



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

DISEÑO
DE IMAGEN
INSTITUCIONAL
PARA **COMUNICAR**
Y GENERAR NOTORIEDAD
EN BENEFICIO
A LA **ASOCIACIÓN**
MISIONEROS
DE LA
MISERICORDIA
DE GUATEMALA,
CIUDAD DE GUATEMALA

Proyecto de Graduación presentado por:
Laura Andrea Barillas Asturias



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño de imagen institucional para comunicar y generar notoriedad en beneficio a la Asociación Misioneros de la Misericordia en Guatemala, ciudad de Guatemala

Proyecto desarrollado por
Laura Andrea Barillas Asturias
para optar el título de:
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, enero de 2024

"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"

Nómina de autoridades

Arq. Sergio Castillo Bonini

- Decano

MSc. Licda. Ilma Judith Prado Duque

- Vocal II

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas

- Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola

- Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez

- Vocal V

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

- Secretario Académico

Tribunal Examinador

Arq. Sergio Castillo Bonini

- Decano

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

- Secretario Académico

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte

- Asesor metodológico

MSc. Lic. Carlos Enrique Franco Roldan

- Asesor gráfico

MSc.Lcda. Claudia Cristina Carpio de

Gálvez -Tercera asesora

Agradecimientos

A Dios, por darme sabiduría, paciencia y fuerza en el proceso. A mis padres por apoyarme desde el día que decidí seguir esta carrera y darme ánimos cuando lo necesitaba.

A mi abuelo, que ahora ya no está conmigo, por su apoyo incondicional, por sus enseñanzas, por ser mi mayor ejemplo y motivación para llegar hasta acá. A mi familia, por confiar en mí, por apoyarme y acompañarme en todo momento.

A mis licenciados, por dedicar su tiempo y esfuerzo para sacar la mejor versión de mí y guiarme en todo momento.

INDICE DE CONTENIDOS

01 Introducción

- 1.1 Antecedentes12
- 1.2 Problema 14
- 1.3 Justificación 16
- 1.4 Objetivos del proyecto18

02 Perfiles

- 2.1 Perfil de la institución23
- 2.2 Perfil del grupo objetivo 25

03 Planeación Operativa

- 3.1 Flujograma 31
- 3.2 Cronograma34
- 3.3 Previsión de costos35

04 Marco Teórico

- 4.1 La realidad del adulto mayor
en Guatemala 39
- 4.2 El diseño gráfico y su aporte en
el problema social 49
- 4.3 Identidad visual, el rostro de
las marcas 54

05 Definición creativa

5.1 Brief de diseño ·····	62
5.2 Referentes visuales ·····	57
5.3 Estrategia de diseño ·····	61
5.4 Concepto ·····	63
5.5 Premisas de diseño ·····	66

06 Producción gráfica

6.1 Primer nivel de visualización ·····	70
5.2 Autoevaluación ·····	72
6.3 Segundo nivel de visualización ·····	73
6.4 Validación con expertos ·····	74
6.5 Tercer nivel de visualización ·····	76
6.6 Validación con institución y grupo objetivo ·	77
6.7 Propuesta final ·····	78
6.7 Fundamentación ·····	81
6.8 Lineamientos para puesta en práctica ·····	84
6.9 Presupuesto ·····	86

07 Síntesis del proceso

7.1 Conclusiones ·····	90
7.2 Recomendaciones ·····	91
7.3 Lecciones aprendidas ·····	92
7.4 Referencias ·····	93

08 Anexos

8.1 Anexo 1 ·····	96
8.2 Anexo 2 ·····	97
8.3 Anexo 3 ·····	98
8.4 Anexo 4 ·····	99

Presentación

El presente proyecto fue realizado para la Asociación Comunidad Misionera del Camino (Asi COMCA) y consiste en desarrollar una estrategia de comunicación visual para fortalecer la identidad gráfica de la Asociación Asi COMCA. Tiene como objetivo contribuir con la investigación, gestión y producción del diseño gráfico, con el fin de favorecer el reconocimiento visual de la Asociación Misioneros de la Misericordia a través del diseño de una imagen institucional.

El informe se divide en capítulos de la siguiente manera: Capítulo Uno Introducción. Se abordan los antecedentes, la delimitación del problema de comunicación visual, la justificación del proyecto y los objetivos generales y específicos.

El capítulo dos consiste en: Delimitar los perfiles. Tanto de la institución como del grupo objetivo. El capítulo tres consiste en la planificación operativa. Contiene el flujograma y cronograma de actividades, en el siguiente capítulo contiene la planeación operativa. En el capítulo cinco, se presenta el proceso creativo, comprendido por el brief, referencias visuales, la estrategia de diseño, la definición del concepto creativo y las premisas de diseño. El capítulo seis consiste en: La producción gráfica. Comienza a tomar forma visualmente el proyecto y se realizan distintas validaciones para el resultado final. El capítulo ocho consiste en: Presentar conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas que nos dejó el proyecto.

INTRO DU CCIÓN

- 1.1 Antecedentes
- 1.2 Problema
- 1.3 Justificación
- 1.4 Objetivos

01 Introducción

1.1 Antecedentes

Guatemala tiene la cuarta tasa más alta de desnutrición crónica en el mundo y la más alta en Latinoamérica. Siendo las regiones Noroccidente y Norte las más pobres, con 79% y 75% respectivamente. A pesar de que también existe pobreza considerable en las áreas urbanas, la pobreza en Guatemala es predominantemente rural; y la pobreza extrema es, por poco, exclusivamente rural. Casi 8 de cada 10 indígenas viven por debajo del umbral de la pobreza en Guatemala.¹

Según una publicación realizada en Cross Catholic entre los factores que contribuyen a la pobreza en Guatemala está la desigualdad social y económica. En las aldeas remotas del país, las familias pobres generalmente trabajan en labores de campo. El trabajo que realizan es extenuante por salarios mínimos de Q8.00 a Q24.00 diarios, esto cuando es temporada de cosecha.

A continuación se presentan los resultados de las áreas más afectadas de pobreza extrema del área rural para el año 2014, por ENCOVI. Los departamentos con mayor porcentaje de pobreza en el área rural son Alta Verapaz (83.1%), Sololá (80.9%) y Totonicapán (77.5%).²

La pandemia de COVID-19 puso fin a tres décadas de crecimiento económico en Guatemala. Se estima que el impacto de la pandemia de COVID-19 aumentó la tasa de pobreza del 47,8% de la población en 2019 al 52,4% en 2020.³

Se puede decir que la pobreza es extensa, profunda, predominantemente rural, las personas adultas mayores por cuestión de edad y por condición socioeconómica son población vulnerable expuesta a la exclusión.⁴ Actualmente, muchos adultos mayores no pueden acceder a recursos básicos para llevar una vida digna, según la Política Nacional de Atención Integral a las Personas Adultas Mayores en Guatemala del Comité Nacional de Protección a la

1 Cross Catholic Outreach «Abordando la pobreza en Guatemala» Acceso el 10 de Marzo de 2022. <https://crosscatholic.org/blogs/2021/09/bordando-la-pobreza-en-guatemala/>

2 ICOP «Incidencia de Pobreza Total por Departamento, 2014» Acceso el 1 de Agosto de 2022. <https://www.icop.org.gt/mapas>

3 Banco Mundial de Guatemala «Guatemala panorama general » Acceso el 10 de Mayo de 2022. <https://www.bancomundial.org/es/country/guatemala/overview#1>

4 Berta Aguilar, Ana y De León Romero, Linda. 2011. «Derechos humanos y personas adultas mayores» COPREDEH: 7-13. Acceso el 15 de Marzo de 2022.

Las personas adultas mayores de Guatemala, son una población vulnerable, la cual se acentúa en los casos de personas en situación de pobreza, así como situación de calle, que han sido abandonados y que no tienen ningún acceso a servicios básicos.

En la actualidad, Guatemala no se ha preparado para atender el fenómeno del envejecimiento y la pobreza, lo cual es un problema que afecta a toda la población. Los hogares de ancianos o residencias se han incrementado, pero los adultos mayores viven en pobreza extrema no tienen acceso; además, la mayoría de estos hogares no cumple con los requisitos mínimos de funcionamiento.

Los adultos mayores de escasos recursos solo son acogidos por hogares gratuitos o que piden un mínimo aporte y que son sostenidos por órdenes religiosas o fundaciones. En Guatemala existen 68 hogares para personas adultas mayores que están autorizados, 26 de ellos privados y 41 que funcionan por donaciones.

Pobreza en Guatemala



Exclusión por Edad y por condición socioeconómica al adulto mayor

1.2 Definición y delimitación del problema

Nery Mijangos con el objetivo de recibir, atender y brindar un hogar a indigentes

El presidente de la Asociación Comunidad del Camino (ASICOMCA), Nery Mijangos, comenzó con planes de fundar una nueva asociación, Misioneros de la Misericordia, la cual tendrá como objetivo velar por las personas indigentes de Guatemala. Al ser una institución reciente

Figura 01: Fotografía anciano, Jonathan Khom-





MSK 0-12 166 75 010 544
PULVITANO P.O. 210 864772
<http://www.galliarone.it/eng/eng.html>

HOMELESS

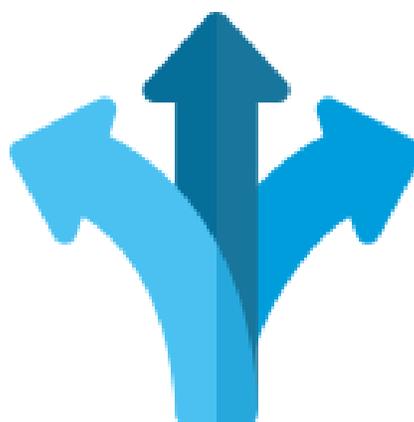
1.3 Justificación del proyecto

El presidente de la Asociación Comunidad del Camino (ASICOMCA), Nery Mijangos, comenzó con planes de fundar una nueva asociación, Misioneros de la Misericordia, la cual tendrá como objetivo velar por las personas indigentes de Guatemala ser



1.3.1 Magnitud

La mayoría de la población guatemalteca tiene conocimiento sobre la magnitud de la pobreza en Guatemala pero no toman acciones para apoyar a la disminución de la misma. El material gráfico servirá para posicionar a la institución, informar y capacitar a las personas que se encuentran dentro de la institución como fuera de la misma.



1.3.2 Transcendencia

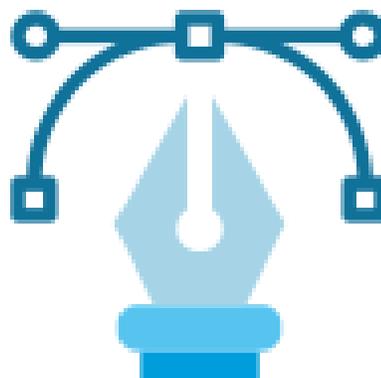
La intervención que tendrá el proyecto en el problema de comunicación visual, será en la correcta identificación de la unidad por medio de elementos gráficos y visuales. La identidad visual, generará las bases para un buen manejo de los programas y servicios que la asociación brinda y así generar un impacto positivo y mejorar el reconocimiento.

Se espera que a largo plazo, el proyecto sirva de guía para que cualquier colaborador interno o externo pueda desarrollar un nuevo material siguiendo la identidad visual de la unidad.



1.3.3 Incidencia del diseño gráfico

La intervención del diseñador gráfico permitirá que la institución cuente con una identidad, con elementos gráficos que garanticen la correcta comunicación visual. También, servirá de apoyo en los tiempos ya que al estipular los lineamientos gráficos, les será más fácil mantener la unidad visual.



1.3.4 Factibilidad

Se cuentan con diferentes condiciones favorables que garantizan la realización del proyecto como lo es el apoyo del presidente de la asociación, este mismo proporcionará el material requerido facilitando el acceso a la información.

La Escuela de Diseño Gráfico proporciona el asesoramiento y la supervisión de cada fase del proyecto.

1.4 Objetivos

General

Contribuir con la investigación, gestión y producción del diseño gráfico, con el fin de favorecer el reconocimiento visual de la Asociación Misioneros de la Misericordia a través del diseño de una imagen institucional.

Comunicación

Informar y facilitar la comunicación entre AMI y su grupo objetivo, por medio del diseño de la imagen institucional, de manera que pueda generar confianza e incrementar participantes dentro de sus actividades de voluntariado, así como facilitar la comunicación con entidades que busquen apoyar y generar alianzas.

Diseño

Diseñar la identidad visual de la Asociación Misioneros de la Misericordia que brinde lineamientos y facilite la correcta implementación de piezas de diseño en diferentes medios, para el fortalecimiento de la imagen institucional.



EL IMAGOTIPO

ES LA **UNIÓN**

DE UN ÍCONO

Y UN **TEXTO**

ÚNICAMENTE.

EN OTRAS PALABRAS

ESTAMOS

HABLANDO DE LOS

DOS CONCEPTOS
ANTERIORES

UNIDOS



**PER
FI
LES**

2.1 Institución

2.2 Grupo Objetivo

02 Perfiles

PERFILES

En este capítulo abordaremos los perfiles de la institución, incluyendo los valores, la misión y antecedentes. También se presenta el perfil del grupo objetivo del proyecto.

2.1 Perfil de la institución

La Asociación Misioneros de la Misericordia es una organización conformada por laicos, que deseen adherirse temporal o permanentemente a una vida intensa al prójimo, de carácter privado, no lucrativa, apolítica, religiosa, cultural, educativa, humanitaria, social y de colaboración y ayuda mutua, de asistencia social y desarrollo integral de sus asociados.

La asociación está al servicio de los sectores marginados: los desamparados, los ancianos enfermos y sin familia, las madres solteras sin hogar y sin apoyo, los niños sin techo. A todos ellos les proveen hogar, alimentación y dignidad.

También buscan promover, juntamente con la Asociación Comunidad Misionera del Camino (Asi COMCA), programas de prevención y recuperación de niños, adolescentes, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad que se encuentren en riesgo social como familias disfuncionales y adicciones al alcohol o sustancias.

2.1.1 Historia

La asociación Misioneros de la Misericordia comenzó con la motivación de velar y apoyar a las personas más vulnerables del país, brindándoles un hogar, alimentación y otros servicios necesarios para una vida digna.

La asociación es fundada por el Padre Nery Mijangos y está en planes de comenzar a trabajar el próximo año en conjunto con la asociación Asi COMCA, la cual ya cuenta con instalaciones y programas de ayuda.



Figura 02: Imagen, logotipo Asi COMCA

2.1.2 Objetivos

Fomentar los valores morales humanitarios, espirituales, religiosos, sociales, cívicos, éticos, culturales y científicos de sus asociados en todas sus formas.

Asumir un estilo de vida, cuya primera principal preocupación será la de formar misioneros religiosos al servicio de los más necesitados.

Promover programas de prevención y recuperación de niños, adolescentes, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad que se encuentren en riesgo social como familias disfuncionales y adicciones al alcohol o sustancias.

2.1.4 Servicios que presta a diversos usuarios

- **Asilo:** Asilo a personas sin hogar o de escasos recursos, en su mayoría a personas de mayor edad.
- **Actividades religiosas:** Servicio a jóvenes aspirantes al sacerdocio o la vida religiosa.
- **Educación:** Apoyan con estudios a jóvenes de escasos recursos.
- **Bazares:** Realizan actividades para apoyar otras instituciones
- **Salud:** Cuentan con clínicas médicas para apoyar a las aldeas cercanas.

2.1.3 Valores



Respeto



Solidaridad



Tolerancia



Compromiso

2.2 Perfil de grupo objetivo

Personas hombres y mujeres, comprendidos entre los 60 años en adelante; sin hogar y familia residentes en Guatemala, con un nivel socioeconómico muy bajo.



2.2.1 Caracterización del grupo objetivo

Sexo: Hombres y mujeres
Nacionalidad: guatemalteca
Estado civil: solteras (as) y casados (as)
Edad: 60 en adelante
Área: Rural
Idioma: Español y maya

2.2.2 Características geográficas

Villa Canales es un Municipio del departamento de Guatemala en la República de Guatemala, forma parte de la Mancomunidad Gran Ciudad del Sur. Se encuentra a una distancia de 22 km² al sur de la Ciudad de Guatemala y está completamente rodeado por municipios del Departamento de Guatemala, excepto al Sur, en que limita con Palín, municipio de Escuintla.⁵

2.2.3 Características demográficas

Guatemala es el país más septentrional de Centroamérica. Posee una extensión territorial de 108.889 km², dividida en 8 regiones, 22 departamentos y 331 municipios.

5 Muni Villa Canales.«Municipio de Villa Canales». Acceso el 13 de Agosto de 2022. <http://mvc.gob.gt/municipio-de-villa-canales/>

2.2.4 Características Sociodemográficas

- Pertenecen a un nivel socioeconómico muy bajo (D), al no contar con un empleo digno, no tienen ingresos fijos.
- Se aproxima un ingreso de Q2.00 a Q10.00 diarios.
- Muchos de ellos son personas de pobreza extrema o en situación de calle.
- La mayoría no tienen las capacidades necesarias para trabajar, ya sea por su educación o por la edad.
- No cuentan con acceso a luz, agua potable o internet.

2.2.6 La relación entre el grupo objetivo y la institución

La relación del grupo objetivo con la institución es cercana ya que son los beneficiados de los servicios y ayudas que ofrece la misma. Que comprende desde las personas indigentes hasta los misioneros jóvenes que se dedican a cuidar a las personas.



2.2.5 Características Psicográficas

Estilo de vida:

- No se alimentan de forma adecuada o incluso pasan días sin comer.
- No tienen acceso a una vivienda segura.
- No tienen acceso a internet.

Personalidad:

Nuestro grupo objetivo tiene deseos de mejorar su calidad de vida. Son personas trabajadoras, optimistas y honradas. A pesar de las circunstancias son personas solidarias.

Intereses:

El grupo objetivo se encuentra interesado en tener una vida digna, en entablar amistades y formar una familia. A pesar de la edad de la mayoría, se observa una búsqueda de superación personal y también de apoyo como forma de agradecimiento.

Estilo de vida:

Muchos de presentan problemas de salud y dificultades para adquirir nuevas habilidades, superarse y la mayoría no cuenta con trabajo. Están expuestas a menudo a riesgos tanto institucionales como individuales de violencia y amenazas a su integridad. Quienes viven en la pobreza extrema, con poca o ninguna independencia económica, tienen menos posibilidades de encontrar seguridad y protección.

PLANEACIÓN OPERATIVA

- 3.1 Flujograma
- 3.2 Cronograma
- 3.3 Presupuesto

02 Planeación Operativa

PLANEA

CIÓN

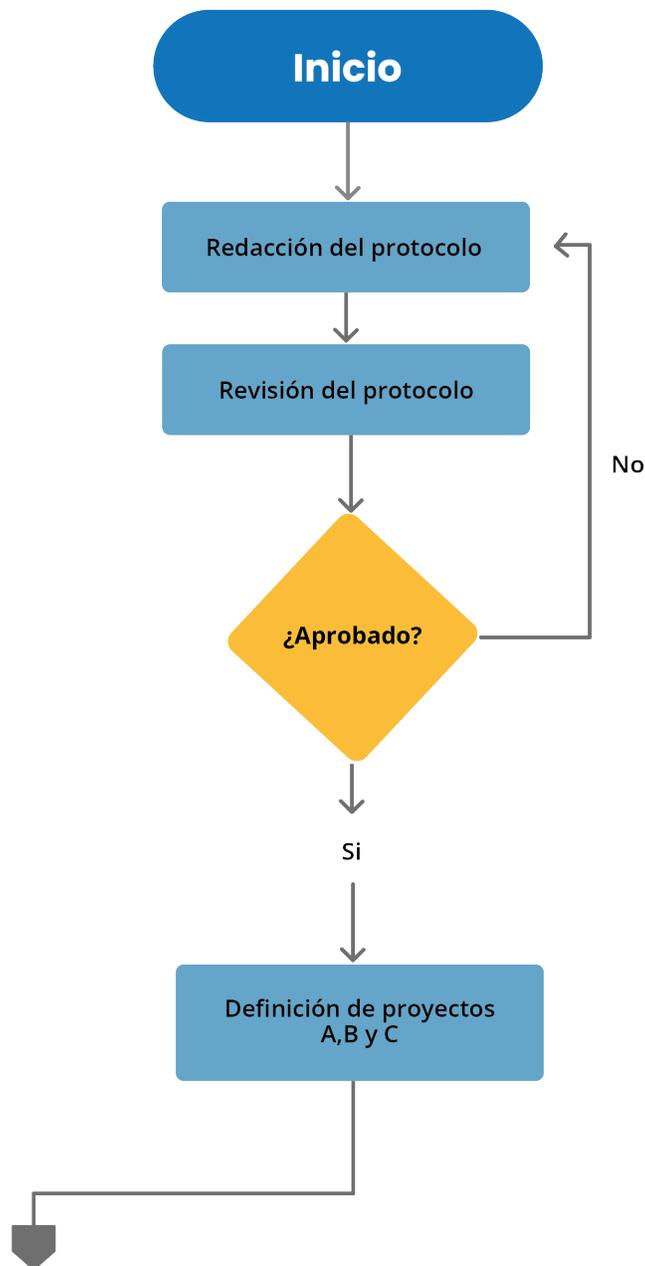
En este capítulo abordaremos los perfiles de la institución, incluyendo los valores, la misión y antecedentes. También se presenta el perfil del grupo objetivo del proyecto.

OPERA

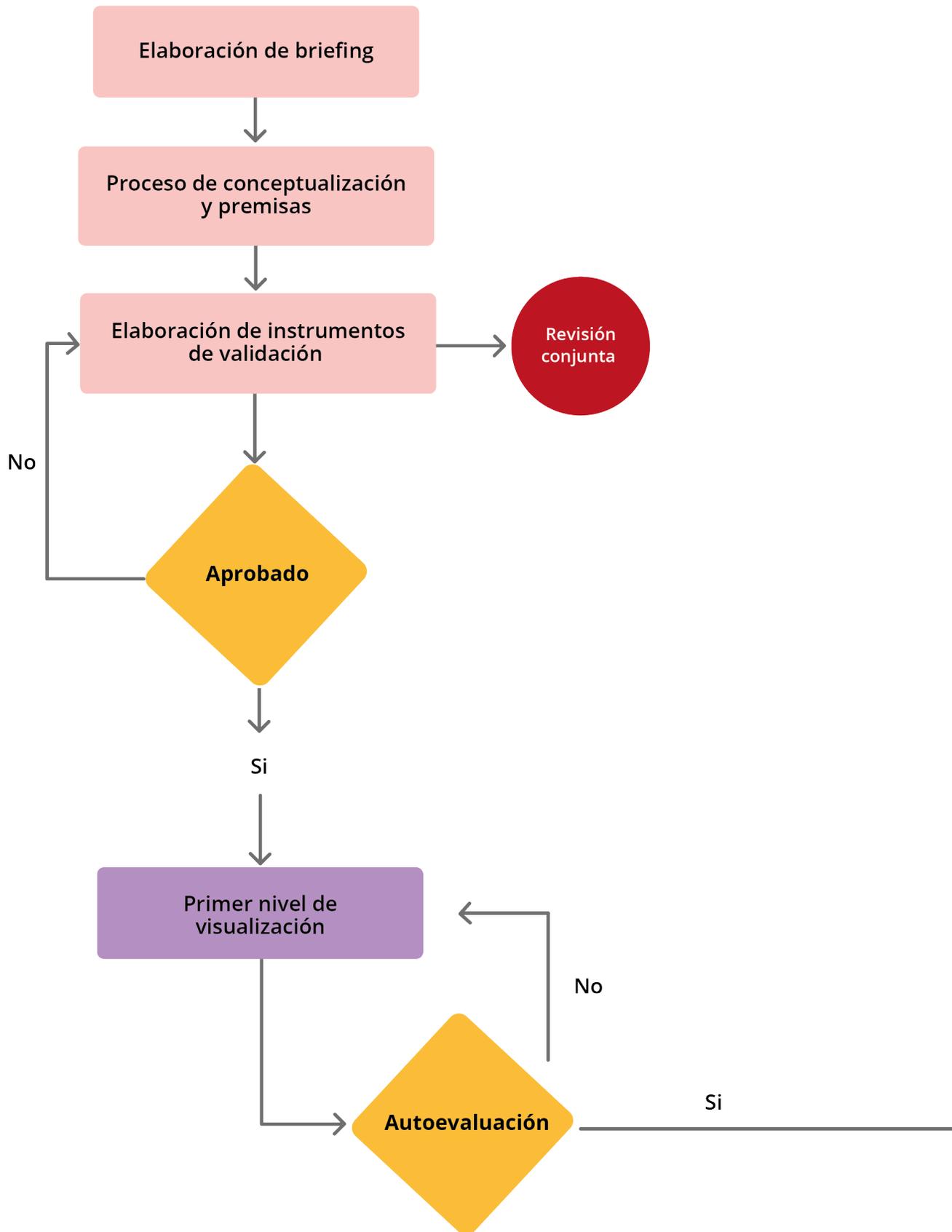
TIVA

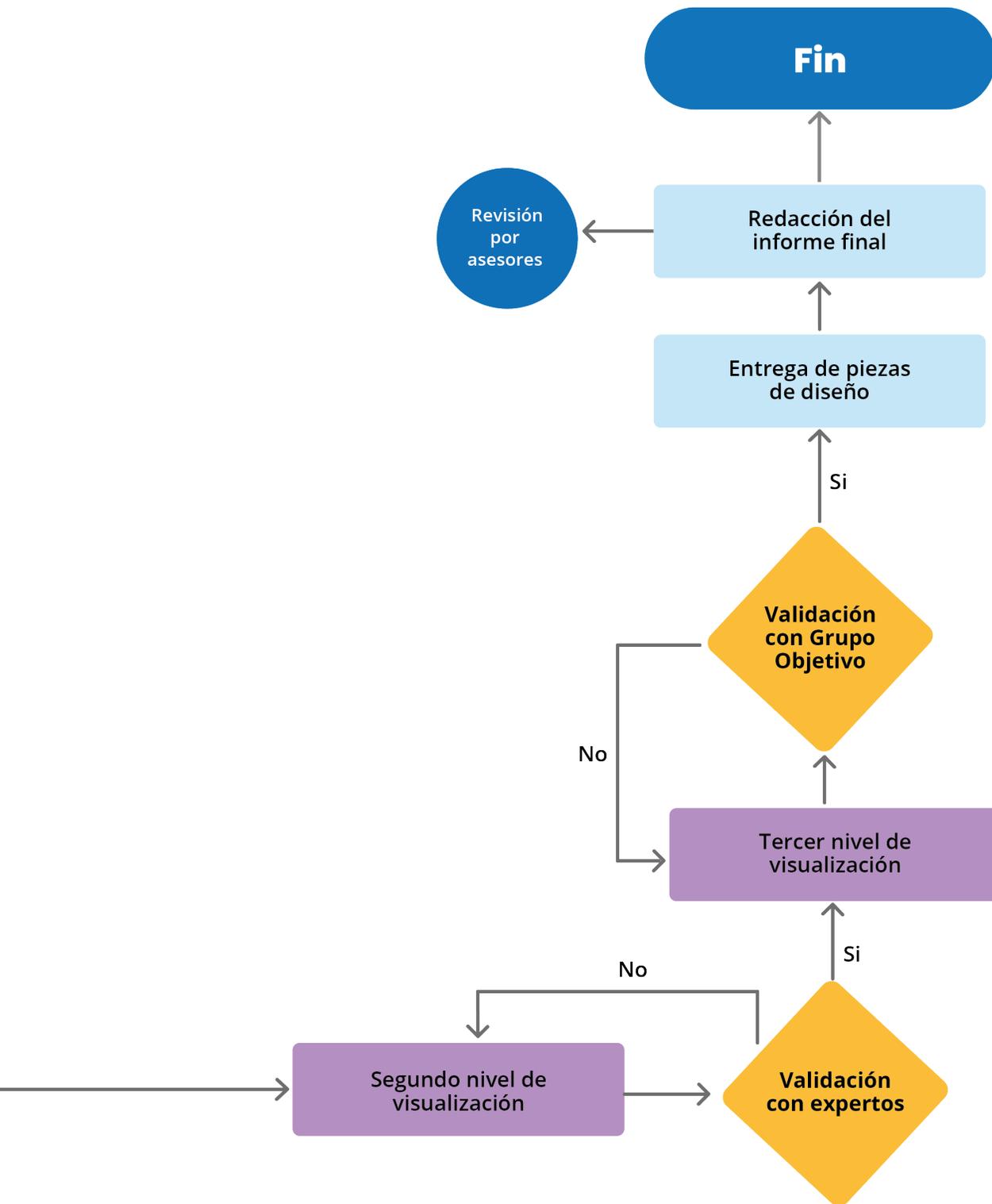
3.1 Flujograma

Es una herramienta que permite la visualización gráfica de diferentes etapas de un proceso.¹



¹ L. Ricardo. «Flujograma: ¿Qué es y cómo usarlo?». Acceso el 10 de noviembre de 2022. <https://www.jivochat.es/blog/herramientas/flujograma.html>





3.2 Cronograma

Es una herramienta esencial para elaborar calendarios, en el cual se establece la duración de un proyecto.²

Actividad	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
3. Definición Creativa																
Elaboración de briefing	■															
Estrategia de aplicación de piezas		■	■													
Formulación de insights y concepto creativo			■	■												
Definición de premisas de diseño				■												
4. Producción gráfica																
Nivel de visualización 1 (Bocetaje a mano)					■											
Autoevaluación						■										
Nivel de visualización 2 (Digitalización)							■									
Evaluación con expertos en diseño								■								
Nivel de visualización 3 (Propuesta final)									■							
Evaluación con Grupo Objetivo y la institución										■	■					
Cambios finales											■	■				
5. Informe final																
Justificación de la solución gráfica												■	■			
Diseño y diagramación informe final														■		
Entrega informe final															■	

² Talbert, Molly. «Cronograma de actividades: que és y cómo crearlo en 7 pasos». Acceso el 10 de noviembre de 2022 <https://asana.com/es/resources/create-project-management-timeline-template>

3.3 Presupuesto

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

Descripción	Valor
Costos fijos	Q475.61
Agua	Q50.00
Luz	Q172.61
Internet	Q252.00
Costos variables	Q221.00
Impresiones	Q20.00
Transportes	Q170.00
Útiles de oficina	Q31.00
Servicios profesionales de diseño	Q21,650.00
Investigación del problema	Q2,100.00
Definición de conceptualización	Q2,800.00
Bocetaje de propuestas gráficas	Q4,325.00
Digitalización	Q5,800.00
Validaciones	Q3125.00
Artes finales	Q3,500.00
Imprevistos	Q2,165.00
Subtotal	Q28,560.16
IVA (12 % sobre el total)	Q3,427.21
ISR (5% sobre el total)	Q1,428.00
Total	Q33,415.37

MAR
CO

TEÓ
RICO

4.1 La realidad del adulto mayor en Guatemala

4.2 El diseño gráfico y su aporte en el problema social

4.3 Identidad visual, el rostro de las marcas

04 Marco teórico

MIAR

CO

En el capítulo anterior se abordó el tema de planeación operativa. En este capítulo , presentaremos el marco teórico, que parte de la investigación de la problemática social del proyecto y cómo se aporta desde el diseño.

TEO

PRICO

4.1 Lo que pocos hablan ...

La realidad del adulto mayor en Guatemala

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) se considera adulto mayor a cualquier persona mayor de 60 años. Algunos de ellos se consideran adultos mayores disfuncionales debido a que, a causa de los problemas naturales que conlleva el envejecimiento, necesitan ayuda para llevar a cabo sus actividades cotidianas. Además, las personas de la tercera edad son más vulnerables a diversas enfermedades y por lo tanto requieren una constante observación y atención médica.

Según el informe Nacional de Desarrollo Humano, Guatemala (2009-2010:41), nombra a pobres extremos a todas las personas cuyo consumo anual se ubica debajo de la línea de pobreza extrema (Q3,206.00 a precios de 2006). Estas personas viven en condiciones de indigencia al no poder cubrir el costo 15 mínimo de los alimentos de subsistencia.⁶

Es indiscutible que la vejez frecuentemente va acompañada por pérdidas reales de salud, por el menoscabo y desgaste propio de la

edad, fisiológicamente es un progresivo deterioro en las funciones orgánicas y psicológicas, así como la pérdida de sus capacidades sensoriales cognitivas. El adulto mayor pertenece a un grupo vulnerable con relación a lo socioeconómico, psicosocial, aunado con la discriminación que enfrenta, aprender a envejecer no es fácil y, principalmente en una sociedad que desvaloriza las capacidades de la tercera edad.

El objetivo de este ensayo es abordar la definición de adulto mayor y las situaciones negativas que les rodea. En la primera parte se plantea la definición de pobreza su definición a través de distintos personajes, la cobertura en Guatemala y cómo esto ha llegado a afectar tanto. En el segundo abordamos al adulto mayor y las situaciones difíciles con las que se tiene que enfrentar como la exclusión y la indigencia.

⁶ González Ariano, Jennifer Alejandra, 2015. Causas de la indigencia en el adulto mayor que recibe atención en el hogar Nuestra Señora de Guadalupe. Tesis Doctoral. Universidad San Carlos de Guatemala.

4.1.1 Pobreza como concepto creativo

El término pobreza o situación de pobreza se alude a la necesidad, indigencia, penuria o estrechez y carencia de lo necesario para el sustento de la vida, con este término se hace referencia de recursos en sentido más estricto cuando no se satisfacen las necesidades básicas incluyendo ciertas exigencias del consumo individual y familiar. Ander E. (1995: 227-228)

La pobreza es un concepto complejo de definir, que suele tomarse relativo de establecer cuál es el límite para que una persona pueda ser considerada pobre.⁷ Frente a la pobreza, se han establecido diferentes clasificaciones, a continuación las realizadas por la Secretaría de Planeación de Bogotá

El Banco Mundial, indica:



La falta de ingresos es sólo una medida del bienestar de los grupos en desventaja. La pobreza tiene muchas dimensiones: condiciones educativas y de salud inadecuadas, falta de acceso a los servicios básicos, vulnerabilidad, baja autoestima y exclusión social [...] entre los factores estructurales se encuentran patrones de propiedad de activos, geografía e influencias institucionales formales e informales que proceden de fuentes políticas, sociales y culturales. Entre las influencias externas de corto plazo están los efectos del contexto económico internacional sobre la economía, los patrones de precios y las oportunidades de empleo, así como las afectaciones relacionadas con el clima.



⁷ Arévalo Garzón, Carolina. 2021. Pobreza oculta en personas mayores. Hacia nuevas formas de intervención pública. Seminario de actualización de la maestría en Estudios de Familia.



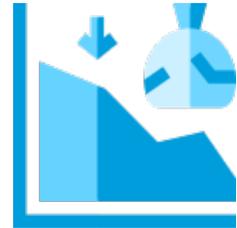
Pobreza crónica:

La hipótesis para este grupo , es que sufre una situación prolongada de pobreza. A este grupo pertenecen los hogares que tienen al menos una necesidad básica insatisfecha y reciben ingresos cuyo nivel está por debajo de la línea de pobreza.



Pobreza reciente:

La hipótesis para este grupo es que posiblemente, tenía un ingreso permanente suficiente como para tener acceso a las necesidades básicas, pero ha sufrido un deterioro reciente en sus ingresos, lo cual podría afectar el nivel de satisfacción de necesidades básicas en el futuro si la situación persiste ingresos, lo cual podría afectar el nivel de satisfacción de necesidades básicas en el futuro si la situación persiste.



Pobreza inercial:

La hipótesis para este grupo es que posiblemente, tenía un ingreso permanente suficiente como para tener acceso a las necesidades básicas, pero ha sufrido un deterioro reciente en sus ingresos, lo cual podría afectar el nivel de satisfacción de necesidades básicas en el futuro si la situación persiste.

Ahora bien, según Santiago Levy (citado por Dieterlen, 2003:29) se identifican siete características en la situación de las personas que se encuentran en estado de pobreza extrema:⁸

- a Tienen una tasa más alta de fecundidad.
- b No pueden responder a una baja transitoria de salarios. No les es posible trabajar más de lo que hacen y, por lo tanto, no pueden compensar los tiempos de depresión económica.
- c Los miembros de las familias que se encuentran en una situación de pobreza extrema tienen una tasa más alta de participación en la vida económica, y los hijos participan desde temprana edad. Por esta razón, el costo de la educación es demasiado alto.
- d Los miembros de las familias que se encuentran en una situación de pobreza extrema tienen una tasa más alta de participación en la vida económica, y los hijos participan desde temprana edad. Por esta razón, el costo de la educación es demasiado alto.

8 Pérez León, José Armando, y "Política social, pobreza y focalización." *Teoría y Praxis*, no. 4 (2007):9-22. Redalyc, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145112002>

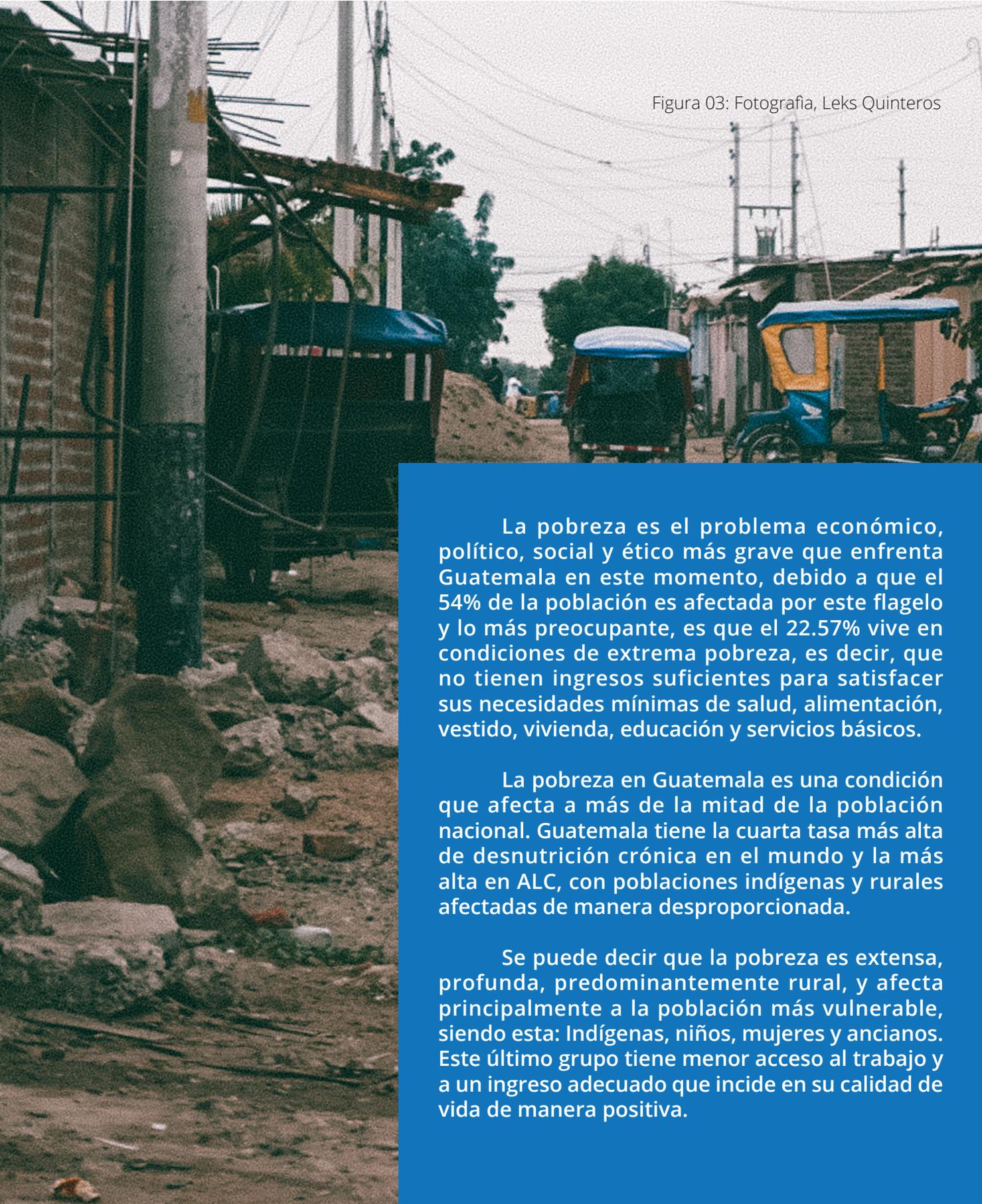


Figura 03: Fotografía, Leks Quinteros

La pobreza es el problema económico, político, social y ético más grave que enfrenta Guatemala en este momento, debido a que el 54% de la población es afectada por este flagelo y lo más preocupante, es que el 22.57% vive en condiciones de extrema pobreza, es decir, que no tienen ingresos suficientes para satisfacer sus necesidades mínimas de salud, alimentación, vestido, vivienda, educación y servicios básicos.

La pobreza en Guatemala es una condición que afecta a más de la mitad de la población nacional. Guatemala tiene la cuarta tasa más alta de desnutrición crónica en el mundo y la más alta en ALC, con poblaciones indígenas y rurales afectadas de manera desproporcionada.

Se puede decir que la pobreza es extensa, profunda, predominantemente rural, y afecta principalmente a la población más vulnerable, siendo esta: Indígenas, niños, mujeres y ancianos. Este último grupo tiene menor acceso al trabajo y a un ingreso adecuado que incide en su calidad de vida de manera positiva.

4.1.3 Adulto Mayor

Uno de los aspectos más sobresalientes del progreso de la población mundial en los próximos años es el envejecimiento demográfico. Esto significa un aumento del número de personas mayores con respecto a la población total. Desde un punto económico, una sociedad envejecida disminuye su producción por una disminución de sus recursos humanos.¹¹

El envejecimiento es un proceso de declive en las funciones orgánicas y psicológicas como una pérdida de las capacidades sensoriales y cognitivas. Evidentemente, las personas de la tercera edad requieren de mayor atención médica que una persona de menor edad porque son más vulnerables a las enfermedades.

No es únicamente pensar en que la población de edad mayor está en crecimiento, sino que necesitamos de espacios y actividades para ellos. Cada vez habrá más personas ancianas que no recibirán atención institucional por lo que será difícil ayudarlos y sacarlos adelante, de no atender oportunamente este problema.

Artículo 3. Definición. Para los efectos de la presente Ley, se define como de la tercera edad o anciano, a toda persona de cualquier sexo, religión, raza o color que tenga 60 años o más de edad. Se consideran ancianos en condiciones vulnerabilidad aquellos que careciendo de protección adecuada, sufran o estén expuestos a sufrir desviaciones o trastornos en su estado físico o mental y los que se encuentren en situación de Decreto 80-96 Ley de Protección para las Personas Tercera Edad, (2002:2)



11 Luis Melero Marcos, et al. "Envejecimiento y pobreza: vinculaciones y soluciones propuestas", International Journal of Developmental and Educational Psychology, , vol. 2, núm. 1, 2013, pp. 271-285

4.1.4 Calidad de vida en el adulto mayor

La calidad de vida en la tercera edad debe estar ajustada a la esperanza de vida, de lo contrario aumentará la expectativa de incapacidad. Calidad de vida para el adulto mayor significa tener paz, tranquilidad, mientras que para la familia es la satisfacción de las necesidades básicas de alimentación, vestido, vivienda e higiene.

Sin embargo, también es importante la satisfacción de las necesidades básicas, que son vitales para todo ser humano. Para el adulto mayor es importante para su calidad de vida, continuar conservando un espacio físico dentro de su vivienda; que su familia se mantenga unida y que le respeten sus bienes materiales.

4.1.5 Situación del adulto mayor en Guatemala

La población adulta mayor en Guatemala está en crecimiento, aunque en menor escala que en los países europeos y otros en América Latina, donde las condiciones de vida han facilitado la prolongación de la expectativa de vida. En él participan hombres y mujeres indígenas, no indígenas del área rural y urbana, de los distintos grupos poblacionales y pueblos que conforman el país.

Por la composición demográfica del país, es un sector heterogéneo y diverso, cada persona tiene distintas discapacidades y recursos. Lo común es que todos llegan con el pleno derecho de vivir una vida digna y la aspiración de contar con las condiciones mínimas de subsistencia y los servicios básicos, así como la esperanza de gozar de las condiciones de afecto, protección, salud, recreación y respeto.

El hecho de que sea mayor y se tenga menos capacidades físicas o mentales, no anula el derecho de dignidad humana; la situación de adultez mayor no implica perder derechos, sino gozarlos a plenitud por haber cumplido como ciudadano con la sociedad.

En Guatemala es difícil encontrar trabajo después de los 40 años, ya no se diga a los 60; el envejecimiento es un proceso natural en la vida de toda personas y pocos son los adultos mayores que cuentan con las condiciones adecuadas para la vejez con todos los satisfactores materiales e inmateriales.

4.1.6 Pobreza en el adulto mayor

En muchos casos los adultos mayores se encuentran en situación de vulnerabilidad económica, social, política y con el problema que no cuentan con el apoyo del Estado, de la sociedad y de su familia, lo cual les pone situación de exclusión y afrontan la injusticia social, pues al igual que todos, son personas con derechos que sienten y necesitan afecto, protección, satisfactores materiales e inmateriales para vivir, lo que evidencia la importancia de las políticas públicas específicas para ese sector poblacional.

4.1.7 Abandono social como forma de maltrato

El abandono social es una realidad y su consecuencia es la ausencia del reconocimiento que todos los seres humanos necesitan para desarrollarse satisfactoriamente. La Organización Mundial de la Salud (OMS) establece por maltrato de adultos mayores, lo siguiente:

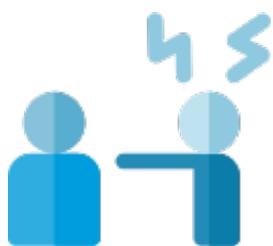
Un acto único o repetido que causa daño o sufrimiento a una persona de edad, o la falta de medidas apropiadas para evitarlo, que se produce en una relación basada en la confianza. Puede adoptar diversas formas, como el maltrato físico, psíquico, emocional o sexual, y el abuso de confianza en cuestiones económicas. También puede ser el resultado de la negligencia, sea esta intencional o no (Organización Mundial de la Salud, 2014).

En lo anterior se puede observar que el abandono o descuido del adulto mayor se encuentra dentro de una forma de maltrato del adulto mayor, y sin importar la modalidad del maltrato el anciano sufrirá un detrimento en su persona y como consecuencia sus derechos humanos serán violentados. Se abandona a la persona cuando se le deja sin medios para subsistir o sin auxilios o cuidados indispensables para mantenerse en las condiciones de salud y de vida que poseía al momento del abandono.

4.1.8 Causas que originan la indigencia de adultos mayores

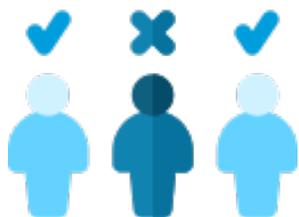
Las causas por las que un individuo vive en situación de calle, son muchas y muy variadas, sin embargo, de manera oficial se reconocen las siguientes:

Adicciones



Violencia Intrafamiliar

Problemas mentales



Discriminación

No tener documentos de identificación personal, carecer de atención médica y hospitalaria, no conseguir trabajo por no poder reportar una dirección, son modos a través de los cuales el desamparo se hace presente. Las personas que viven en la calle son portadoras de historias personales de abandono familiar, de maltrato y abuso sexual, de privación afectiva.

En conclusión los adultos mayores constituyen un grupo vulnerable en la ley y en la sociedad; ven afectados sus derechos constantemente, son víctimas de discriminación, violencia, abandono y exclusión.

Es necesario que se continúen desarrollando proyectos integrales e incluyentes para este sector y generar conciencia sobre la situación de los adultos mayores en nuestro país.

DISEÑO

A continuación, se presenta el área del diseño gráfico y todo lo que le rodea, desde su concepto hasta su contribución al problema social de este proyecto.

GRÁFICO

CO

4.2 El diseño gráfico y su aporte en la igualdad de oportunidades para el adulto mayor

El diseño en su definición tradicional, es concebido como una actividad creativa y técnica encaminada a idear objetos útiles y estéticos que pueden llegar a producirse en serie. En otras palabras, es una actividad donde la creatividad y la intuición tienen un papel muy importante.

Según Jorge Frascara (2000) la palabra diseño se refiere a “la producción de objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos” y diseño gráfico se define como “la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados”.

4.2.1 Diseño gráfico

El diseño gráfico es una práctica discursiva orientada hacia la acción comunicativa que pretende modificar una situación en el público al que va destinado el discurso visual. El diseño es una estrategia para la acción mediante discursos que configuran el objeto del que trata para materializarse en una realidad social.

Construye así realidad social que influye en los cambios sociales, en las conductas, creencias y juicios de sus destinatarios en mayor o menor medida, desde la movilización de la audiencia para que ejecute una acción, a la “educación” de la audiencia para su respuesta consciente y distinción de valores, y su identificación en su caso.¹²

¹² Gamonal-Arroyo, Roberto; García-García, Francisco La capacidad discursiva del diseño gráfico Arte, Individuo y Sociedad, vol. 27, núm. 1, 2015, pp. 9-24 Universidad Complutense de Madrid Madrid, España.

Muchas personas tienden a pensar que el trabajo del diseñador gráfico es realizar diversos dibujos, pero su trabajo va mucho más allá, se trata de un trabajo mucho más complejo donde intervienen muchas habilidades y conocimientos para poder ejecutarlo de la mejor manera. ¹³

Como afirma García (2007: 169),



La retórica no puede existir sin el discurso porque su origen está en la necesidad de comunicación. Al menos se necesitan dos para que haya discursividad e intercambio: yo te doy, tú recibes; yo te propongo, tú decides. Si el receptor no está convencido no hay bidireccionalidad porque no hay respuesta. Para que haya persuasión, el receptor deja de ser receptivo y se activa en emisor (Valdivia, 1999: 29). "



Para Dieter Rams existen 10 principios básicos para que un diseño sea un buen diseño (los principios se refieren a un diseño de producto, pero se van a extrapolar algunos de esos principios a un buen diseño gráfico) :



Un diseño es bueno si es innovador.



Debe ser útil y práctico.



Un buen diseño ha de ser estético.



Tiene que ser comprensible.



El diseño ha de ser honesto.



El buen diseño ha de ser discreto.



Es consecuente en sus detalles.



El buen diseño respeta al medio ambiente.



El buen diseño es diseño en su mínima expresión.

¹³ Company Pérez Olga. "Diseño gráfico y arte", Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Valencia, 2016. Edición en PDF

En una entrevista uno de los grandes referentes de la comunicación visual en el ámbito hispanoamericano, Joan Costa, sostiene que:

El diseño sirve para hacer el mundo más inteligible, para mejorar la vida de las personas y para hacer más comprensible nuestro entorno, entre otras cosas. En última instancia, el diseño es una poderosa herramienta de comunicación, en sus dos vertientes. Yo tengo vocación por el diseño de utilidad pública, el diseño de la información, y ningún interés por el diseño al servicio de la persuasión, que es el lenguaje de la publicidad. Yo no quiero ni persuadir ni que me persuadan, prefiero informarme e informar, y que cada uno se persuada sólo. (...) Para algunos, el diseño tiene la mala fama de ser un instrumento cuyo único objetivo es hacer las cosas más bonitas. Este reduccionismo identifica al diseño con la decoración, pero cuando el diseño tiende a la decoración y a la ornamentación pierde parte de su vigor comunicativo. Definitivamente, la estética no es la principal función del diseño, aunque el componente estético siempre forma parte de su mensaje.

Según Joan Costa, el diseño gráfico ha de tener muy clara su función, ser útil para el público y no intentar hacer las cosas decoradas para persuadir y convencer a la gente ya que pierde su función comunicativa.

4.2.1 Diseño gráfico en Guatemala

Guatemala desde el inicio del siglo XX se encontraba muy atrasada en cuanto a tendencias artísticas lo cual indica que en Guatemala no había una concepción funcional del diseño gráfico y es finalmente en 1920 que por orden del presidente Carlos Herrera, nace la Escuela Nacional de Artes Plásticas.

Adolfo Nathan llega a Guatemala en una época en la que los diseños eran ilustraciones a mano. Nathan realizaba propuestas en las que a los textos buscaba darles importancia. Es a partir de 1950 que el diseño de carteles en Guatemala evolucionó en estilo, tipografía y color. Nathan aportó a Guatemala la técnica en cuanto al manejo de la imagen, uso del color, uso de la caricatura como medio de expresión y publicidad. Es uno de los pioneros del cartelismo en Guatemala, además el introdujo a la mujer como iconografía en el Diseño Gráfico Guatemalteco.

El diseño gráfico y la comunicación visual de hoy en día en Guatemala es el resultado de un cúmulo de esfuerzos, hechos, acciones y actores que lo han forjado.¹⁴

4.2.3 La responsabilidad del diseñador

De acuerdo con Frascara (2008), el diseñador es el encargado y el responsable de las comunicaciones visuales, de respaldar sólidamente los procesos comunicativos a través de sus conocimientos. Por ello, el diseñador debe contar con una sólida formación técnica cultural y humanística que contribuirá al correcto desarrollo de los proyectos y su aplicación en situaciones específicas, y que debe tener también presente su responsabilidad dentro de los ámbitos profesional, ético, social y cultural.¹⁵

a) Responsabilidad social

La mayoría de veces el diseño gráfico se ve únicamente como la promoción de productos y servicios en el área artística, se considera al diseñador como solucionador de problemas, pero en realidad es el diseñador que propone una acción para erradicarlos. La responsabilidad del diseñador respecto a la eficacia del diseño no está completa con la creación del material y su publicación acorde a los deseos del cliente, sino que el diseño logre erradicar o reducir el problema, para definir que alcanzó su meta.

14 Bozareyes Mar, 2021. Historia del diseño gráfico en Guatemala. Acceso el 10 de Octubre. <http://www.ba-si-ca.com/historia-dise-no-grafico/>

15 Borraro Candy, "La responsabilidad social del diseñador gráfico y su influencia en la sociedad a través de la educación superior en Guatemala". Tesis doctoral. Universidad San Carlos de Guatemala, 2013. Edición en PDF.

4.2.4 Diseño gráfico como herramienta para un cambio social

El rol que juegan los diseñadores ante problemáticas sociales complejas es indispensable ya que su tarea es contribuir a la conceptualización, creación y desarrollo de proyectos que mejoren la vida de las personas.

Con el diseño se pueden dar a conocer temas relevantes a través de diferentes medios por medio de campañas sociales. El diseño se puede utilizar para hablar por aquellos que no son escuchados, esto nos ayuda a ser conscientes acerca de los problemas vitales.

Los proyectos de impacto o cambio social, se miden por los cambios que inciden en el comportamiento de las personas y el beneficio que provoquen en las comunidades.

En conclusión, el diseño gráfico es más allá que solo realizar proyectos creativos sino utilizar este medio para impactar y motivar a realizar cambios positivos. Es necesario que los profesionales del diseño tengan claro esto, del impacto que pueden generar y lo importante que es utilizar la comunicación visual para hablar por aquellos que no pueden.



4.3 Identidad visual, el rostro de las marcas

La Asociación Misioneros de la Misericordia, es una asociación que se encarga de velar por los más marginados: ancianos enfermos y sin familia, las madres sin apoyo y los niños sin un hogar. A todos ellos les brindan un hogar, alimentación y dignidad.

Al ser una asociación fundada recientemente, no cuentan con una identidad visual ni una línea gráfica. Por lo tanto, es importante que la asociación cuente con un “rostro” que ayude a su reconocimiento.

A continuación, se define qué es identidad visual y la definición e importancia del manual de marca.

4.3.1 Identidad Visual

El diccionario de la Real Academia Española de la Lengua recoge como definición de Identidad Corporativa el «sistema de significados, símbolos e imágenes más o menos compartidos por el personal de una organización que configura la imagen de la misma» (Real Academia Española,s.f., definición 1)

La identidad está formada por aquellas características que definen a las cosas y los seres y las hacen singulares. Una organización social, cultural o mercantil tiene también una identidad que deberá ser potenciada por medio del cuidado de su imagen. El diseñador utiliza estos signos representativos de los objetos para crear las marcas que van a identificarlos.

¿Cuál es la importancia de la identidad visual?

Reconocimiento

Fortalecer el reconocimiento y tener posicionamiento, así se crea un vínculo fuerte con los usuarios y se logra fidelizar.

Personalidad

Sirve para transmitir los valores y propósitos de manera rápida.

Diferenciación

Ayuda a diferenciar de la competencia y a definir lo que realmente es.

4.3.2 La Marca

Es la imagen alrededor de la cual se va a generar todo un sistema de asociaciones mentales relacionadas con una entidad o un producto. El nombre de una empresa o asociación debe cuidarse de una forma especial, no sólo en su tratamiento gráfico, al que actualmente se está concediendo gran importancia, sino también al sonido que produce su lectura. Debe ser fácil de memorizar, agradable y original.

//

EL IMAGOTIPO
ES LA **UNIÓN**
DE UN ÍCONO
Y UN **TEXTO**
ÚNICAMENTE.
EN OTRAS PALABRAS
ESTAMOS
HABLANDO DE LOS
DOS CONCEPTOS
ANTERIORES
UNIDOS

//

4.3.3 El logotipo

Es la parte más importante de la identidad visual. Es lo que va definir el resto de aplicaciones de la marca.

Norberto Chávez se refiere a este tipo de representación, como un logotipo al que se suele sumar un signo no verbal cuya función es mejorar las condiciones de identificación de una marca.¹⁶

4.3.4 El símbolo gráfico

Es el signo representativo de la entidad. Debe ser fácilmente memorizable y capaz de ser diferenciado rápidamente. Generalmente el símbolo suele ir junto al logotipo, aunque en casos donde la marca este bien asentada entre el público no es necesario, por ejemplo el caso de Nike. Podemos agruparlos en dos clases:

- Espontáneos
- Por asociación



Figura 05: Imagotipo ejemplo, Laura Barillas

16 Estrella Sweeney, Felipe. "¿Marca, logotipo, imagotipo...? El problema de la terminología en la definición de conceptos en el diseño gráfico". Acceso el 18 de Octubre de 2022. <http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/>

4.3.5 Manual de identidad visual

Es el manual donde se indican los criterios gráficos de aplicación de una marca y su correcta utilización. Es decir, donde se explica detalladamente el uso del logotipo y toda la imagen visual que se desarrolla a su alrededor (colores corporativos, tipografías, estilo de imágenes, entre otros).¹⁷ La mínima información que debe contener un manual de identidad visual:



Figura 06: Logotipo, Taylor Shady

Construcción del logotipo:

Se detallan proporciones y medidas del logotipo, con el objetivo de mantener la legibilidad sin importar el tamaño.

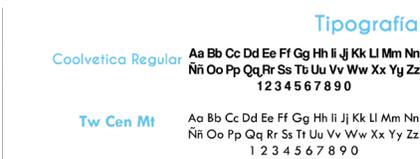


Figura 07: Tipografía, Coolvetica y Tw Can Mt

Paleta tipográfica:

Son las tipografías elegidas, cada una debe ser representativa del estilo y carácter de la marca. Es importante elegir

una tipografía legible según que función se le dará y debemos usar siempre estas mismas tipografías.

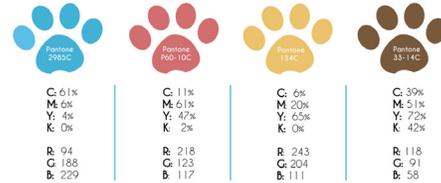


Figura 08: Paleta de colores, Ivett Suazo

La paleta de color:

Son todos aquellos colores que se usarán en la marca de alguna manera. Es importante que cada color esté fundamentado ya que es importante elegir una paleta que refleje lo que la marca quiere.



Figura 09: Área de seguridad, Second Eight.

Área de seguridad:

Establece distancias mínimas entre el logotipo con respecto a otros elementos.

¹⁷ Losada Helena. «¿Qué es un manual de identidad visual corporativa?». Acceso el 16 de Octubre de 2022. <https://helenalosada.es/que-es-un-manual-de-identidad-visual-corporativa/>

4.3.6 Aplicaciones

Es la aplicación del logotipo y línea gráfica en herramientas o elementos que se utilizarán para la difusión del mensaje. Deben ser aplicaciones útiles para la marca. Son la parte visible de la marca, todas las aplicaciones deben registrarse del manual de identidad gráfica.

Cada organización tiene necesidades específicas por lo tanto las aplicaciones abrían, las más utilizadas son:

- 1 Papelería Corporativa
- 2 Firma de email
- 3 Página web
- 4 Material Publicitario
- 5 Material Promocional

4.3.7 ¿Por qué es importante la identidad visual en las organizaciones?

Muchas organizaciones sin fines de lucro descuidan su imagen porque no lo consideran primordial, pero los beneficios de tener un logotipo y que realmente cumpla con los objetivos planteados son muchos.

Primero, como organizaciones es importante captar la atención de los usuarios para motivarlos a donar, esto se puede lograr con un logotipo correctamente diseñado. La marca debe generar confianza y fidelizar.

Facilita su reproducción en diferentes medios, con el manual de identidad grafica se puede guiar para aplicar el logotipo de la manera correcta.

Y, finalmente, el diseño de una identidad visual diferencia una organización de la otra. Un buen diseño debe ser una marca fuerte y atractiva.

En conclusión, para fortalecer el reconocimiento de la Asociación Misioneros de la Misericordia se diseña un imagotipo y un manual de identidad, para así asegurarnos de lograr los objetivos. El manual de marca logrará que el imagotipo se utilicé de la manera correcta y así evitar errores de legibilidad.

05 DEFINICIÓN CREATIVA

- 5.1 Brief de diseño
- 5.2 Concepto creativo
- 5.3 Estrategia de aplicación

05 Definición Creativa

5.1 Brief de diseño

5.1.1 Nombre del Proyecto

Diseño de imagen institucional para comunicar y generar notoriedad en beneficio a la Asociación Misioneros de la Misericordia (AMI) en Guatemala.

5.1.2 Datos de contacto



Nombre de la institución:
Asociación Misioneros de la Misericordia



Nombre de el presidente:
Nery Manolo Mijangos



Dirección:
Km. 48 El Jocotillo, Villa Canales.
Interior Finca San Francisco.



Número de teléfono:
(+502) 3087 - 1097



Correo electrónico institución:
Correo electrónico personal:
neryjangos@hotmail.com

5.1.3 Información del cliente

La Asociación Misioneros de la Misericordia es una institución que busca ayudar a los más vulnerables del país en este caso a las personas mayores de edad, brindándoles un hogar, alimentación y dignidad.



5.1.4 Programas o Servicios

Entre los principales programas/servicios que ofrece la Asociación AMI están:



Casa Hogar del adulto mayor:

Brinda hogar, alimentación y dignidad a las personas indigentes de la tercera edad.



Servicios médicos:

Cuentan con una clínica dental para ayudar a personas de escasos recursos.



Servicios religiosos:

Reciben misioneros y los preparan para la vida religiosa.

5.1.5 Instituciones Análogas

- A nivel local:



Obras sociales del Hermano Pedro
Asociación Nuevo Amanecer

- A nivel departamental:



Hogar y centro ocupacional de
ancianos San Vicente de Paul

5.1.7 Presupuesto

El presupuesto total es de Q. donde sólo se incluye la parte de investigación, conceptualización y diseño. Los materiales físicos serán costeados por la Asociación AMI.

5.1.8 Condiciones

No cuentan con licencias tipográficas.

5.1.9 Grupo Objetivo

Adultos mayores de 60 años en adelante, que no tengan acceso a una vivienda segura ni familia.

5.1.6 Información del proyecto

Desarrollo de la imagen institucional y manual de normas gráficas que se implementará en medios impresos y digitales. Materiales a diseñar:

Papelería corporativa

- Hoja membretada
- Tarjeta de presentación
- Sobre carta

Material promocional y de identificación

- Materiales digitales
- Plantilla de presentación
- Post de redes sociales
- Firma de correo electrónico
- Manual de identidad
- Cartel
- Trifoliar
- Sistema iconográfico
- Sistema ilustrativo
- Playera

5.1.10 Mensaje a transmitir

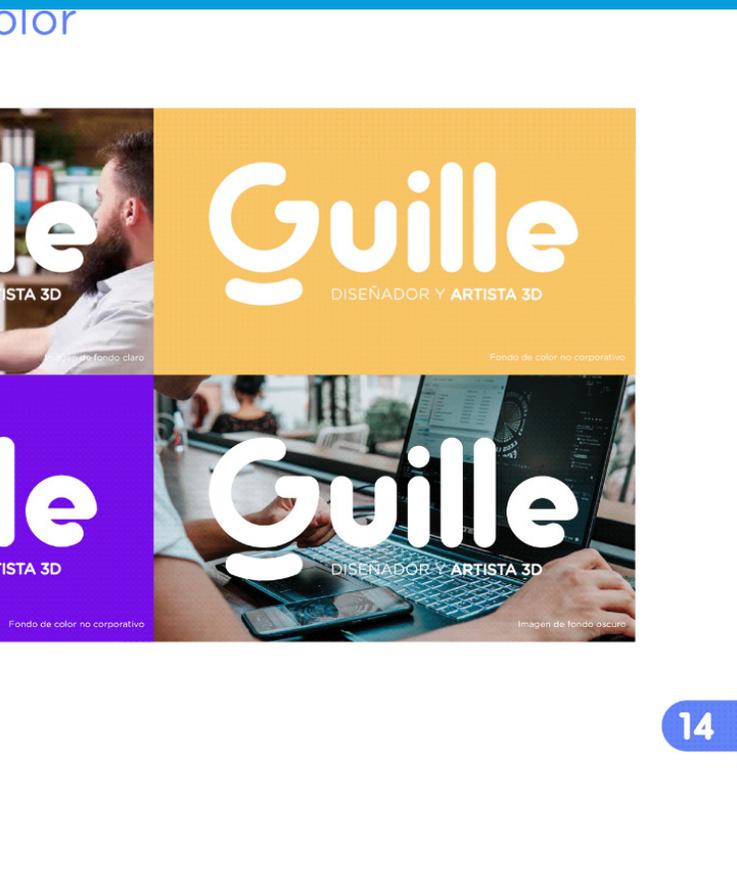
Informar sobre los servicios que presta la institución AMI para dar a conocer e informar a las personas los servicios y los objetivos de la institución.

5.2 Referencias de diseño

Los referentes visuales son proyectos de otros países que nos permiten, a través de un análisis, identificar soluciones gráficas a problemas relacionados a nuestro proyecto.

5.2.1 Guille González - El Salvador

Figura 10: Fernanda Pelaco, Behance.com



14

Área de seguridad

Isotipo



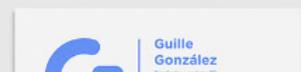
Imagotipo



El área de protección permite el uso correcto del logotipo y los elementos alrededor del él; para asegurar la óptima distancia con respecto a los medios impresos y los elementos gráficos en medios digitales.

Las medidas del área de protección están definidas gracias al punto de la el logotipo, como se puede apreciar en las imágenes correspondientes.

66



5.2.2 Ruben Castillo - Colombia

Figura 11: Ruben Castillo. Behance.com



5.2.3 Fernanda Perlacio - Perú

Figura 12: Rubén Castillo. Behance.com



5.3 Estrategia de diseño

Utilizando el método de las “6W” se plantea una estrategia para la aplicación de las piezas de diseño, a través de una serie de preguntas.

¿Qué?

Contenidos a comunicar, se desarrollará una imagen institucional para la asociación Misioneros de la Misericordia. Como complemento se desarrollará el manual de marca dónde se explicarán los lineamientos a seguir al utilizar el logotipo. También diferentes materiales y plantillas para que la asociación pueda utilizarlas para su imagen.

¿Para qué?

Para contribuir con la comunicación y visualización de la institución.
Para informar a las personas de una manera más organizada y directa los programas y servicios que brindan a la comunidad.

¿Con qué?

Imagen institucional acompañada de su manual gráfico con los lineamientos para el correcto manejo del logotipo.

Software: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Indesign, Adobe After Effects, Adobe Premiere, Figma, Uizard, Microsoft.

¿Con quién?

Involucrados directos:
Asesor Metodológico Licenciado **Gustavo Jurado**
Asesor Gráfico Licenciado **Carlos Franco**
Asesora especialista Licenciada **Claudia Carpio**
El jefe inmediato de la asociación **Nery Manolo Mijangos**
El grupo objetivo: **Los internos de la institución Misioneros o voluntarios** de la asociación

¿Cuándo?

La implementación de la imagen institucional iniciará a inicios del próximo año (2023).

¿Dónde?

En la Asociación Misioneros de la Misericordia ubicada en el Km. 48 El Jocotillo, Villa Canales. Interior Finca San Francisco.

5.4 Conceptualización

Como parte del proceso creativo se define un concepto, el cuál será importante a la hora de definir la propuesta gráfica.

5.4.1 Relación Forzada

Es una técnica que consiste en crear asociaciones de ideas o conceptos según conexiones menos directas.



La relación forzada fue: Unión y Servicio. Del cual se genera el concepto creativo

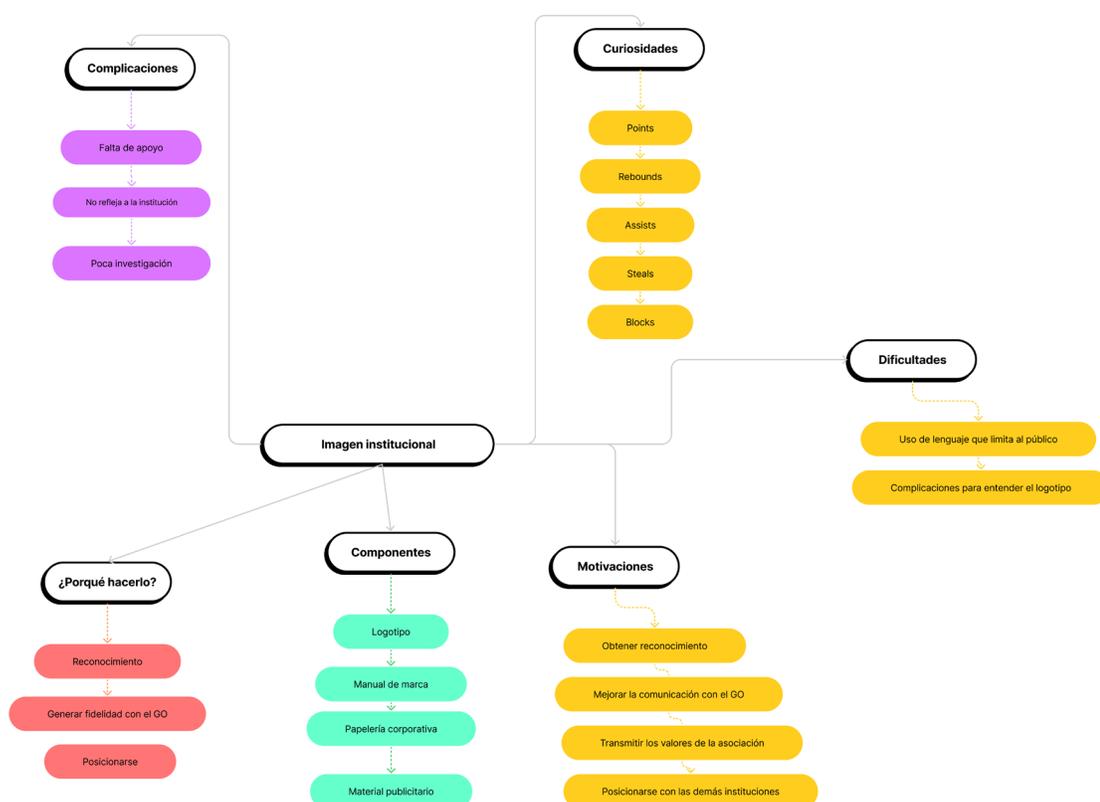
“Juntos en el servicio”

Al comenzar la producción gráfica se toma como referencia las palabras: Servicio y Unidad.

Se busca representar 2 aspectos , la primera resalta el término amo con un corazón y el segundo el término servicio con dos manos una queriendo apoyar a la otra.

5.4.2 Mapa mental

El mapa mental es un diagrama que representa conceptos relacionados a partir de un tema principal o palabra clave. El tema principal se ubica en el centro y los datos se expanden en todas direcciones.



Analizando la técnica, se encontró dos palabras: Esperanza y vulnerables, de las cuales se generó el concepto.

“Un granito de esperanza”

Las personas que viven en extrema pobreza, en especial el adulto mayor, ya no tienen esperanza. La falta de algunas capacidades los hace ser más vulnerables; AMI viene a ayudar y a dar esperanza a aquellos que la perdieron, les dan una mejor situación y calidad de vida.

Problema

Foco de mente: ¿Por qué existe?

Por ser una nueva asociación necesita una imagen para ser reconocida.

Apretón de mente:

Falta de reconocimiento, poco valor al diseño, común.

Extensión de mente:

Confianza, reconocimiento, fidelidad.

DO IT

DO IT es un acrónimo que representa (por sus siglas en inglés, que forman también la palabra hazlo) las palabras: definir, abrir, identificar y transformar. Fue creada por Robert W. Olson, y tiene como objetivo contribuir con la generación de ideas y selección de soluciones.

Abrirse a soluciones

Mente sin falta: confianza, fidelidad, solidaridad, fraternidad, armonía.

Sorpresa de mente: Paz, cielo, sueños, nubes, sonrisas, arco iris.

Mente libre: Meta

Manos: En las manos es donde se refleja el paso del tiempo en las personas, también son las que brindan cariño y seguridad.

Cobija: Brinda calor y protección a las personas.

Lápiz: Con él se escriben historias.

Identificar Soluciones

Mente se integra:

Historias con sonrisas

Al final del arcoiris

Nubes de esperanza

Sueños solidarios

Un lápiz varios sueños

Mente se refuerza:

No poder transmitir al grupo objetivo los valores y las características de la asociación.

Concepto

Del desglose de palabras se encontró la palabra arcoiris y meta, de las cuales se generó el concepto:

“ Al final del arcoiris”

Se eligió este concepto porque hace referencia que al final del camino siempre encontrarás algo, en este caso y por la referencia del arcoiris el final de camino será algo mejor, un tesoro. Después de todo, las personas llegaron a AMI y su vida cambió por completo



Figura 13: Fotografía, Asi COMCA

JUNTOS EN EL SERVICIO

5.4.4 Análisis y selección

Después de una evaluación y análisis el concepto elegido es el primero, ya que refleja el objetivo de la asociación.

El concepto creativo refleja los objetivos de la institución que es estar al servicio de las personas más vulnerables y brindarles lo necesario para una vida digna.

El mayor problema ahora es la desigualdad y la exclusión, ya sea por temas económicos o de capacidades. Es importante la unión de las personas para disminuir la exclusión de las personas más vulnerables, apoyarnos entre todos y ser más serviciales.

5.5 Premisas de diseño

5.5.1 Paleta cromática

La paleta de cromática es una paleta de colores que reflejan confianza y optimismo. Hay una combinación de colores fríos y cálidos para una mejor armonía.



#156CB5

C:87% M:53% Y:0% K:0%
R:21 G:108 B:181



#329FD8

C:73% M:22% Y:1% K:0%
R:50 G:159 B:216



#FFE3B2

C:0% M:13% Y:36% K:0%
R:255 G:227 B:178



#FCC873

C:0% M:25% Y:62% K:0%
R:252 G:200 B:115



#DE1F27

C:4% M:96% Y:97% K:0%
R:222 G:31 B:39



5.5.2 Paleta tipográfica

La paleta tipográfica es una tipografía Sans Serif, minuciosa y minimalista.

Open Sans Light

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3
4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % * () _ + - : . / []

Open Sans Light Italic

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1 2 3 4 5 6
7 8 9 0 ! @ # \$ % * () _ + - : . / []

Open Sans Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1
2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % * () _ + - : . / []

Open Sans Semibold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1
2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % * () _ + - : . / []

Open Sans Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % * () _ + - :
. / []

Open Sans Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % * () _
+ - : . / []

5.5.3 Formato

El manual de identidad será un PDF digital, en formato horizontal para que sea sencillo de usar.



Figura 14: Formato, Andrés Silva

5.5.4 Sistema iconico visual

El imagotipo será variable y tendrá una intervención con los iconos para que se pueda adaptar a los formatos que la asociación necesite.



Figura 15: Imagotipo, Valentina Álvarez

06

PRODUCCIÓN

GRÁFICA

- 6.1 Primer nivel de visualización
- 6.2 Segundo nivel de visualización
- 6.3 Tercer nivel de visualización
- 6.4 Propuesta final
- 6.5 Fundamentación técnica
- 6.6 Componentes del proyecto
- 6.7 Presupuesto

06 Producción Gráfica

PRODUCCIÓN

En este nivel se evidencian diferentes propuestas a través del bocetaje a mano de la construcción del logotipo y su aplicación a una pieza gráfica. Se evaluaron las propuestas por medio de una autoevaluación.

GRÁFICA

6.1 Primer nivel de visualización

6.1.1 Primer propuesta

Para el Isotipo se presentaron dos manos, una sosteniendo a la otra, para reflejar el concepto "Juntos en el servicio". Se forman a base de líneas, haciendo así el diseño abstracto. Al ser una institución religiosa las manos reflejan los vitrales de las iglesias.

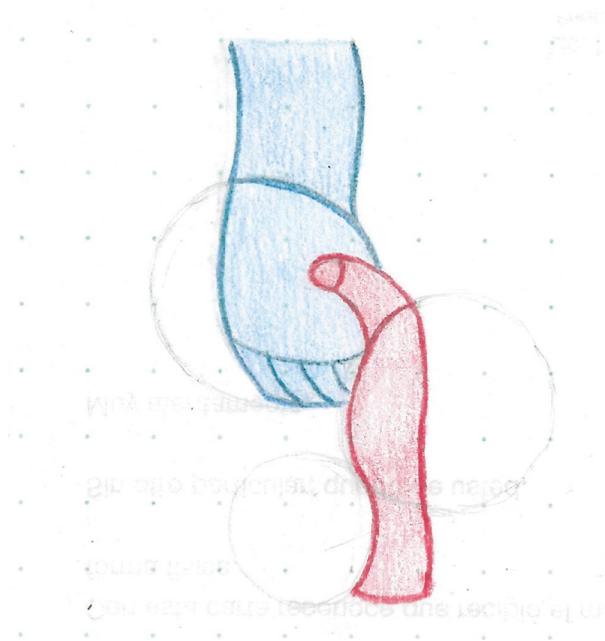


Figura 16: Boceto isotipo Laura Barillas

6.1.2 Segunda propuesta

Esta propuesta refleja una línea más realista y minimalista, las dos manos igualmente reflejan el apoyo y la solidaridad. La mano de arriba refleja a la persona que ayuda y brinda voluntariado. La mano de abajo refleja a la persona que tiene una necesidad.

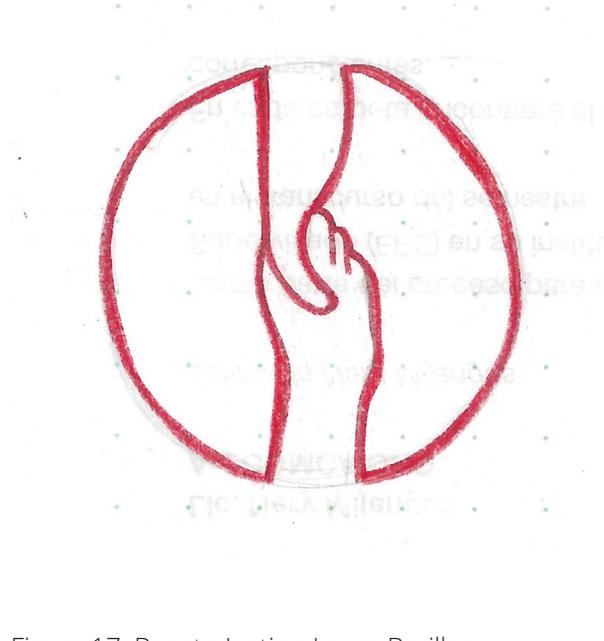


Figura 17: Boceto Isotipo Laura Barillas

6.1.3 Tercera propuesta

Esta propuesta refleja de una manera más realista las dos manos, una sosteniendo a la otra. Es un estilo minimalista.

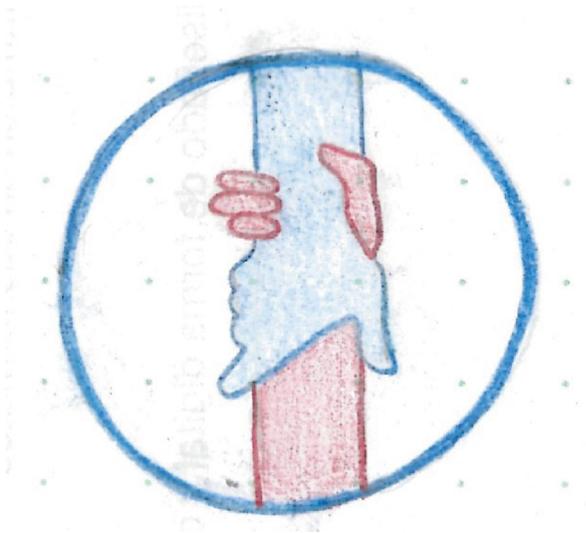


Figura 18: Boceto isotipo Laura Barillas

6.1.4 Cuarta propuesta

Esta propuesta refleja una línea más geométrica que las anteriores. Las manos se encuentran dentro de un cuadrado, ya que esto representa la unión y que todos estamos en un mismo lugar.

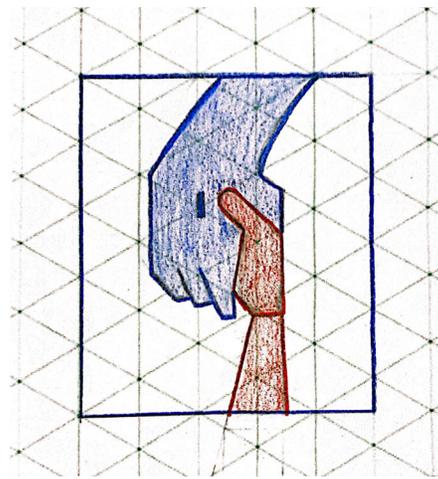


Figura 19: Boceto Isotipo Laura Barillas

6.1.5 Autoevaluación

Se analizan las 3 propuestas del logotipo utilizando un instrumento de validación que evalúa desde una crítica personal objetiva. (Ver anexo 3)

Resultados de la autoevaluación

La primera propuesta tuvo el mayor puntaje en la autoevaluación, ya que cumplía mejor las características del concepto y refleja los valores de la institución.

Isotipo Elegido Digitalizado.



Figura 20: Imagotipo AMI, Laura Barillas

6.1.5 Comentarios estudiantes

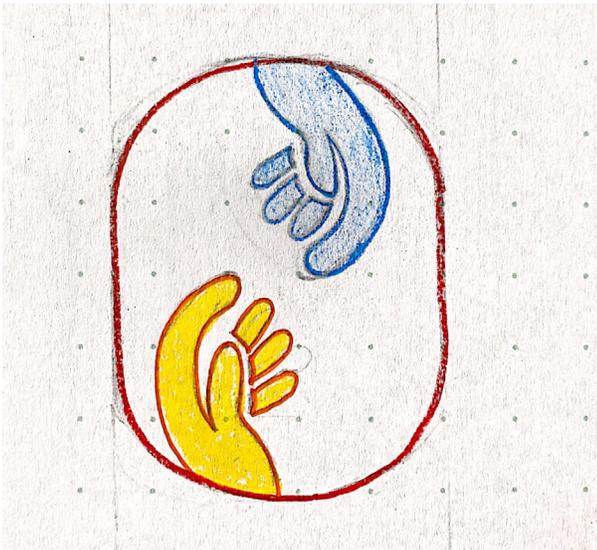
- El estilo es muy común en logotipos de iglesias católicas, explorar más.
- Revisar el interlineado en el texto del logotipo y hacer una reducción en las palabras “de” y “la”.
- Revisar las astas de la tipografía.
- El isotipo será ilegible en medios impresos ya que tiene mucho detalle.

6.2 Segundo nivel de visualización

Al presentar las propuestas con los estudiantes se observaron varios cambios y correcciones, ya que el logotipo no era legible ni original. Se procede a realizar los cambios diseñando un isotipo con una estructura minimalista sin perder lo realista, siempre tratando de que sea legible.

Esta propuesta refleja el servicio hacia las personas, del servicio se desarrollan valores importantes como es el amor, la solidaridad y la fraternidad. Las manos quedan dentro de un óvalo, esto representa la unión.

6.2.1 Primer propuesta



Esta propuesta refleja una línea abstracta, se muestran las dos manos nuevamente pero esta vez sin presentar unión.

6.2.2 Segunda propuesta

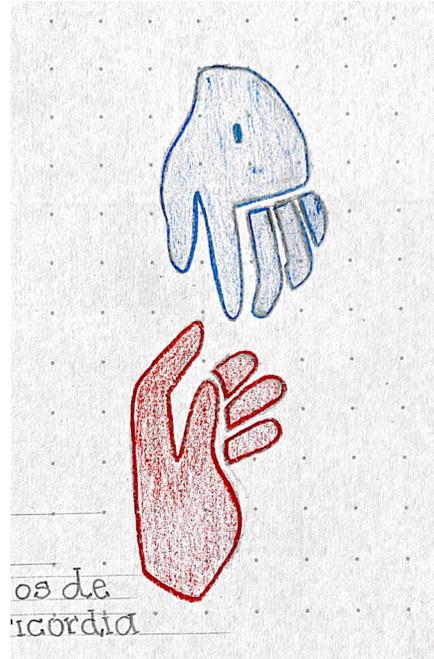


Figura 22: Isotipo Laura Barillas

Esta propuesta también tiene un estilo abstracto, la posición de las manos cambia pero reflejan el apoyo y el servicio.

6.2.2 Validación con Diseñadores Gráficos

Se utiliza una metodología cualitativa, se utiliza la técnica de grupo focal para la segunda validación. Como evidencia y para una mejor retroalimentación se utiliza un cuestionario en Google Formularios (Ver Anexo 2).

Se realiza una presentación con el isotipo corregido con los comentarios por asesores y estudiantes de clase en la primera validación. Para iniciar se presenta la institución en donde se realiza el proyecto, después se explica el concepto creativo: "La edad no los hace invisibles". Siguiendo a esto, se presenta la propuesta de Isotipo con las correcciones, su fundamentación y las premisas de diseño.

La validación se realiza con diseñadores gráficos graduados con experiencia laboral y que actualmente trabajan en el área de diseño.

Isotipo Elegido Digitalizado.



Figura 23: Imagotipo AMI, Laura Barillas

6.2.3 Diseñadores Gráficos

Abraham Mazariegos

Independiente/ 10 años de experiencia

Elba Sofía Cano

Global Vet/ 8 años de experiencia

Pablo Miranda

Ycrea / 6 años de experiencia

Ana Lucía Miranda

Farosa´s Drone / 5 años de experiencia

Patricia Maldonado

Independiente / 18 años de experiencia

6.2.4 Comentarios de estudiantes y tercer asesor

- La orilla roja está de más, solo se ve sobrepuesta.
- Concuerdan con que se debe jugar más con las manos.
- Probar colocar las manos en negativo y varias las manos colocándolas en diagonal.
- Jugar con los elementos, se podría utilizar un corazón o una cruz y que se unan con las manos.

6.2.5 Comentarios de profesionales de diseño

- Los profesionales consideran que el concepto creativo “La edad no los hace invisibles” es más un insight. El concepto creativo debe reflejar algo positivo, una acción, no el problema.
- El isotipo se siente rígido, debe verse más fluido. Se puede hacer que no sea rígido en sus posiciones.
- Buscar una imagen más orgánica para el imagotipo para transmitir el aspecto humano de la institución.
- Tiene originalidad pero se puede generar un poco más de simplicidad y legibilidad.
-
- Explorar la paleta de colores ya que dentro del isotipo no funcionan de la manera que se espera.
- Hay un elemento que está de más, el contorno que rodea las manos genera cierta confusión y rigidez.

6.3 Tercera validación

Con los comentarios recibidos se realizan los cambios necesarios y se busca validar con el grupo objetivo la propuesta gráfica. Se busca analizar los comentarios del grupo objetivo e institución para posibles cambios y que la propuesta final sea efectiva.

6.3.1 Primer propuesta

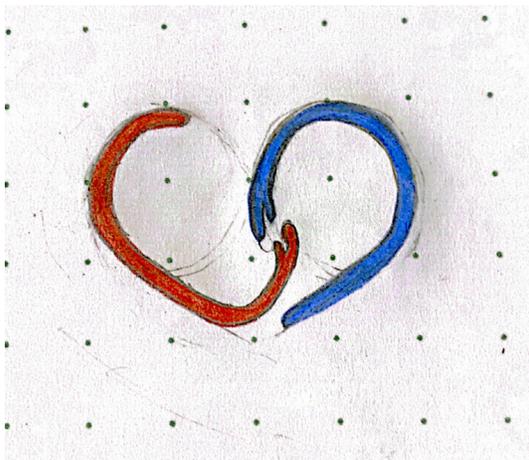


Figura 24: Isotipo Laura Barillas

Luego de los comentarios, se diseñó esta propuesta. Es un diseño minimalista y abstracto. Se puede ver la unión de dos elementos: Un corazón y las manos, reflejando el amor y el servicio.

6.3.2 Segunda propuesta

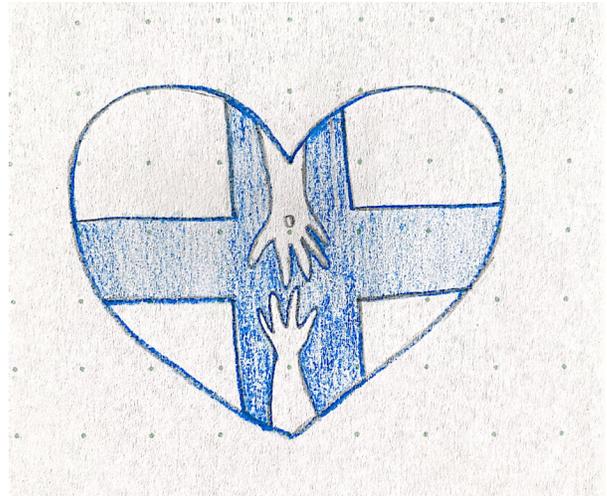


Figura 25 : Isotipo Laura Barillas

Esta proouesta agrega un elemento más el cual es la cruz, esto representando la religión que es algo muy importante en la asociación. Se ven las dos manos, una representando la mano de Jesús por la llaga, todos los elementos se encuentran dentro de un corazón que refleja el amor

6.3.3 Propuesta final

Después de validar las propuesta con profesionales del diseño gráfico se realizan los cambios sugeridos, se cambia el concepto creativo por un concepto positivo, también se realizaron cambios en el isotipo siendo así legible, original y más fluido.

Esta propuesta refleja una línea gráfica más estética y fluida. Las manos continúan la propuesta, pero esta vez las manos son más abstractas y poseen movimiento. En el isotipo se presentan 2 elementos, dos manos y un corazón para reflejar el concepto “Juntos en el servicio”. Las manos forman un corazón, este tratamiento hace que el isotipo sea original y legible.

Bocetaje



Premisas



Open Sans
Open Sans
Open Sans

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Digitalización



Figura 26 :Imagotipo AMI, Laura Barillas

6.3.2 Comentarios estudiantes

- La construcción del imagotipo está bien hecho y van conforme al concepto.
- Es original y legible.
- Revisar que sea legible en todos los formatos de reproducción.

6.3.3 Validación con grupo objetivo e institución

Para la validación se realiza una presentación donde se presenta la propuesta gráfica del imagotipo, sus versiones, colores y tipografías. Se evalúa por medio de una encuesta física, la cuál se les pasa a el personal de la institución después de la presentación del isotipo. (Ver anexo 4)

6.3.5 Comentarios Grupo objetivo e institución

- La mayoría de los participantes recibieron positivamente el imagotipo.
- La mayoría de los participantes asociaron el imagotipo con servicio, amor y solidaridad, una respuesta acertada ya que era lo que se esperaba que se percibiera.
- Con respecto a la tipografía, el tamaño y el tipo son correctos para facilitar la lectura.
- La mayor parte de los participantes asocia la paleta cromática con espiritualidad, fraternidad y servicio, lo cuál es positivo.

De parte de el representante legal, se recibieron los comentarios:

- Las manos deben ser más realistas y debe verse el estigma de las manos de Jesús.
- Se desea mantener el corazón, pero incluir elementos como la cruz y si es posible una hoja que representa la vida.
- La paleta cromática está bien aplicada.

6.3.4 Personal de la institución y grupo objetivo

- **Dilia Eliza Jolón**
Secretaria
- **Lesni Siomara Barrios**
Coordinadora de comunicación
- **Vilma Camey**
Colaborador de la institución
- **Nery Mijangos**
Representante legal
- **Guadalupe Delgado**
Voluntario
- **Walter Orellana**
Colaborador de la institución
- **Melvin Aníbal**
Voluntario
- **Jaime Otoniel Monroy Solano**
Voluntario
- **Jessica Dávil**
Voluntario
- **Oscar Ovidio Gómez Talento**
Empleado

6.4 Propuesta final

Luego de validar la propuesta con el grupo objetivo se realizaron las correcciones recibidas por la asociación y se procedió a realizar el manual de marca y las aplicaciones correspondientes..

6.4.1 Imagotipo



Asociación
**Misioneros de
la Misericordia**

6.4.2 Manual de marca



Introducción

El siguiente manual de identidad visual contiene las directrices y los parámetros de Asociación Misioneros de la Misericordia, que servirán como una guía para la implementación de los recursos visuales y la comunicación interna y externa de la asociación. Se definen reglas de aplicación con el objetivo de definir carácter, valores, visión, misión también es importante la selección correcta de colores, tipografía y sus aplicaciones.



Índice

01	Esencia de la marca		03	Elementos visuales	
	Descripción de la marca	04		Tipografía corporativa	16
	Concepto	05		Tipografía secundaria	17
02				Paleta cromática	18
Construcción de la marca				Escala de grises	19
	Fundamentación	07		Usos correctos de color	20
	Trazo gráfico	08		Versiones en negativo	21
	Signo tipográfico	09		Usos incorrectos del color	22
	Relación de medida X	10	04		
	Cuadrícula de reproducción	11	Piezas gráficas		
	Área de protección	12		Aplicaciones	
	Tamaños de reproducción	13		Tarjeta de presentación	22
	Usos correctos	14		Hoja membretada	22
	Usos incorrectos	15		Gafete	
				Firma digital	
				Redes sociales	
				Presentación Power Point	
				Trifoliar	
				Sobre bolsa	
				Cartel	
				Portada Facebook	
				Playera	
				Página web	

Manual de marca



Diseño de logotipo

Símbolo gráfico Fundamentación

La idea del símbolo gráfico surge del concepto creativo "Unidos en el servicio", se buscó representar por medio de dos manos el servicio hacia los demás.

Los manos se encuentran dentro de un corazón, esto reflejando el amor que es un valor importante al momento de ayudar a otros.



Manual de marca

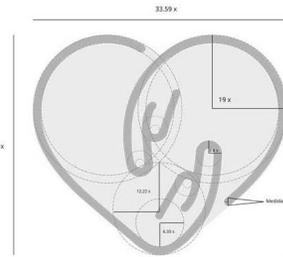


Diseño de logotipo

Trazo gráfico

El icono fue construido a partir de la forma de un corazón, en el cual se utilizó solo el contorno. También se trabajaron unas manos integrándolas en el centro del corazón.

Para la realización del trazo geométrico, se extrajo la medida X, ubicada en la punta del contorno del corazón.



Manual de marca



Signo tipográfico

Fundamentación Tipografía

Para la realización y construcción de el signo tipográfico se utilizó la familia Open Sans, una mezcla de la versión Bold con la versión Light para agregar mas movimiento.

Se seleccionó la tipografía porque es minimalista y minuciosa, la cual se adapta muy bien con el icono y genera balance en los pesos.

Open Sans

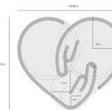
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 _.:()#"\$%&/

Manual de marca



Relación de medida "x" entre isotipo y logotipo

Al tratarse de un imagotipo, es importante respetar el espacio que debe existir entre el icono y el signo tipográfico. El espacio se ha trabajado a partir de la medida X del icono y se han establecido



Asociación
Misioneros de
la Misericordia

Manual de marca



Usos incorrectos de la estructura

El islogotipo tiene ciertas medidas y proporciones, las cuales fueron determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. Por ningún motivo puede cambiarse las medidas, proporciones, color o forma; es incorrecto.



Deformación



Espado incorrecto



Rotación



Reflejo



Cambio en la proporción



Cambio en la proporción

Manual de marca



Tipografía Corporativa

La tipografía corporativa es la familia Open Sans, sin modificaciones. Es una tipografía sans serif de uso comercial gratuita de Google Fonts.

La tipografía Open Sans, es gratuita y se puede encontrar en: <https://fonts.google.com/specimen/Open+Sans?query=open&styles>

Asociación
**Misioneros de
la Misericordia**

Open Sans
Regular

Open Sans
Bold

Manual de marca



Colores de la marca



Midnight Green Eagle Green
Hexadecimal: #084b62
Pantone: PMS 316 C
RGB: 8, 75, 98
CMYK: 92, 23, 0, 62



French Blue
Hexadecimal: #1c75bc
Pantone: 18-4140 TPG
RGB: 28, 117, 188
CMYK: 85, 38, 0, 26



Selective Yellow
Hexadecimal: #fab512
Pantone: 7408 C
RGB: 250, 181, 18
CMYK: 0, 28, 93, 2

Manual de marca



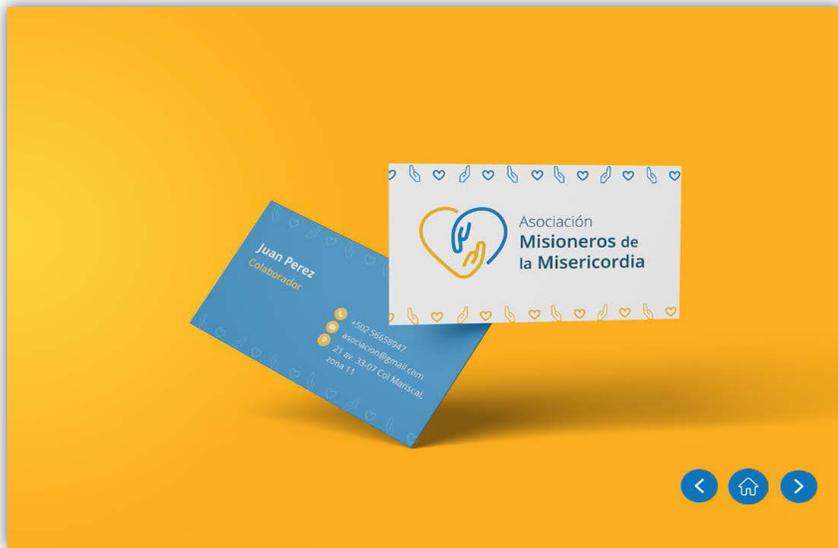
Piezas de la marca

Tarjeta de presentación

Soporte: Husky cover 10 gms.
 Dimensiones: 3x2,5"
 Posición de formato: Horizontal.
 Imagen tipo: Se posiciona de acuerdo a la relación con medidas establecidas.
 Tipografía corporativa: Oper Sans Bold, 12 pts.
 Tipografía secundaria: Oper Sans regular, 10 pts.

Manual de marca

Escala 75%



6.5 Fundamentación técnica

En este punto se fundamenta cada uno de los elementos que se utilizaron para la construcción de las piezas gráficas.

6.5.1 Formato

El formato comprendido para el Manual de Identidad Visual es de 8.26 píxeles de alto y 11.69 píxeles de ancho, es un formato digital interactivo para facilitar su uso y practicidad.



Figura 26. Formato, Laura Barillas.

6.5.2 Composición (retícula)

En cuanto a composición, el manual de identidad gráfica se diseñó con una retícula modular. Se escogió este tipo de retícula ya que se usa para proyectos de mayor complejidad, contienen módulos verticales u horizontales y cada módulo contiene una porción de información.

«Cuando usas una retícula modular las páginas lucen bien estructuradas, uniformes, coherentes, estéticas, armónicas y ordenadas.»

La retícula del proyecto está compuesta de 4 columnas y 4 filas para distribuir los elementos y facilitar la legibilidad, en ella se puede jugar con la distribución de contenido y las fotografías.

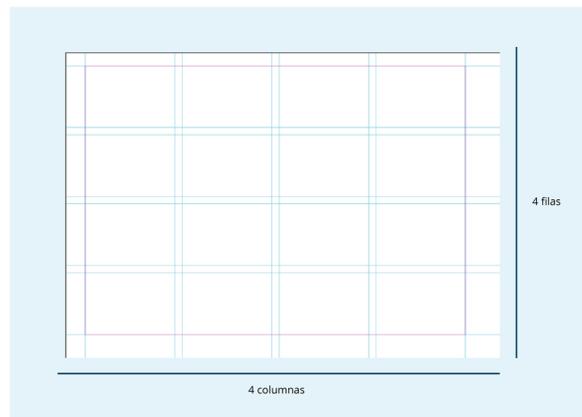


Figura 27: Composición, Laura Barillas.

6.5.3 Código cromático

Se pensó en utilizar una paleta cromática de colores primarios pero luego de las validaciones se consideró que no reflejaba el concepto, por lo tanto, se cambió. La paleta cromática elegida consta de 2 colores primarios los cuales son el azul y el amarillo, además de un contraste para uso de las 3 tonalidades el cual es un azul turquesa oscuro.

El color azul es el color divino, el color de las buenas cualidades, además refleja confianza y en tonos claros, el azul refleja generosidad. Por el otro lado, el color amarillo al ser el color del sol, refleja optimismo y nuevas oportunidades. Son características que reflejan a la asociación y los servicios que realiza. Para medios digitales los sistemas de color son RGB y Hexadecimal para medios impresos el CMYK y el sistema de colores PANTONE®.



Figura 28: Código cromático, Laura Barillas

6.5.4 Código tipográfico

Se pensó en utilizar una tipografía Serif pero tomando en cuenta los comentarios en las validaciones se consideró cambiarla por una Sans Serif y así darle un toque moderno y legible a los materiales gráficos.

Open Sans

Es una tipografía Sans Serif Humanista, diseñada por Steve Matteson, Director de Ascender Corp. Open Sans fue diseñado con un énfasis vertical, formas abiertas y una apariencia neutral pero amigable. Fue optimizado para interfaces impresas, web y móviles, y tiene excelentes características de legibilidad en sus formas de letras.

Se utilizó esta tipografía debido a su apariencia moderna y minimalista, dando un aspecto moderno a los textos. La fuente se puede encontrar en Google Fonts, es gratuita por lo tanto la hace accesible.



Figura 29: Código tipográfico, Laura Barillas

6.5.5 Código icono/visual

Imagotipo

Se realizó un imagotipo para la imagen institucional de la asociación. Es un imagotipo compuesto por un isotipo y logotipo (aspecto tipográfico). Se buscó representar de forma simple los términos que identifican a la asociación, servicio y amor. Se buscó unir los dos elementos por medio de interrelación de formas (Nueva York: Van Nostrand Reinhold,1993). Se realizó un isotipo que a través de una sola figura forma un corazón y lo rodean dos manos que representan el servicio.

Estos elementos visuales acompañarán a la identidad visual, como parte de la línea gráfica. Como elemento visual se diseña un patrón, se realizaron propuestas tomando como referencia el corazón y las manos. Se distribuyen los elementos en repetición con una estructura formal, los iconos son sencillos y legibles esto para no caer en peso visual al momento de unirlos con el imagotipo.



Figura 30: Imagotipo AMI, Laura Barillas

Fotografía

Se utilizaron fotografías en primer plano, esto para presentar a los personajes y generar mayor impacto y fidelidad. Las fotografías son de uso informativo y para crear empatía con los usuarios. Las fotografías pueden reflejar acciones, expresiones y contextos, pueden ser de retratos o de lugares.



Figura 31: Fotografía internos, Laura Barillas

6.5.3 Código lingüístico

- **Religión:** La asociación Misioneros de la Misericordia es una asociación católica, por lo tanto es una asociación que abarca y ofrece servicios religiosos.
- **Caridad:** Ayudar a los más vulnerables, dándoles mejores oportunidades y una vida digna.

6.6 Lineamientos para la puesta en práctica

6.6.1 Imagen institucional y manual de identidad gráfico

En este apartado se brindará los lineamientos para el correcto uso del material gráfico diseñado. Se realiza con el objetivo de facilitar el uso del material con la información brindada.



6.7.1.1 Componentes del proyecto

- Manual de identidad
- Archivo Adobe InDesign (.indd)
- Archivo IDML (.idml)
- Carpeta de Links (Recursos incrustados)
- Carpeta de fuentes utilizadas
- PDF Interactivo



6.7.1.2 Editables y Plantillas

- Imagotipo.ai
- Versiones del imagotipo.ai
- Hoja membretada.ai
- Carné de identificación.ai
- Firma digital.ai
- Gafete.ai
- Sobre carta.ai
- Bifoliar.ai
- Muppi.ai
- Prototipo web.fig
- Plantilla Post Facebook.ai
- Presentación power point.ai
- Archivo IDML (.idml)
- Carpeta de Links (Recursos incrustados)
- Carpeta de fuentes utilizadas
- PDF Interactivo

6.6.2 Especificaciones técnicas



Los archivos editables (.indd) y (.idml) son elementos que se abren directamente en Adobe InDesign. El archivo (.idml) permite abrir una versión posterior del programa.



Para abrir el documento interactivo se debe ejecutar en Adobe Acrobat Reader o en motores de búsqueda, como Firefox o Google Chrome.



Los archivos editables (.ai) corresponden a un formato editable en Adobe Illustrator, programa especial para vectorizar.



Al ser un archivo digital se puede compartir por medio de correo electrónico, redes sociales, etc.



Si se desea imprimir para poder archivarlo como parte de la documentación del proyecto realizado, lo podrá hacer en un formato tamaño A4 (11.69 x 8.27 pulgadas) horizontal.



Para visualizar las plantillas, deberán hacerlo desde el programa de diseño según sea el caso.

6.

.

6.7 Aporte económico del estudiante

El presente Proyecto representa el aporte del Epesista Laura Barillas, para la institución a través de la elaboración del proyecto de Graduación.

Recursos	Costo
Costos fijos	Q1,197.79
Agua	Q 138.89
Luz	Q 208.33
Internet	Q367.22
Software	Q450.00
Costos variables	Q 1220.00
Transporte	Q800.00
Útiles de oficina	Q400.00
Impresiones	Q20.00
Proceso de diseño	Q42,840.18
Proceso de investigación y diagnóstico	Q2,406.00
Redacción de protocolo	Q3,000.00
Plan Operativo	Q1,000.62
Elaboración de brief de diseño	Q 3438.00
Proceso de conceptualización	Q885.63
Bocetaje imagotipo	Q 1719.00
Digitalización Manual de identidad y las piezas gráficas	Q 9,901.44
Prototipo página web (proyecto B)	Q 11,821.84
Validación (3 niveles)	Q 1210.17
Elaboración de propuesta final de diseño de Manual de identidad	Q 3,300.48
Diseño de aplicaciones para medios impresos y digitales	Q 4157.00
Depreciación del equipo	Q432.64
Computadora	Q204.21
Monitor	Q228.42
Honorarios del diseñador	Q17,150.00
Honorarios	Q 17,150.00
Subtotal	Q62,840.61
Impuestos	Q 9679.21
IVA (12% sobre el total)	Q 6,832.38
ISR (5% sobre el total)	Q 2,846.8
TOTAL	Q 72,519.82

¿ POR
QUÉ **?**

07

**SÍN
TE
SIS**

- 7.1 Conclusiones
- 7.2 Recomendaciones
- 7.3 Lecciones aprendidas

07 Síntesis del proceso

SINTEISIS

DEL

En el capítulo anterior, se evidenciaron los tres niveles de visualización del proyecto, también se presentó la fundamentación de cada uno de los elementos como los lineamientos para la puesta en práctica y el aporte económico del estudiante. En este capítulo se detallan las lecciones aprendidas, las conclusiones y las recomendaciones en la ejecución del proyecto.

PROCES

7.1 Conclusiones

- El diagnóstico previamente realizado brindó la información necesaria para desarrollar una estrategia de comunicación visual que contribuya con cumplir los objetivos de la Asociación Misioneros de la Misericordia.
- A través del diseño de imagen institucional se desarrollaron materiales que servirán para informar y facilitar la comunicación entre la asociación y el grupo objetivo, como también generar confianza e incrementar participantes dentro de sus actividades.
- Los materiales diseñados permiten brindar lineamientos y facilitar el correcto uso de las piezas de diseño como fortalecer la imagen institucional de AMI.

7.2 Recomendaciones

a) A la institución

- Cuando se coordina una reunión, planear todo con anterioridad, tener listo el material y la información para el estudiante y mantener al tanto a las personas de la institución, para no generar contratiempos al estudiante y provocar retrasos en las entregas.
- Brindar y facilitar la información necesaria al estudiante en el tiempo coordinado.

b) A la Escuela de Diseño Gráfico

- Procurar que en Proyecto de Graduación 1 se logre completar el desarrollo del protocolo, de manera que se eviten retrasos en el curso Proyecto de graduación 2.

c) A los futuros estudiantes de proyecto de graduación

- Organizar el tiempo para cada actividad y así evitar retrasos en las entregas.
- Mantener una constante comunicación con los asesores y presentar avances para tener una retroalimentación.
- Buscar fuentes bibliográficas confiables y profesionales y utilizarlas para cada etapa del proceso de desarrollo.

7.3 Lecciones aprendidas

- La comunicación constante con los miembros de la institución facilitará el proceso del proyecto, evitando así malos entendidos y retrasos en las entregas.
- Para cumplir con todo lo previsto es necesario administrar y organizar el tiempo y así evitar incumplimientos en las entregas .
- Una previa investigación brinda las pautas para generar un insights y un concepto en base al grupo objetivo.
- Tener retroalimentaciones de profesionales con experiencia en el tema, esto para validar la propuesta y generar un proyecto funcional.

7.4 Referencias

- Borrayo, Candy. 2013. La responsabilidad social del diseñador gráfico y su influencia en la sociedad a través de la educación superior en Guatemala". Tesis Doctoral. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala. http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3546.pdf.
- Company Pérez, Olga. 2016. Diseño gráfico y arte. España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Cortázar, Rocío. 2021. "Blog Acumbamail - Manual de identidad visual o marca: ¿necesitas uno?" Acumbamail. <https://acumbamail.com/blog/manual-identidad-visual/>.
- Estrella Sweeney, Felipe. n.d. "¿Marca, logotipo, imagotipo...? El problema de la terminología en la definición de conceptos en el diseño gráfico." Accessed octubre 18, 2022. <http://www.uvmnet.edu/investigacion/episteme/numero4-05/>.
- Gamonal Arroyo, Roberto, y Francisco García García. 2015. "La capacidad discursiva del diseño gráfico Arte, Individuo y Sociedad." 9-24. Vol. 27. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- González Ariano, Jennifer A. 2015. Causas de la indigencia en el adulto mayor que recibe atención en el hogar Nuestra Señora de Guadalupe, Tesis Doctoral. Universidad San Carlos de Guatemala ed. Guatemala: n.p.
- "Guatemala Panorama general." 2023. Banco Mundial. <http://www.bancomundial.org/es/country/guatemala/overview>.
- Leal Rivera, Claudia A. 2006. El aporte de Adolfo Nathan al diseño gráfico en Guatemala. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesis/lote01/Leal-Claudia.pdf>.
- Losada, Helena. 2020. "¿Qué es un Manual de Identidad Visual Corporativa? - Helena Losada ®." Helena Losada Branding y diseño de logotipos. <https://helenalosada.es/que-es-un-manual-de-identidad-visual-corporativa/>.
- Marcos, Luis M. 2013. "Envejecimiento y pobreza: vinculaciones y soluciones propuestas." In International Journal of Developmental and Educational Psychology, 271-285. Vol. 2.

- Morales de Díaz, Sonia Z. 2009. La exclusión social del adulto mayor en los servicios de salud de Guatemala, Tesis Doctoral. Universidad San Carlos de Guatemala ed. Guatemala: n.p.
- "Municipio de Villa Canales." n.d. Municipalidad de Villa Canales. Acceso agosto 13, 2022. <http://mvc.gob.gt/municipio-de-villa-canales/>.
- Peréz León, José A. 2007. "Política social, pobreza y focalización." *Teoría y Praxis*, no. 4, 9-22. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456145112002>.
- Quintanar Guzmán, Annali. 2010. Análisis de la calidad de vida en adultos mayores del municipio de Tetepango, Hidalgo: a través del instrumento WHOQOL-BREF". Tesis Doctoral. Universidad Autónoma del estado de Hidalgo, ed.
- Vázquez, Jesús. 2022. "Por qué tu ONG necesita una guía de identidad visual - Materia Gris." *Materia Gris*. <https://www.materiagris.es/por-que-tu-ong-necesita-una-guia-de-identidad-visual/>.

08

ANE

XOS

- Anexo 1. Mapa de Empatía**
- Anexo 2. SPICE & POEMS**
- Anexo 3. Autoevaluación**
- Anexo 4. Validación con expertos**
- Anexo 5. Validación con institución y grupo objetivo**

08 Anexos

Anexo 1. Mapa de empatía

Mapa de empatía	
¿Qué oye?	¿Qué dice y hace?
<p>Algunos de ellos cuentan con una radio y por medio de allí escuchan las noticias y alguna música. A la mayoría de ellos al ser de mayor edad les gusta la música de varios años atrás.</p>	<p>Muchos de ellos salen a pedir limosna para lograr sobrevivir , otros trabajan en el área rural pero con un pago mínimo siendo explotados laboralmente. Les gusta contar anécdotas de su pasado.</p>
¿Qué piensa y siente?	¿Qué ve?
<p>La mayoría del tiempo están tristes y deprimidos por la falta de dinero. Viven con el miedo de si sobrevivirán el día de mañana. Algunos de ellos piensan que ese estilo de vida es el que siempre tendrán y nunca cambiará. La falta de ingresos combinada con los precios de los productos básicos generan preocupación.</p>	<p>Al no contar con accesibilidad a internet no ven televisión o algún dispositivo. Muy pocos de ellos cuentan con un celular pero de baja gama.</p>

Anexo 2. SPICE & POEMS

S	Necesita apoyo económico, una vivienda y seguridad. Si la edad lo permite necesita una oportunidad de empleo . También muchos de ellos necesitan una familia.
p	Se prepara y organiza para poder alimentarse día a día. No tiene metas planteadas en sí.
i	Es una persona que a pesar de no tener nada trata de ser feliz. Trata de compartir si es necesario . Se preocupa por los demás y son sobreprotectores.
c	Necesita estar enterado de lo que pasa a su alrededor, es una persona que no le importa desenvolverse con tal de pedir ayuda.
e	Necesita paz, tranquilidad, seguridad y una familia. Necesita relacionarse con personas y sentir ese compañerismo y apoyo.

p	Personas de escasos recursos. Donantes, voluntarios de la institución , personas que visitan la institución.
O	Viviendas, herramientas para trabajar, papelería informativa, publicidad.
e	En la institución, en lugares públicos, en algunas vallas pequeñas.
m	Afiches volantes, publicaciones en redes sociales, televisión y radio.
S	Capacitación para los jóvenes, cursos para entrenar a las personas mayores, conferencias, testimoniales.

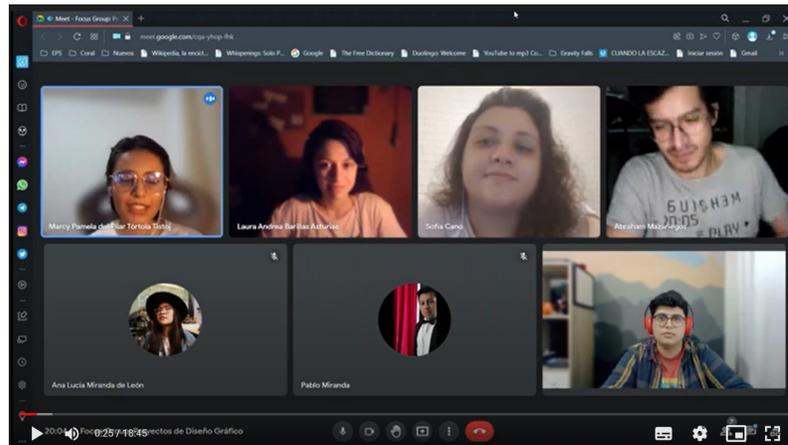
Anexo 3. Autoevaluación



AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.		PROPUESTAS GRÁFICAS		
		1	2	3
ASPECTO A EVALUAR				
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.	4	3	3
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.	4	4	2
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.	4	3	4
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.	5	4	3
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.	4	3	2
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.	4	3	3
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.	5	3	2
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.	5	2	3
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.	5	3	4
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la Institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.	3	4	3
TOTAL		43	32	29

Anexo 4. Validación con expertos




Validación con Diseñadores

Como parte del proyecto de graduación, los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizan un aporte al sector del país, brindando propuestas de solución a problemáticas de comunicación visual en Organizaciones sin fines de lucro.

laurabasturias98@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Como parte del proyecto de graduación, los estudiantes de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, realizan un aporte al sector del país, brindando propuestas de solución a problemáticas de comunicación visual en Organizaciones sin fines de lucro.

La Asociación Misioneros de la Misericordia es una institución que se encarga de brindar alimentación, hogar y dignidad a las personas más vulnerables del país, en este caso a las personas de la tercera edad. El grupo objetivo a quien está dirigido el material es a hombres y mujeres de 60 años en adelante que viven en condiciones de riesgo y desigualdad.

Debido a que es una asociación nueva, no posee una identidad visual definida, que responda a las necesidades institucionales y de comunicación.

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

Nombre y Apellido *

Tu respuesta _____

Lugar donde labora *

Tu respuesta _____



Imagotipo

Asociación Misioneros de la Misericordia

Concepto creativo: La edad no los hace invisibles

¿La marca gráfica refleja el concepto creativo? *

Sí

No

La jerarquía del color es *

Pertinente

Necesita más aplicación de color

Necesita menos color

Otros: _____

La distribución de los elementos genera *

Orden

Desorden

Confusión

La tipografía se asocia con *

Anexo 5. Validación con institución y Grupo objetivo

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Lesni Somara Barrios y Barrios Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

1. El imagotipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternalidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Difícil de leer
 - c. Confuso
3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores

4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____

5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: Se podría colocar unas manos más definidas


Firma Encuestado

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Oscar Ovedio Gomez Talento Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

1. El imagotipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternalidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Difícil de leer
 - c. Confuso
3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores

4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____

5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: _____


Firma Encuestado

Validación Grupo Objetivo

Nombre: _____ Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

- 1. El imagotipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
- 2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Difícil de leer
 - c. Confuso
- 3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores
- 4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____
- 5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: Exdente


Firma Encuestado

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Vilma Camero Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

- 1. El imagotipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
- 2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Difícil de leer
 - c. Confuso
- 3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores
- 4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____
- 5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: _____

Firma Encuestado
Vilma Camero

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Rita Eliza Solón Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

- 1. El imagotipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
- 2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Difícil de leer
 - c. Confuso
- 3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores
- 4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____
- 5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: _____


Firma Encuestado

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Jessica Davila Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

- 1. El imagotipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
- 2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Difícil de leer
 - c. Confuso
- 3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores
- 4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____
- 5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: _____


Firma Encuestado

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Jaime Daniel Morcoy Sobro Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

1. El imatogitipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Díficil de leer
 - c. Confuso
3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores
4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____
5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: Para mi es una buena forma de seguir en el amor al prójimo y que es necesario y seguir siguiendo con amor.


Firma Encuestado

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Melvin Anibal Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

1. El imatogitipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Díficil de leer
 - c. Confuso
3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores
4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____
5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: _____

Firma Encuestado
Melvin Anibal

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Guabloré Delgado Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

1. El imatogitipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Díficil de leer
 - c. Confuso
3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores
4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____
5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: Amor


Firma Encuestado

Validación Grupo Objetivo

Nombre: Walter Osellona Dávila Área: _____

El objetivo de la siguiente encuesta es validar la interpretación se desarrolló en conjunto con el diseño de a imagen institucional.

1. El imatogitipo lo asocia con
 - a. Servicio, amor, solidaridad.
 - b. Paciencia, Fraternidad, Compasión
 - c. Compañerismo, Fe, Pasión
2. El tipo de letra utilizado en el logotipo es :
 - a. Fácil de leer
 - b. Díficil de leer
 - c. Confuso
3. Los colores aplicados se asocian con:
 - a. Seguridad, confianza, optimismo
 - b. Espiritualidad, fraternidad, Servicio
 - c. Fuerza, movimiento, energía
 - d. Ninguna de las anteriores
4. El símbolo es:
 - a. Original y Legible
 - b. Común y Confuso
 - c. Otro: _____
5. El tamaño de la letra
 - a. Son correctos para facilitar la lectura
 - b. Generan ruido visual (Desorden)
 - c. No es correcto para facilitar la lectura

Comentarios: _____


Firma Encuestado

Lilian Patricia Guzmán Ramírez

Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 20 de septiembre de 2023

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

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación titulado: **"Diseño de imagen institucional para comunicar y generar notoriedad en beneficio a la Asociación Misioneros de la misericordia de Guatemala"** de la estudiante **Laura Andrea Barillas Asturias** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, carné universitario **201803918**, previamente a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de licenciatura.

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

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

Lilian Patricia Guzmán Ramírez

Licenciada en Letras

Colegiada 7596

Lilian Patricia Guzmán Ramírez
LCDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596



“Diseño de imagen institucional para comunicar y generar notoriedad en beneficio a la asociación Misioneros de la Misericordia”
Proyecto de Graduación desarrollado por:

Laura Andrea Barillas Asturias

Asesorado por:

MSc. Lic. Luis Gustavo Jurado Duarte

MSc. Lic. Carlos Enrique Franco Roldán

MSc. Lcdá. Claudia Cristina Carpio

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Sergio Castillo Bonini
Decano

