionalidad del diseño: que los materiales (trifoliales, cupones, afiche, folleto y lotería) cumplan adecuadamente con su propósito comunicativo.
- Impacto gráfico: que las piezas resulten atractivas, llamativas y capaces de captar la atención de diferentes públicos.
- Pertinencia del contenido: que la información incluida en cada propuesta sea relevante, suficiente y adecuada para el contexto institucional.

Comentarios recibidos

- Los profesionales en diseño gráfico brindaron observaciones valiosas que ayudaron a fortalecer las propuestas: se recomendó simplificar algunos textos en los trifoliales para mejorar la legibilidad y evitar la sobrecarga de información.
- En los cupones, se sugirió dar mayor protagonismo a los elementos gráficos, manteniendo el equilibrio con los datos esenciales.
- El afiche fue valorado por su impacto visual, aunque se propuso jerarquizar mejor los títulos y subtítulos para guiar la lectura.
- En el folleto cuadrado desplegable, se resaltó la creatividad del formato, pero se indicó la necesidad de alinear mejor los márgenes para lograr mayor orden.
- En la propuesta de lotería, se destacó la originalidad, recomendando unificar la paleta de colores para reforzar la identidad de la Fundación del Centavo.



6.3 Tercer nivel de visualización

En la última etapa, se llevó a cabo una asesoría final en la que se integraron los comentarios de los niveles anteriores y se realizaron los ajustes definitivos a las piezas gráficas. El énfasis estuvo en la validación práctica, evaluando aspectos como la funcionalidad, la legibilidad y la aplicación en distintos contextos de difusión de la Fundación. Esta revisión permitió consolidar las versiones finales de los trifoliales, cupones, afiche, folleto cuadrado desplegable y lotería, asegurando una propuesta sólida y lista para su implementación.

Propuesta presentada al grupo objetivo y a la Fundación del Centavo

Las piezas gráficas refinadas fueron presentadas tanto al grupo objetivo como al equipo de la Fundación del Centavo, con el fin de validar su funcionalidad y pertinencia. Se compartieron las propuestas de trifoliales, cupones, afiche, folleto cuadrado desplegable y lotería, las cuales fueron evaluadas en cuanto a su claridad, atractivo visual y coherencia con la identidad institucional.

Este proceso permitió obtener retroalimentación directa que fortaleció la propuesta final, garantizando que los materiales respondieran efectivamente a las necesidades de comunicación de la Fundación.



Figura n.º 43. Visualización de trifoliar nivel 3. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 44. Visualización de tarjeta de presentación nivel 3. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 45. Visualización de afiche nivel 3. Fuente: elaboración propia

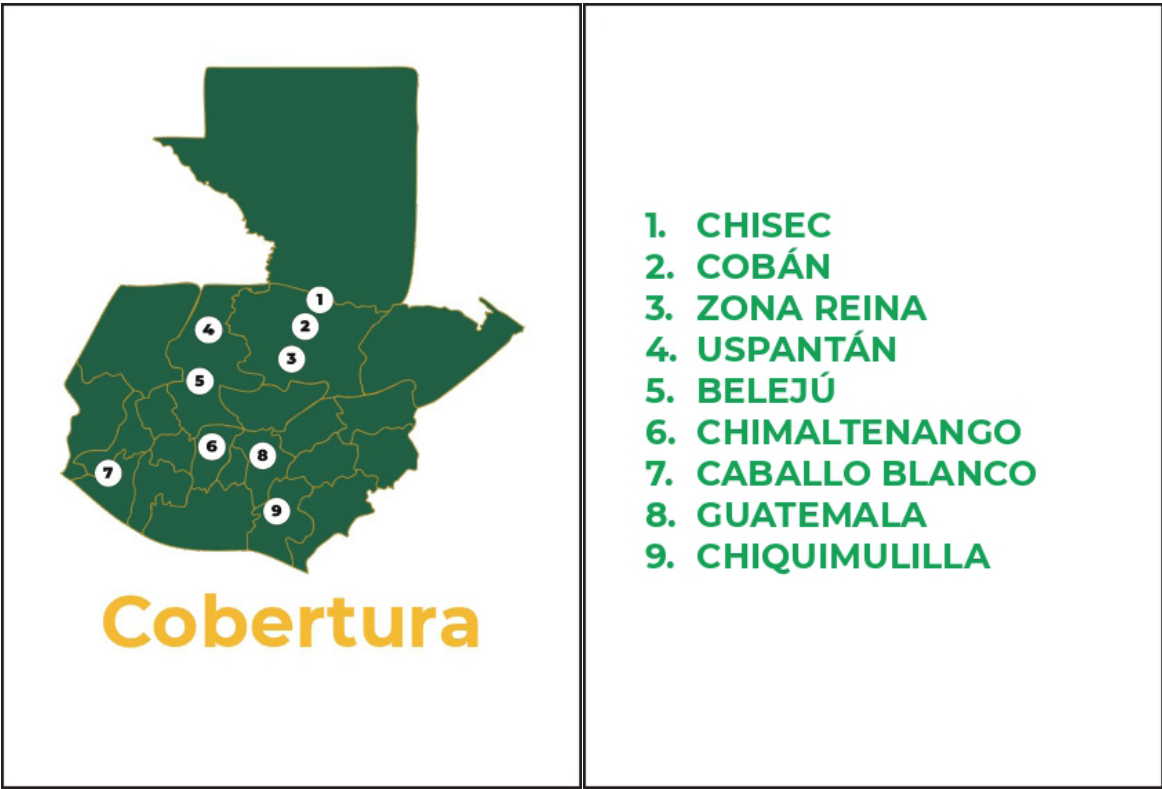


Figura n.º 46. Visualización de cuadrado desplegable folleto nivel 3. Fuente: elaboración propia

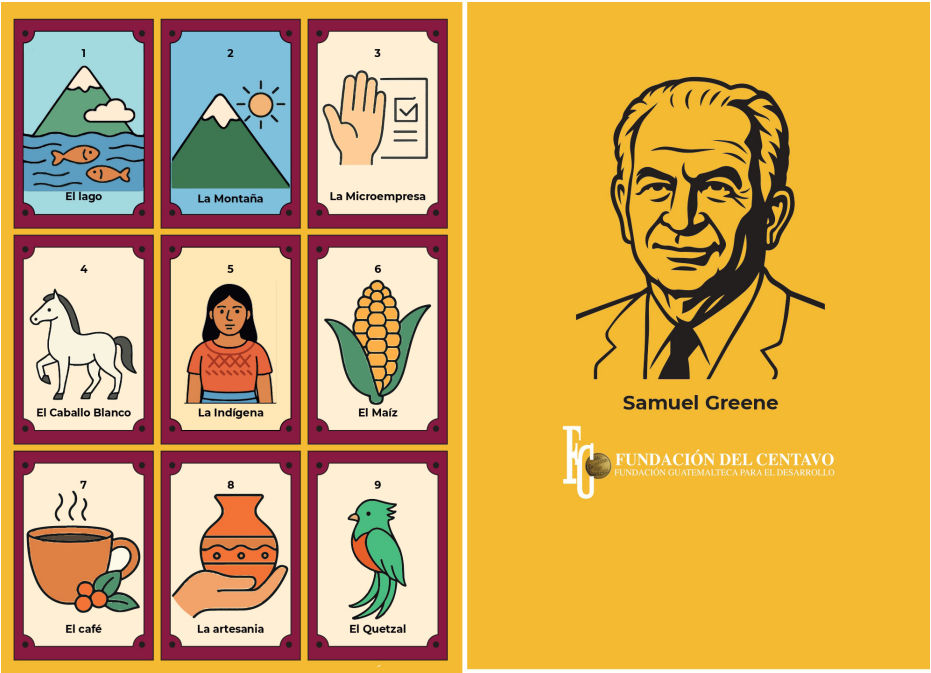


Figura n.º 47. Visualización de lotería nivel 3. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 48. Visualización de caja nivel 3. Fuente: elaboración propia

comentario

Solo para este, como estás trabajando hacia el centro, pues igualmente el titular ir para el centro. Sí, de ahí está bien porque estás trabajando todo dentro del margen. Igual inclusive me gusta que hayas usado este recuadro blanco y de ahí pues la información está ahí. Solamente ese detalle de que vaya al centro porque ya tu otro demás texto está al centro. Pero de ahí todo muy bien.

En esta página donde tienes el número y todo cuidar tu medianil aquí se le fiel a tus columnas porque estás dejando muy poco espacio en medio entonces se pueden confundir los textos porque tienes dos columnas pero no hay nada de aire entre ellas entonces sí se le fiel a tu diagramación para no tener ese problema de texto

Creo que podrías simular a esto, cuadritos, fondo no, pero los cuadritos creo que te ayudarían aquí a cortar un poco más, a hacer más pequeños los textos para respetar cierto espacio acá, se vería más ordenado. Entonces estos cuadritos están bien.



6.4 Cuarto nivel de visualización

En esta fase se realizaron los ajustes finales a las piezas gráficas destinadas a la Fundación del Centavo.

Se revisaron cuidadosamente el afiche, la lotería, el folleto cuadrado desplegable, el trifoliar y los cupones, asegurando uniformidad visual, claridad en los mensajes y coherencia con la identidad institucional.

La validación con el grupo objetivo permitió confirmar la legibilidad, funcionalidad y atractivo de cada pieza, consolidando la propuesta final de comunicación.

Propuesta presentada al grupo objetivo.

Las piezas finales fueron presentadas al grupo objetivo y al equipo de la Fundación del Centavo para validar su aplicación práctica y su pertinencia comunicacional. Durante esta presentación se evaluó la efectividad de los materiales, su adaptación a distintos contextos y su impacto visual.

Las observaciones obtenidas fortalecieron la propuesta definitiva, garantizando que cada elemento gráfico respondiera adecuadamente a las necesidades de difusión institucional.



Figura n.º 49. Visualización de propuestas de Cuadrado folleto desplegable nivel 4. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 50. Visualización de propuestas de Afiche nivel 4. Fuente: elaboración propia

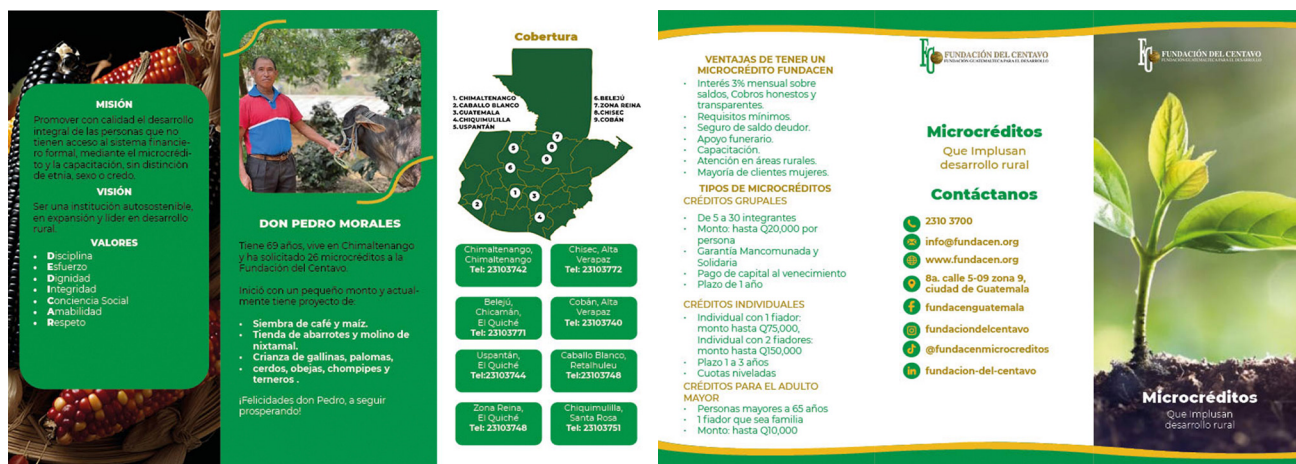


Figura n.º 51. Visualización de propuestas de trifoliar nivel 4. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 52. Visualización de tarjeta de presentación caja nivel 4. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 53. Visualización de propuestas de Lotería nivel 4.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 54. Visualización de propuestas de caja nivel 4.
Fuente: elaboración propia

Comentario

La pieza comunica de forma clara y directa el propósito del mensaje: incentivar el fortalecimiento de proyectos mediante los microcréditos de la Fundación del Centavo. El uso de la imagen del ave (gallina) refuerza la idea de producción y autosostenibilidad, asociada a emprendimientos rurales, lo cual conecta con el público meta.

El esquema de color verde y amarillo se alinea correctamente con la identidad institucional, generando coherencia visual con la marca. La tipografía en negrita blanca sobre fondo fotográfico tiene buena legibilidad, aunque puede mejorarse ligeramente aumentando el contraste o aplicando una sombra sutil si se desea mayor lectura en entornos impresos.

El bloque inferior verde con el título “MICROCRÉDITOS” está bien jerarquizado, usando el amarillo como acento visual para dividir información. Los íconos y datos de contacto están equilibrados y mantienen armonía compositiva.

El logotipo de la Fundación del Centavo mantiene una composición equilibrada y simbólica, destacando el quetzal y la moneda, elementos que representan la identidad guatemalteca y el valor del desarrollo económico solidario.

En esta versión, se aplicó un ajuste a las monedas con fondo blanco al 75 % de opacidad, lo cual permite una mejor integración del símbolo con distintos fondos y mejora la legibilidad general del logotipo. Este cambio aporta ligereza visual y evita contrastes excesivos cuando el logotipo se utiliza sobre superficies claras.

La combinación cromática de verde y dorado continúa transmitiendo crecimiento, confianza y estabilidad, mientras que la tipografía serif refuerza la formalidad institucional. En conjunto, la pieza conserva su identidad original, pero con un acabado más limpio y adaptable a diversos formatos de aplicación.

cuidado la indígena dice discriminación. cambiar mujer, originaria y habitamente.



6.5 Quinta nivel de visualización

En esta etapa se realizaron los ajustes finales de las piezas gráficas dirigidas a la Fundación del Centavo.

Se verificaron cuidadosamente todos los materiales —afiche, lotería, folleto desplegable, trifoliar y cupones— para garantizar una comunicación visual coherente con la identidad institucional.

La retroalimentación obtenida del grupo objetivo permitió optimizar la legibilidad, funcionalidad y atractivo visual de cada diseño, asegurando la calidad de la propuesta comunicacional definitiva.

Propuesta presentada al grupo objetivo.

Las piezas concluidas fueron presentadas ante el grupo objetivo y el equipo de la Fundación del Centavo para evaluar su efectividad y pertinencia.

Durante esta revisión se consideró la claridad del mensaje, la aplicabilidad en diferentes contextos y el impacto visual generado.

Las sugerencias recopiladas contribuyeron al fortalecimiento de la propuesta final, garantizando que cada elemento gráfico respondiera a los objetivos institucionales de comunicación y difusión.

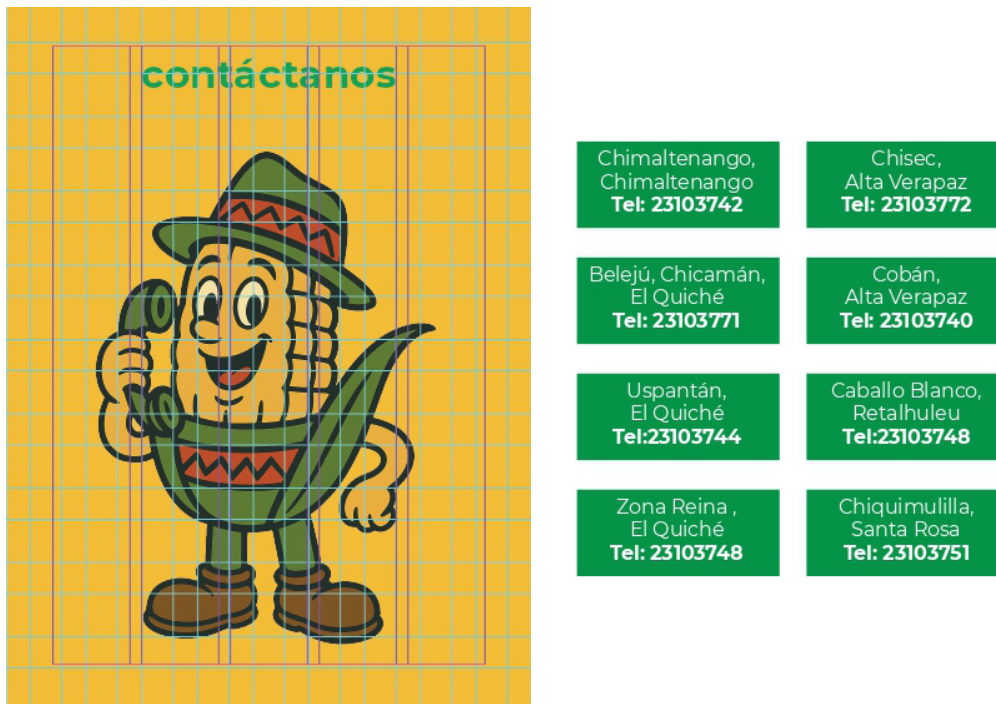


Figura n.º 55. Visualización de propuestas de cuadrado folleto nivel 5.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 56. Visualización de propuestas de Afiche nivel 5.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 57. Visualización de propuestas de trifoliar nivel 5.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 58. Visualización de tarjeta de presentación caja nivel 5.
Fuente: elaboración propia

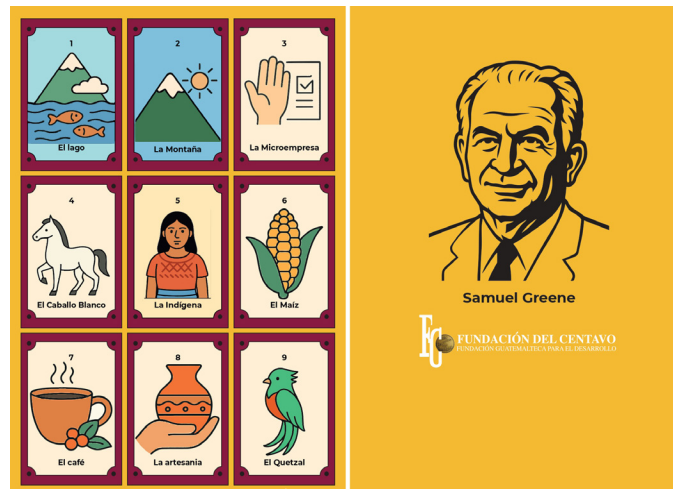


Figura n.º 59. Visualización de propuestas de Lotería nivel 5.
Fuente: elaboración propia

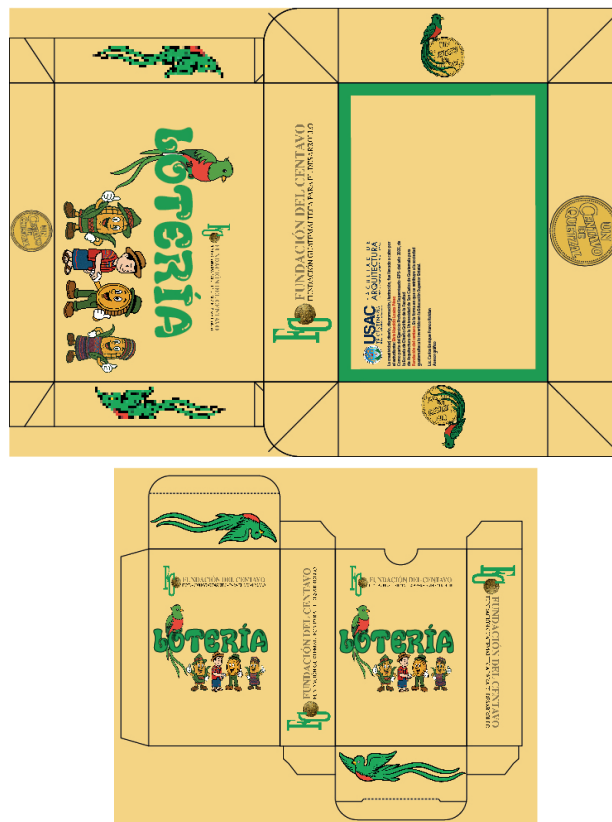


Figura n.º 60. Visualización de propuestas de caja nivel 5.
Fuente: elaboración propia

Comentarios recibidos

Los comentarios que se obtuvieron del grupo objetivo fueron:

Todos comprendieron la finalidad del proyecto y consideraron que refleja los valores de inclusión, solidaridad y apoyo comunitario promovidos por la Fundación.

Se reconoció que el uso de color es pertinente para la institución, ya que transmite cercanía, confianza y mantiene coherencia con la identidad visual planteada.

Sobre las ilustraciones se destacó que representan adecuadamente a los distintos sectores de la población a los que atiende la Fundación, aunque se sugirió incluir mayor diversidad en las figuras para reflejar mejor a la comunidad beneficiaria.

Se recomendó aplicar con cuidado algunos patrones gráficos en las piezas, evitando la saturación visual para no distraer del mensaje central. Consideraron que la identidad gráfica permitirá que la Fundación sea más fácilmente reconocida en sus publicaciones, tanto en materiales impresos como en medios digitales y redes sociales. Señalaron que la propuesta unifica de manera clara la imagen institucional, fortaleciendo la identificación de la Fundación del Centavo y facilitando la transmisión de su misión social.

La caja de lotería de la Fundación del Centavo resalta por su diseño alegre y solidario, que invita a participar en una causa con propósito social.

Los colores vivos y el equilibrio en la composición hacen que la caja sea atractiva y fácilmente reconocible, captando la atención del público.

La tipografía utilizada es clara y moderna, lo que facilita la lectura y refuerza la identidad visual de la fundación.

Los elementos gráficos reflejan los valores de esperanza, apoyo y unión que representan la misión de la Fundación del Centavo.

El diseño mantiene una buena armonía entre imagen y texto, cuidando la proporción, la legibilidad y la coherencia visual del producto.

6.6 Propuesta final

Resultado final

Después de recopilar los comentarios y sugerencias realizadas por el personal de la Fundación del Centavo y del grupo objetivo, se procedió a realizar las correcciones en las piezas diseñadas e integrarlas en el manual de identidad gráfica.

El resultado final presenta un sistema visual unificado, claro y adaptable a diferentes medios, tanto impresos como digitales.

La propuesta fortalece la identificación institucional, refuerza la misión social de la Fundación y permite proyectar una imagen coherente, accesible y profesional en cada una de sus aplicaciones. De esta manera, el manual de identidad gráfica se convierte en una herramienta estratégica para consolidar la comunicación de la Fundación del Centavo, facilitando su reconocimiento y posicionamiento en el ámbito social y comunitario.



Figura n.º 61. Formato final desplegable cuadrado folleto.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 62. Formato final Afiche.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 63. Formato final trifoliar.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 64. Formato final Lotería.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 65. Formato final Lotería.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 66. Formato final Lotería.
Fuente: elaboración propia



Figura n.º 67. Formato final caja. Fuente: elaboración propia



Figura n.º 68. Formato final caja. Fuente: elaboración propia

6.7 Fundamentación

Fundamentación técnica del afiche

El afiche se diseñó aplicando principios de comunicación visual y diseño gráfico que permiten transmitir de forma clara y atractiva el mensaje conmemorativo del Día Nacional del Maíz.

Formato

El afiche fue diseñado en tamaño tabloide (29.7 x 42 cm) (1080x612px) en orientación vertical. Se aplicó una retícula modular que permitió organizar la imagen central, el texto y los elementos institucionales con equilibrio y legibilidad, asegurando su correcta visualización tanto en impresión como en medios digitales.

Composición

Se utilizó una retícula modular que organiza la imagen, los textos y los elementos institucionales de forma equilibrada. Esto permite jerarquizar la información, garantizar legibilidad y mantener una estructura visual clara y ordenada en el afiche.



Figura n.º 69. Afiche. Fuente: elaboración propia

Validación con personal del fundación del centavo

Participantes

La validación fue realizada con la participación de cinco (5) colaboradores de la Fundación del Centavo, quienes aportaron su experiencia y conocimientos para garantizar la coherencia del material con los objetivos institucionales.

Entre los participantes se incluyeron coordinadores de programas, técnicos de campo y personal administrativo, quienes brindaron observaciones valiosas sobre el contenido, diseño y pertinencia del material.

Su participación permitió fortalecer la calidad del producto final y asegurar que responda a las necesidades y lineamientos de la Fundación del Centavo.

Criterios por evaluar

Se pidió a los participantes que evaluaran el reflejo del concepto en todas las piezas, considerando pertinente el uso del color para la institución, los elementos de marca presentados, la funcionalidad del manual interactivo, además de entender la finalidad del proyecto.

Comentarios recibidos

- Los comentarios que se obtuvieron del personal de la Fundación del Centavo fueron:
- Todo el personal entendió la finalidad del proyecto y considera que refleja el concepto central.
- Se reconoció un buen uso del color, adecuado a la identidad institucional y a los valores que promueve la Fundación.
- Los elementos de marca presentados fueron considerados pertinentes y adecuados, especialmente en lo que respecta a la identificación institucional.
- Se destacó que las figuras, símbolos y recursos gráficos deben representar de manera inclusiva a la comunidad atendida.
- La funcionalidad de las propuestas fue valorada como clara y práctica para fortalecer la identidad.
- El manual de marca fue considerado útil al ser digital, interactivo y de fácil consulta, además de poder imprimirse en caso de ser necesario.

Participantes en la validación por parte del grupo objetivo

Participantes

La validación fue realizada con la participación de cinco (5) jóvenes estudiantes, quienes forman parte del grupo objetivo del proyecto.

Estos estudiantes contribuyeron activamente compartiendo sus opiniones sobre la claridad, el diseño y la pertinencia del material validado.

Su participación permitió obtener valiosos aportes para mejorar el contenido y asegurar que sea adecuado, comprensible y atractivo para el público juvenil al que está dirigido.

Criterios a evaluar

Se solicitó a los participantes del grupo objetivo que evaluaran si las propuestas gráficas y de identidad reflejaban adecuadamente la misión de la Fundación del Centavo. También se consideró pertinente la claridad en el uso de colores, símbolos y elementos visuales, así como la facilidad de uso del manual de marca y la identificación institucional que transmite.

Comentarios recibidos

Los participantes reconocieron la coherencia entre la propuesta visual y los valores de la Fundación.

Destacaron la importancia de contar con un diseño accesible, fácil de comprender y aplicar en diferentes contextos comunitarios.

Resaltaron que la paleta de colores elegida representa de forma positiva el enfoque social de la Fundación.

Sugirieron que los recursos gráficos sean adaptables a distintos formatos (digitales e impresos).

Consideraron que el manual debe servir como herramienta práctica para reforzar la identidad y comunicación institucional.

Medidas estándar de un tríptico (trifoliar):

Tamaño carta: 21.6 cm × 27.9 cm → en pulgadas: 8.5" × 11"

Se divide en tres paneles verticales.

Cada panel mide aprox. 9.9 cm de ancho (los dos de la izquierda) y 9.7 cm el derecho, para que al doblar encaje bien.

En píxeles, depende de la resolución:

A 300 dpi (para impresión): 2550 × 3300 px

A 150 dpi (digital solo pantalla): 1275 × 1650 px

8.3"



Figura n.º 70. Trifoliar. Fuente: elaboración propia

Fundamentación técnica

Lotería

Formato

El material gráfico se diseñó en tamaño carta (21.6 × 27.9 cm / 8.5" × 11") en orientación vertical, adaptado para impresión. En resolución digital, equivale a 2550 × 3300 pxa 300dpi, lo que garantiza calidad y nitidez en la reproducción.

Composición

Se aplicó una retícula modular que organiza los elementos visuales y textuales de forma equilibrada. La jerarquía guía la vista desde el título principal hacia la imagen central y, finalmente, hacia la información complementaria.

Tipografía

Se emplearon tipografías sans serif de alta legibilidad. Los títulos en negrita

resaltan el carácter institucional y generan impacto, mientras que los textos secundarios en estilos más ligeros aportan claridad y orden.

Color

La paleta cromática incluye tonos brillantes y contrastantes asociados a la suerte, la alegría y el dinamismo, valores vinculados al juego de la lotería. Los colores vibrantes refuerzan la identidad y atraen la atención inmediata del espectador.

Imagen

Los recursos gráficos como esferas, números y billetes fueron integrados para simbolizar el azar y la expectativa del sorteo. Su ubicación central refuerza la temática y apoya la comunicación visual del mensaje.

La página completa de los cupones mide 1275 x 1650 píxeles.

Dentro de esa página, cada cupón está distribuido en un formato de 3 filas por 2 columnas (6 cupones en total).

Esto significa que cada cupón tiene aproximadamente:

lotería

Ancho: 7 pulgadas
Alto: 10.5

cajita

Ancho: 7.8826"
Alto: 6.7637"

caja empaque

Ancho: 17.2796"
Alto: 21.61"

7 pulgadas



10.5
pulgadas

7.8826"



6.7637"

17.2796"



23.6174"

Figura n.º 71. Lotería. Fuente: elaboración propia

Fundamentación del folleto cuadrado desplegable (3x2 pulgadas)

El folleto cuadrado desplegable en formato 3 x 2 pulgadas se justifica como un material de comunicación gráfica compacto, innovador y funcional, que cumple con los objetivos de difusión institucional de manera eficiente.

1. Dimensiones prácticas

El tamaño de 3 pulgadas de ancho por 2 pulgadas de alto (aprox. 7.6 x 5 cm) permite un material de bolsillo fácil de transportar, guardar y distribuir. Su carácter reducido lo convierte en una herramienta cómoda para entregar en actividades, ferias, conferencias o visitas comunitarias.

2. Diseño desplegable

Aunque compacto, el formato se expande al desplegarse, lo que brinda un espacio adicional para organizar la información en secciones. Esto facilita jerarquizar los contenidos (misión, visión, servicios, cobertura, contacto), sin saturar cada cara.

3. Impacto visual e innovación

El carácter cuadrado y reducido rompe con el esquema de los folletos rectangulares convencionales, generando curiosidad en el receptor.

El despliegue progresivo del material motiva a leerlo completo, convirtiéndose en un recurso innovador y atractivo.

4. Economía y sostenibilidad

El uso de un formato pequeño implica un ahorro en impresión y en papel, lo que lo hace más económico y ecológico, sin sacrificar la calidad del diseño ni la claridad de la información.

5. Adecuación al público objetivo

El folleto cuadrado de bolsillo es especialmente útil para públicos amplios y diversos, ya que su tamaño facilita la portabilidad y conservación del material. Se convierte en un recordatorio práctico de la institución y sus servicios.

Esquema técnico sugerido:

Tamaño cerrado: 3 x 2 pulgadas (7.6 x 5 cm).

Tamaño abierto: dependerá del número de pliegues (por ejemplo, 3 cuerpos → 9 x 2 pulgadas).

Orientación: horizontal (tipo acordeón o ventana).

6"

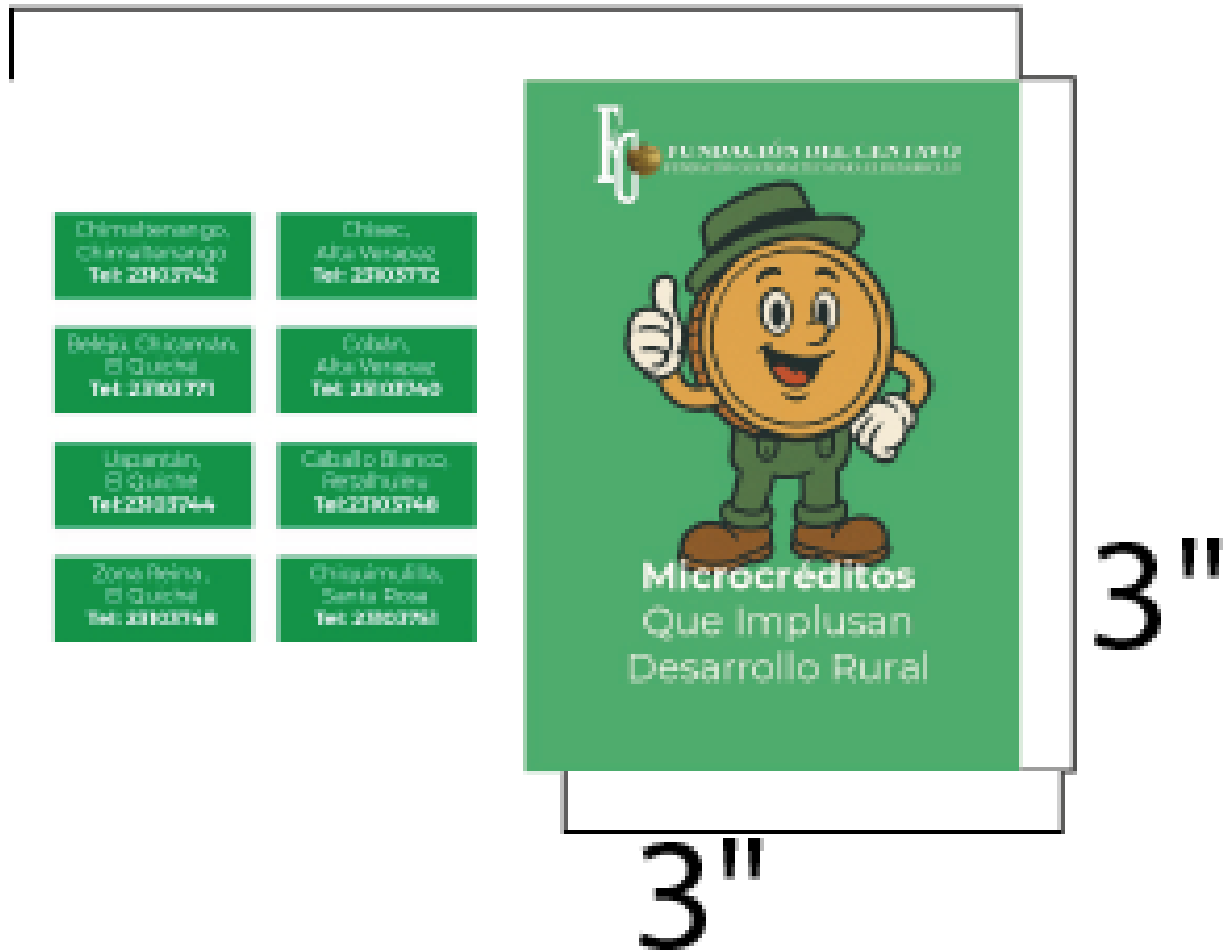


Figura n.º 72. Cuadrado folleto desplegable.
Fuente: elaboración propia

Fundamentación del personaje

El personaje diseñado para el folleto cumple una función estratégica como recurso visual, comunicacional y pedagógico, al convertirse en un mediador entre la institución y el público objetivo.

1. Función de identidad

El personaje refuerza la identidad institucional al representar de manera simbólica los valores, misión y objetivos de la organización. Actúa como un embajador gráfico, fácilmente reconocible, que ayuda a posicionar la marca en la memoria del público.

2. Conexión emocional

A través de sus rasgos amigables, colores corporativos y expresiones dinámicas, el personaje genera empatía, confianza y cercanía con los destinatarios. Esta conexión emocional facilita la aceptación del mensaje y promueve una relación positiva con la institución.

3. Función didáctica

El personaje cumple un rol pedagógico.

al presentar información de forma clara, sencilla y atractiva. Al guiar al lector dentro del folleto, contribuye a que los contenidos sean más accesibles y comprensibles, incluso para públicos con menor nivel de alfabetización.

4. Versatilidad comunicativa

Puede ser representado en diferentes situaciones, gestos y actividades, lo que le otorga versatilidad para acompañar mensajes sobre educación financiera, servicios institucionales, cobertura o valores. Esto lo convierte en un recurso adaptable a diversos medios (folletos, afiches, campañas digitales).

5. Innovación y recordación

El uso de un personaje gráfico es una estrategia innovadora que aporta dinamismo al material impreso. Gracias a su diseño único, facilita la recordación del mensaje principal y contribuye a diferenciar la comunicación de la institución frente a otras entidades.



Figura n.º 73. Personajes. Fuente: elaboración propia

Código tipográfico

Para la identidad visual de la Fundación del Centavo de Guatemala se seleccionaron dos familias tipográficas que transmiten confianza, accesibilidad y modernidad.

Titulares: Montserrat

Tipografía geométrica, clara y de fácil legibilidad. Refuerza la seriedad institucional y la proyección profesional de la fundación.

Pesos sugeridos: bold – semibold – regular.

Cuerpo de texto: Open Sans

Tipografía versátil, con terminaciones simples que garantizan una lectura fluida en documentos impresos y digitales.

Pesos sugeridos: regular – light – italic.



Figura n.º 74. Formato final caja. Fuente: elaboración propia

Código cromático

La paleta de colores se inspira en los valores de transparencia, solidez y cercanía que caracterizan a la Fundación del Centavo de Guatemala. Se definen colores principales y secundarios para mantener coherencia en todas las aplicaciones gráficas:

Principal: verde esmeralda (#1C8C5D) → representa crecimiento, confianza y sostenibilidad.

Secundario: dorado (#D4AF37) → simboliza valor, riqueza cultural y esperanza.

Complementario: azul profundo (#1B365D) → transmite seriedad y respaldo institucional.

Apoyo: gris neutro (#6E6E6E) → para textos secundarios y fondos.

Claro de contraste: blanco (FFFFFF) → para mantener limpieza y equilibrio visual.

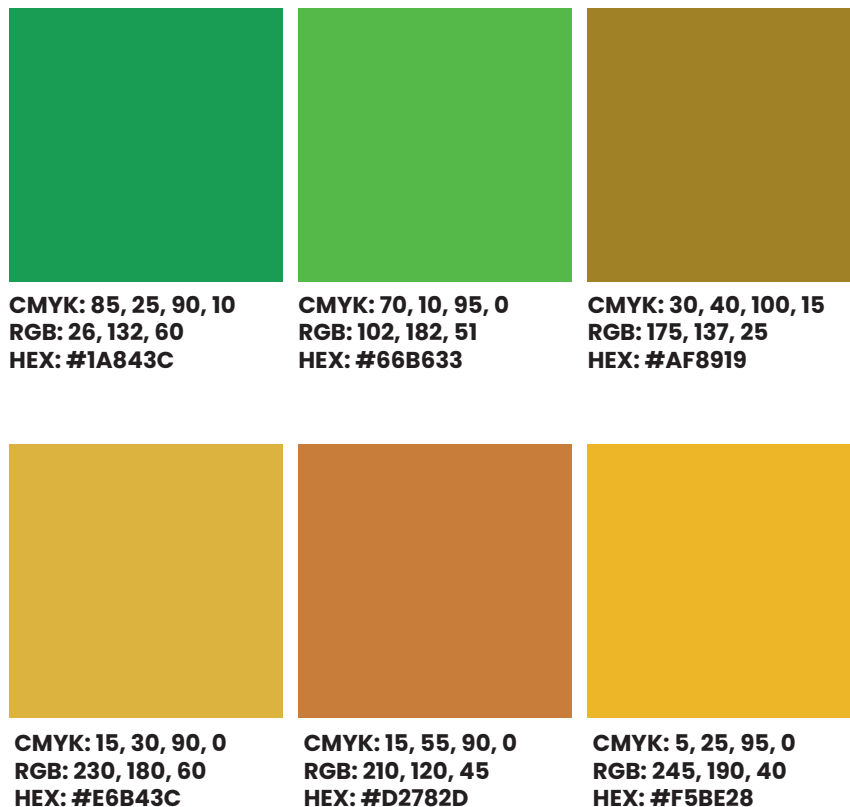


Figura n.º 75. Formato final caja. Fuente: elaboración propia



CMYK: 20, 95, 40, 25
RGB: 130, 25, 60
HEX: #82193C



CMYK: 15, 95, 85, 10
RGB: 160, 25, 25
HEX: #A01919



CMYK: 5, 95, 70, 0
RGB: 230, 35, 60
HEX: #E6233C



CMYK: 15, 95, 40, 10
RGB: 175, 25, 70
HEX: #AF1946



CMYK: 40, 25, 15, 40
RGB: 95, 105, 125
HEX: #5F697D



CMYK: 80, 60, 40, 70
RGB: 25, 40, 50
HEX: #192832

Figura n.º 76. Formato final caja. Fuente: elaboración propia



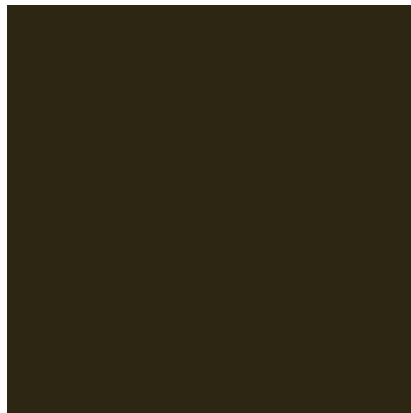
CMYK: 70, 0, 25, 0
RGB: 65, 190, 185
HEX: #41BEB9



CMYK: 10, 10, 45, 0
RGB: 235, 220, 155
HEX: #EBDC9B



CMYK: 35, 5, 75, 0
RGB: 185, 195, 95
HEX: #B9C35F



CMYK: 60, 70, 90, 65
RGB: 55, 45, 25
HEX: #372D19



CMYK: 70, 10, 60, 0
RGB: 80, 170, 120
HEX: #50AA78



CMYK: 30, 80, 90, 40
RGB: 110, 45, 25
HEX: #6E2D19

Figura n.º77. Formato final caja. Fuente: elaboración propia

6.8 Lineamientos para la puesta en práctica

Orientaciones para la implementación

Para asegurar la correcta aplicación del proyecto institucional de la Fundación del Centavo Guatemala, se deben considerar los siguientes lineamientos que orientan el uso de los recursos gráficos y comunicacionales.

Elementos del proyecto

Manual de identidad visual

Documento digital interactivo (PDF)

Archivo editable en Adobe InDesign (.indd)

Versión de respaldo (.idml)

Carpeta con recursos gráficos (imágenes, íconos y patrones utilizados)

Carpeta tipográfica (fuentes empleadas en los diseños oficiales)

Plantillas

Las plantillas institucionales fueron creadas para mantener una comunicación visual coherente y accesible. Están disponibles en plataformas digitales que permiten su fácil edición por parte del equipo interno de la fundación.

Formatos disponibles:

Presentaciones institucionales (Google Slides / Canva)

Ilustraciones y recursos gráficos de apoyo (Canva)

Firma digital del personal autorizado

Plantillas para publicaciones en redes sociales

Portadas y fotografías de perfil para medios digitales

Afiches y tarjetas informativas

Diplomas y reconocimientos

Papelería oficial (hojas membretadas y documentos internos)

Especificaciones técnicas

Las piezas gráficas fueron desarrolladas bajo parámetros de accesibilidad, equilibrio visual y consistencia institucional. Cada formato fue optimizado para garantizar una correcta visualización tanto en medios impresos como digitales.

Los archivos editables (.indd y .idml) fueron elaborados en Adobe InDesign. Las plantillas disponibles en Canva permiten ajustes sin alterar la estructura visual. Se recomienda conservar las proporciones, márgenes y jerarquías tipográficas establecidas. Cualquier modificación sustancial deberá realizarse con supervisión del área de comunicación o diseño institucional.

Condiciones de uso

El manual y sus plantillas son de uso exclusivo de la Fundación del Centavo Guatemala.

Su finalidad es fortalecer la identidad institucional y unificar los criterios gráficos en todos los materiales. Los archivos podrán compartirse con aliados estratégicos solo con autorización previa.

Cada versión editada debe conservar una copia original para evitar pérdida de coherencia visual.

Condiciones de reproducción

El Manual de Identidad Gráfica de la Fundación del Centavo de Guatemala podrá compartirse de manera digital a través de correos electrónicos, servidores en la nube o medios impresos oficiales. Se recomienda abrir el documento en formato PDF mediante programas de lectura confiables (Adobe Acrobat Reader, navegadores web actualizados). El logotipo y los recursos gráficos deberán guardarse y distribuirse en formato PNG para medios digitales y en formato PDF o EPS para impresión, asegurando siempre la mejor resolución. Está prohibida cualquier modificación, alteración cromática o deformación del logotipo fuera de las normas establecidas en este manual.



6.9 Aporte económico del estudiante / participante

El aporte económico estimado para la participación en actividades de la Fundación del Centavo de Guatemala se desglosa de la siguiente manera:

Descripción	Valor (Q)	
Costos fijos		
Agua	180 10 meses	5580.00
Energía eléctrica	250 10 meses	77500.00
Internet	299 10 meses	92690.00
pasajes	20 10 meses	6200.00
uber	70	140.00
total		182,110.00

Costos variables	
Papelería y útiles	150.00
Impresiones	200.00
Tinta para impresora	300.00
Servicios profesionales	100.00
Investigación	500.00
Planeación y coordinación	1,000.00
Definición creativa	1,200.00
Desarrollo gráfico y editorial	2,000.00
Validaciones y revisiones	600.00
Correcciones finales	500.00
Honorarios de diseño	3,500.00
Subtotal	10,050.00
Impuestos (IVA + ISR)	1,800.00
TOTAL	188,622.00

Presupuesto

Descripción	Cantidad de horas	Gastos variables	
		Precios de dolares	Precios en quetzales
Investigación	20	30.00	225.00
Proyecto A	266	\$1025.00	Q 8000.00
Proyecto B	120	\$480.00	Q 3500.00
proyecto C	100	\$ 384.00	Q 3000.00
	560		Q 14,725.00

El monto final asignado al desarrollo del proyecto asciende a Q**203,347.00**, cifra que constituye el aporte económico destinado a la institución. En la sección siguiente se presenta la síntesis correspondiente al trabajo realizado.





Capítulo

Síntesis del proyecto

7.1 Lecciones aprendidas

7.2 Conclusiones

7.3 Recomendaciones

7.1 Lecciones aprendidas

Durante el desarrollo del proyecto se obtuvieron diversas enseñanzas que fortalecieron tanto el proceso profesional como el personal:

- Se comprendió la relevancia de realizar una investigación profunda que permita conocer a fondo el contexto social y las necesidades reales de la institución, para desarrollar propuestas visuales más acertadas y con impacto positivo.
- La participación de profesionales y compañeros fue esencial, ya que sus observaciones y sugerencias aportaron nuevos enfoques y ayudaron a perfeccionar cada etapa del proyecto.
- Mantener una comunicación constante con los involucrados facilitó el trabajo en equipo, mejoró la coordinación de tareas y permitió resolver dificultades de manera oportuna.
- La organización y registro de las actividades resultaron fundamentales para llevar un control efectivo del proceso y garantizar la coherencia del resultado final.



7.2 Conclusiones

Al concluir el proyecto de diseño y comunicación visual para la Fundación del Centavo de Guatemala, se establecen las siguientes conclusiones:

- El desarrollo del proyecto gráfico permitió fortalecer la identidad institucional de la Fundación del Centavo, brindándole una imagen coherente, moderna y accesible que refuerza su compromiso con la educación financiera y el desarrollo social en comunidades guatemaltecas.
- La gestión visual aplicada al proyecto, basada en la investigación del contexto social y los valores de la fundación, facilitó la creación de recursos gráficos que comunican de manera clara su misión y objetivos, generando mayor conexión emocional con su público beneficiario.
- El trabajo colaborativo con el equipo de la fundación favoreció una comprensión integral de sus necesidades y permitió elaborar propuestas visuales útiles tanto para medios digitales como impresos, asegurando la coherencia de la marca en todas sus aplicaciones.
- La implementación del manual de identidad gráfica garantiza el uso adecuado de los elementos visuales, promoviendo uniformidad, reconocimiento y fortalecimiento de la marca en futuras campañas y proyectos institucionales.



7.3 Recomendaciones

A la institución

- Dar continuidad al uso de la identidad gráfica desarrollada, garantizando que todos los materiales visuales de la Fundación del Centavo mantengan coherencia y refuercen la imagen institucional ante el público.
- Capacitar al personal en el uso de los recursos visuales, para que puedan aplicar correctamente los elementos de la marca en diferentes contextos, tanto impresos como digitales.
- Actualizar periódicamente los materiales comunicativos, incorporando mejoras según las necesidades del público objetivo y los cambios sociales que afecten el trabajo de la fundación.

A la Escuela de Diseño Gráfico

- Fomentar proyectos vinculados a causas sociales, que promuevan la aplicación del diseño como herramienta de impacto comunitario y apoyo a instituciones sin fines de lucro.
- Brindar acompañamiento académico constante durante el desarrollo de los proyectos, asegurando la correcta aplicación de los procesos metodológicos y de identidad visual.
- Promover espacios de intercambio y crítica constructiva, donde los estudiantes puedan presentar avances y recibir retroalimentación profesional que fortalezca su aprendizaje.

A los futuros estudiantes de Proyecto de Graduación

- Planificar con anticipación el desarrollo del proyecto, organizando tiempos y tareas para cumplir con los objetivos sin afectar la calidad del trabajo final.
- Mantener una comunicación fluida con la institución colaboradora, comprendiendo sus valores, su público y sus metas para lograr un diseño funcional y representativo.
- Registrar cada etapa del proceso creativo, ya que la documentación ordenada permite reflexionar sobre los logros y las mejoras posibles en proyectos futuros.

Referencia consultadas

Referencias bibliográficas

- Fundación del Centavo Guatemala. *Educación visual y campañas de ahorro comunitario*. Acceso el 15 de octubre de 2025. Disponible en: <https://fundcentavo.gt/educacionvisual>
- Universidad de San Carlos de Guatemala. *Proyectos sociales de diseño y comunicación visual*. Acceso el 14 de octubre de 2025. Disponible en: <https://usac.gt/disenocomunitario>
- Fundación del Centavo. *Diseño gráfico con propósito social: experiencias en Guatemala*. Acceso el 12 de octubre de 2025. Disponible en: <https://fundcentavo.gt/disenosocial>
- Observatorio de Comunicación Social de Guatemala. *Identidad, gráfica y participación ciudadana en medios locales*. Acceso el 10 de octubre de 2025. Disponible en: <https://observatoriocs.gt/identidadgrafica>
- Banco de Guatemala. *Valor simbólico y económico del centavo guatemalteco*. Acceso el 8 de octubre de 2025. Disponible en: <https://banguat.gt/valorcentavo>
- Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala. *Proyectos culturales vinculados a la economía popular*. Acceso el 5 de octubre de 2025. Disponible en: <https://mcd.gob.gt/economia-popular>
- Instituto de Investigaciones Económicas, USAC, 2020.
Hernández, Julio y Morales, Ana. *Proyectos gráficos con enfoque social: experiencias desde la Universidad de San Carlos*. Guatemala: USAC, Escuela de Diseño Gráfico, 2022.
- López, Carla. *Economía solidaria y diseño para el bien común*. España: Ediciones Creativas, 2019.
- Universidad del Istmo. *Diseño estratégico y comunicación visual en proyectos sociales*. Guatemala: Facultad de Diseño, 2023.
- Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala. *Arte, identidad y participación ciudadana*. Guatemala: Dirección General de Desarrollo Cultural, 2021.
- Pérez, Lucía y Gaitán, Julio. *Creatividad social y comunicación visual en América Latina*. México: Fondo Editorial Iberoamericano, 2020.
- Universidad del Valle de Guatemala. *Innovación, educación y sostenibilidad en el diseño contemporáneo*. Guatemala: UVG, 2022.

Referencias en línea

- Observatorio de Comunicación Social de Guatemala. *Identidad, gráfica y participación ciudadana en medios locales*. Acceso el 10 de octubre de 2025. Disponible en: <https://observatoriocs.gt/identidadgrafica>
- Banco de Guatemala. *Valor simbólico y económico del centavo guatemalteco*. Acceso el 8 de octubre de 2025. Disponible en: <https://banguat.gt/valorcentavo>
- Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala. *Proyectos culturales vinculados a la economía popular*. Acceso el 5 de octubre de 2025. Disponible en: <https://mcd.gob.gt/economiapopular>
- Ministerio de Economía de Guatemala. *Educación financiera para jóvenes y microemprendedores*. Acceso el 10 de octubre de 2025. Disponible en: <https://mineco.gob.gt/educacion-financiera>
- Fundación del Centavo. *Informe de impacto social 2024: “Un centavo a la vez”*. Acceso el 13 de octubre de 2025. Disponible en: <https://fundaciondelcentavo.org.gt/impacto2024>
- USAC Facultad de Humanidades. *Investigación sobre cultura del ahorro y participación ciudadana*. Acceso el 12 de octubre de 2025. Disponible en: <https://humanidades.usac.edu.gt/investigaciones>
- Banco de Guatemala. *Historia y valor del centavo en la economía nacional*. Acceso el 11 de octubre de 2025. Disponible en: <https://banguat.gob.gt/historia-centavo>



Anexos

Anexo 1

Nivel de visualización 1/matriz de autoevaluación



AUTOEVALUACIÓN ILUSTRACIÓN

Instrucciones: Realice autoevaluación sobre propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, donde 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Personalidad: la gráfica es atractiva, oportuna y conveniente al tipo de público a evaluar.	4	4	4		
2	Identificación: La gráfica muestra un mensaje por el cual, primero, el receptor se identifica fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	1	4	4		
3	Flexión: El mensaje muestra positivamente en la mente del sujeto aspectos involucrados (mensaje y mensaje que el lector lo que se quiere transmitir).	2	4	4		
4	Legibilidad: Calidad con que puede leerse en forma rápida, para que pueda ser percibido claramente (mensaje, así como mensaje a su forma, presentación y estructura).	4	4	4		
5	Compensación Visual: Entiendo respecto a que todos los mensajes se ven armoniosos, agradable, estético, armonioso, armonioso, armonioso, armonioso, armonioso.	2	4	4		
6	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	2	4	4		
7	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	2	4	4		
8	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	2	4	4		
9	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	2	4	4		
10	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	2	4	4		
TOTAL		20	20	20		

AUTOEVALUACIÓN ILUSTRACIÓN

Instrucciones: Realice autoevaluación sobre propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, donde 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Personalidad: la gráfica es atractiva, oportuna y conveniente al tipo de público a evaluar.	4	4	4		
2	Identificación: La gráfica muestra un mensaje por el cual, primero, el receptor se identifica fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	1	4	4		
3	Flexión: El mensaje muestra positivamente en la mente del sujeto aspectos involucrados (mensaje y mensaje que el lector lo que se quiere transmitir).	1	4	4		
4	Legibilidad: Calidad con que puede leerse en forma rápida, para que pueda ser percibido claramente (mensaje, así como mensaje a su forma, presentación y estructura).	4	4	4		
5	Compensación Visual: Entiendo respecto a que todos los mensajes se ven armoniosos, agradable, estético, armonioso, armonioso, armonioso, armonioso, armonioso.	1	4	4		
6	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
7	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
8	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
9	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
10	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
TOTAL		20	20	20		



AUTOEVALUACIÓN PATRONES

Instrucciones: Realice autoevaluación sobre propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, donde 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Personalidad: la gráfica es atractiva, oportuna y conveniente al tipo de público a evaluar.	4	4	4		
2	Identificación: La gráfica muestra un mensaje por el cual, primero, el receptor se identifica fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	4	4	4		
3	Flexión: El mensaje muestra positivamente en la mente del sujeto aspectos involucrados (mensaje y mensaje que el lector lo que se quiere transmitir).	4	4	4		
4	Legibilidad: Calidad con que puede leerse en forma rápida, para que pueda ser percibido claramente (mensaje, así como mensaje a su forma, presentación y estructura).	4	4	4		
5	Compensación Visual: Entiendo respecto a que todos los mensajes se ven armoniosos, agradable, estético, armonioso, armonioso, armonioso, armonioso, armonioso.	1	4	4		
6	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
7	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
8	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
9	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
10	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
TOTAL		20	20	20		

AUTOEVALUACIÓN PATRONES

Instrucciones: Realice autoevaluación sobre propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, donde 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS				
ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Personalidad: la gráfica es atractiva, oportuna y conveniente al tipo de público a evaluar.	4	4	4		
2	Identificación: La gráfica muestra un mensaje por el cual, primero, el receptor se identifica fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	1	4	4		
3	Flexión: El mensaje muestra positivamente en la mente del sujeto aspectos involucrados (mensaje y mensaje que el lector lo que se quiere transmitir).	1	4	4		
4	Legibilidad: Calidad con que puede leerse en forma rápida, para que pueda ser percibido claramente (mensaje, así como mensaje a su forma, presentación y estructura).	4	4	4		
5	Compensación Visual: Entiendo respecto a que todos los mensajes se ven armoniosos, agradable, estético, armonioso, armonioso, armonioso, armonioso, armonioso.	1	4	4		
6	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
7	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
8	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
9	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
10	Armonización: La armonización de todos los elementos en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más armoniosa, armoniosa es la armonización.	1	4	4		
TOTAL		20	20	20		

Anexo 1

Nivel de visualización 1/ matriz de autoevaluación

Grupo focal Presentación presencial





Resultado

Elvis loaiza



Nivel de producción gráfica

Elvis loaiza



Resultado final

Elvis loaiza

Anexo 2 Grupo focal presencial grabación de textos

←

...

Grabación-Sep 18, 12:18

Sep 18, 12:18

00:27

Copiar

Descargar

Acciones de IA ▾

00:11

Solo los márgenes Los mismos acá Y los mismos acá abajo Aunque la figura se te haga más grande Respetar esto acá Subir esto Y también esto subirlo

←

...

Grabación-Sep 11, 10:29

Sep 11, 10:29

00:03

Copiar

Descargar

Acciones de IA ▾

00:00

incluso el logotipo de ellos, el que siempre había...

←

...

Grabación-Sep 11, 12:23

Sep 11, 12:23

00:41

Copiar

Descargar

Acciones de IA ▾

00:19

Creo que lo que podrías hacer es aprovechar mejor el espacio en blanco para que no queden espacios como sin contenido y que no quedan tan bien

Anexo 3 Grupo focal presencial grabación de textos

00:01



en esta página donde tienes el número y todo cuidar tu medianil aquí se le fiel a tus columnas porque estás dejando muy poco espacio en medio entonces se pueden confundir los textos porque tienes dos columnas pero no hay nada de aire entre ellas entonces sí se le fiel a tu diagramación para no tener ese problema de texto

00:07



sólo tener en cuenta cuántos cartones vas a hacer y cuántas figuras van a hacer porque aquí sólo se ven

00:16



pero tienen que ser más figuras para que puedan haber muchos más cartones y también cuidar que no se repitan porque si al momento de ganar digamos ganan dos pues ahí ya sería como un error pero solo de ahí lo veo bien y tal vez los números hacerlos más grandes para que se puedan ver mejor

Anexo 3 Grupo focal presencial grabación de textos con grupo objetivo

Grabación-Oct 2, 11:04

📅 Oct 2, 11:04 ⌚ 00:33

Copiar

Descargar

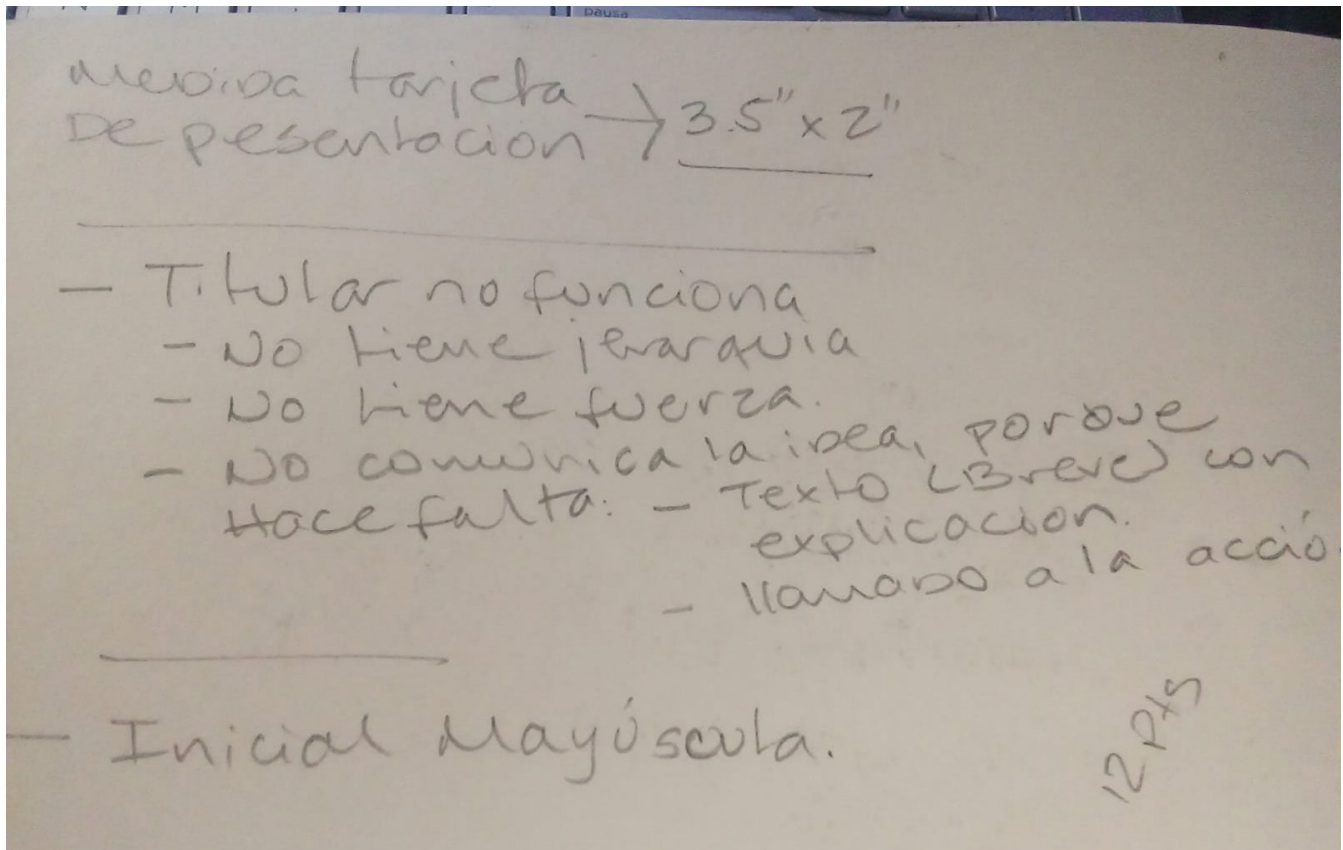
Acciones
de IA ▼

00:02



Solo para este, como estás trabajando hacia el centro, pues igualmente el titular ir para el centro. Sí, de ahí está bien porque estás trabajando todo dentro del margen. Igual inclusive me gusta que hayas usado este recuadro blanco y de ahí pues la información está ahí. Solamente ese detalle de que vaya al centro porque ya tu otro demás texto está al centro. Pero de ahí todo muy bien.

5 Visualización diseñadores gráficos



Escribe

cuantos años de experiencia tiene como Diseñador graficos

Chang

DESDE 1990.

→ Muy pequeño

En el teléfono no puedo apreciar los criterios técnicos de medida final?

Trifoliar ¿carta?

- mayusculas.

+ grande para destacar el mensaje del desarrollo.

Trifoliar:

- Limpio ✓
- contenido organizado ✓
- Jerarquía del contenido ✓
- ~~Buena~~ Jerarquía tipografica ✓
- Uso del color ✓
- Concepto y comunicación de la idea principal.
- DEBIL -

Coloreo.

- Citaraño de los tarjetos?
- Tipografía: sans serif condensada semi bold
- Dibujar de nuevo el teléfono, porque no tiene unidad.
- Unificar la línea de contorno

* Herber Crispín ✓
Escribir cuantos años
de experiencia tiene como
Diseñador Gráfico. ✓

* Percy
35 Años

17 AÑOS
Como Ilustrador
12 Como Catequista

Trifoliar 1

2 respuestas

Burna

La fotos es tomada por ti, coloca crédito.

Trifoliar 2

2 respuestas

Buena

La parte del mapa está bien, las otras está muy simple.

escriban cuantos años de experiencia tienen como diseñadores graficos (ejemplo Andy Rodríguez Diseñador Grafico cuenta con 10 años cuenta experiencia)

2 respuestas

34

Ilma Prado 29 años de experiencia.

Fotos Exposición EPS mi jefa de comunicación Fundacen





Nueva Guatemala de la Asunción, 13 de julio de 2026

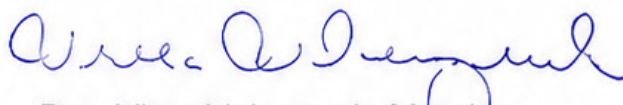
Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano en funciones
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación **Diseño de materiales gráficos impresos para promover en las personas del área rural la buena administración del dinero, proyecto realizado para la Fundación del Centavo Guatemala**, del estudiante **Elvis Haroldo Loaiza Pérez** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario 201804130, previo a conferírsele el título de **Diseñador Gráfico** en el grado académico de Licenciado.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación presentado cumple con la calidad técnica y científica requerida.

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

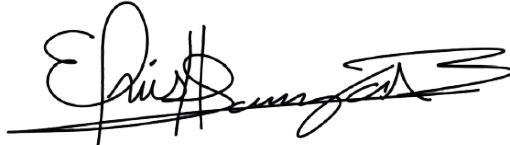


Dra. Virsa Valenzuela Morales
No. de colegiada 6,237

Virsa Valenzuela Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 6237

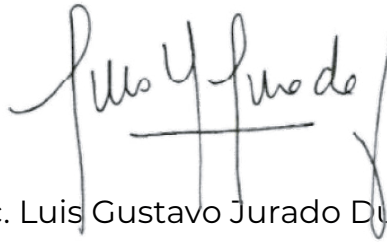
Observaciones: el documento de 166 páginas fue revisado en formato pdf, según puede verse en el archivo con correcciones enviado al estudiante.

Diseño de materiales gráficos impresos
para promover en las personas del área rural
la buena administración del dinero, proyecto
realizado para la Fundación del Centavo Guatemala
Proyecto de graduación desarrollado por:



Elvis Haroldo Loaiza Pérez

asesorado por:



Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte



Msc. Carlos Enrique Franco Roldan



Licda. Karen Vanessa Revolorio García de
pérez

Imprimase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

