



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



Escuela de  
**Diseño Gráfico**  
**Arquitectura**



 **SEMILLA DE**  
**ESPERANZA Y AMOR**  
**IMAGEN INSTITUCIONAL FEBRERO 2013**

Presentado por: Jimmy Emanuel Ramírez Núñez para optar por el título de Licenciado en Diseño Gráfico, egresado de la facultad de Arquitectura de la universidad de San Carlos.



# SEMILLA DE ESPERANZA Y AMOR

## IMAGEN INSTITUCIONAL

---

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

Autor: Jimmy Emanuel Ramírez Núñez  
Carné 200410633  
Diseñador Gráfico con énfasis Multimedia

# ***NÓMINA DE AUTORIDADES***

## ***JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA***

Decano Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Vocal I Arqta. Gloria Ruth Lara de Corea  
Vocal II Arq. Edgar Armando López Pazos  
Vocal III Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras  
Vocal IV Br. Jairon Daniel Del Cid Rendón  
Vocal V Br. Carlos Raúl Prado Vides  
Secretario Arq. Alejandro Muñoz Calderón

## ***TRIBUNA EXAMINADORA***

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo, Decano  
Lic. Víctor Pacheco, Asesor Metodológico  
Lic. Guillermo García Letona, Asesor Gráfico  
Licda. Emperatriz Pérez, Asesor Especialista  
Arq. Alejandro Muñoz Calderón, Secretario

# *Agradecimientos*

Doy gracias, primeramente, a la fuerza creadora, al Alfa y Omega, por permitirme llegar hasta este punto de mi vida profesional; a mis padres por apoyarme en mis estudios y a todos aquellos compañeros y amigos que, de algún modo, fueron piezas fundamentales en mi progreso. A la Asociación Casasito por el gran apoyo en la realización de mi proyecto y a la Institución Semilla de Esperanza y Amor y a todos aquellos catedráticos que dejaron huella en mis pensamientos, conocimientos e ideales.

# Indice

09	<i>Presentación</i>
11	<b>CAPÍTULO 1</b>
13	<i>Introducción</i>
14	<i>Antecedentes</i>
15	<i>Problemática</i>
16	<i>Objetivos</i>
17	<i>Justificación</i>
19	<b>CAPÍTULO 2</b>
21	<i>Perfil de la organización</i>
24	<i>Grupo objetivo</i>
25	<b>CAPÍTULO 3</b>
27	<i>Conceptos fundamentales</i>
30	<i>Importancia del diseño gráfico en la educación</i>
32	<i>Concepto creativo</i>
35	<i>Bocetaje y diseño</i>
43	<b>CAPÍTULO 4</b>
45	<i>Comprobación</i>
50	<i>Propuesta gráfica</i>
52	<i>Conclusiones</i>
53	<i>Recomendaciones</i>
68	<i>Lineamientos</i>
71	<i>Bibliografía</i>
73	<i>Glosario</i>
75	<b>ANEXOS</b>

# Presentación

En el siguiente proyecto se plantea la solución a un problema de comunicación visual, perteneciente a la institución Semilla de Esperanza y Amor, institución no gubernamental que no cuenta con ingresos económicos fijos. Es sostenida por medio de donaciones, pero no posee una imagen institucional. Esto ha impedido a la institución el posicionamiento de una marca, lo que ha provocado que muchos posibles donadores no estén enterados de la existencia de la misma y no puedan brindar aportes económicos. Esto último se ha tomado como punto de partida de una problemática. Para resolverla se desarrolla una imagen institucional para crear una imagen reconocible y memorable de la institución como un aporte positivo en la solución del problema.

La institución Semilla de Esperanza y Amor es una institución no lucrativa que ayuda a niños de escasos recursos en su educación y también en su alimentación diaria. No cuenta con un sistema de ingresos más que el de las donaciones, que son mediadas por la Asociación Casasito la cual se encarga de conseguir la ayuda para poder así, apoyar a dicha fundación actuando como una institución madre que facilita y coordina a Semillas de Esperanza y Amor.

# Capítulo 01



## Introducción

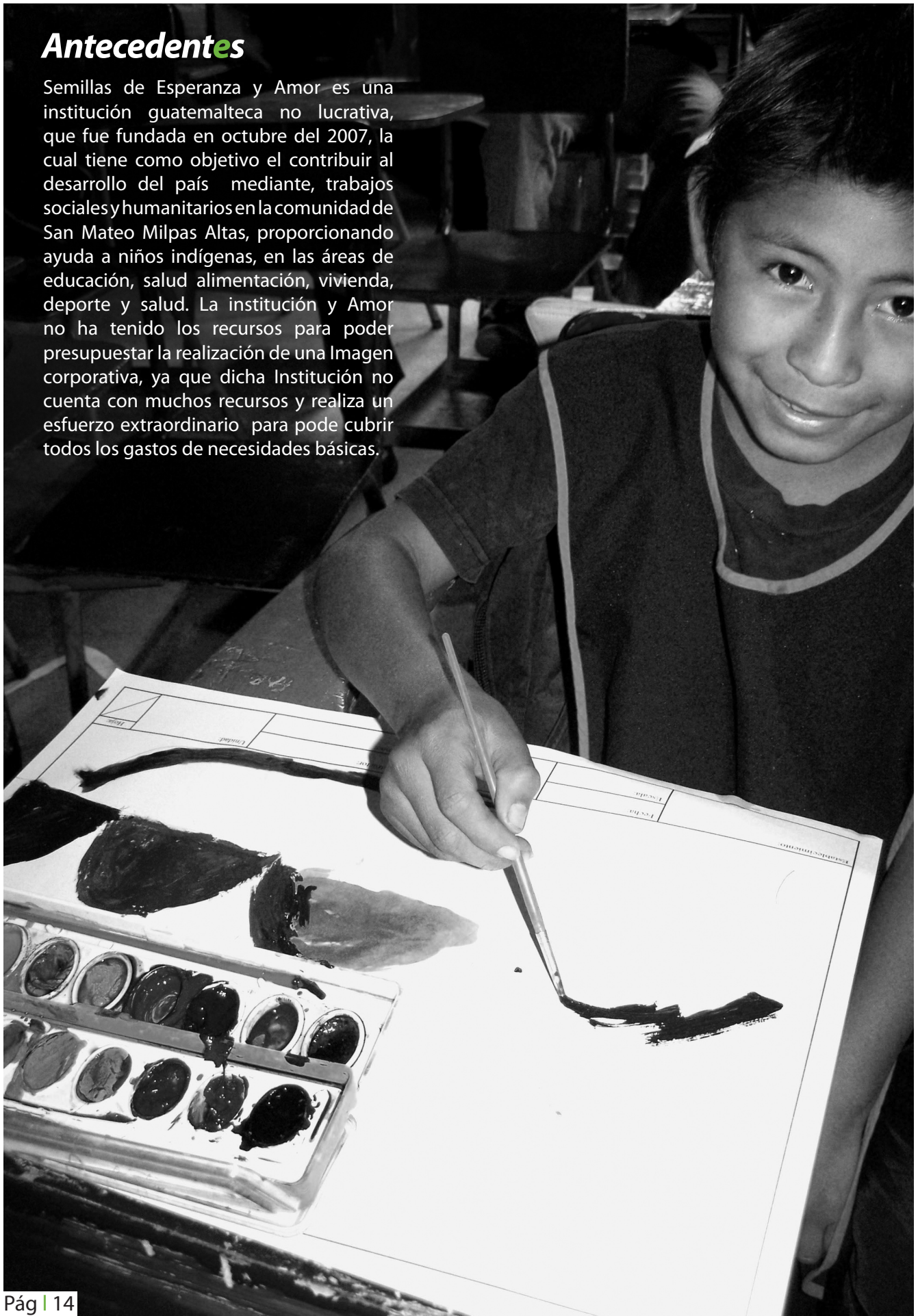
Semilla de Esperanza y Amor es una institución relativamente nueva, de escasos recursos la cual no cuenta con una imagen institucional que la haga reconocible, ni material gráfico que le permita informar de sus existencia, naturaleza y actividades. Esto ha causado varias dificultades para poder percibir más ingresos puesto que los donadores potenciales que podría tener la institución, no están informados de la existencia de la misma, la creación de una imagen corporativa es una necesidad primordial que debe ser satisfecha.





## Antecedentes

Semillas de Esperanza y Amor es una institución guatemalteca no lucrativa, que fue fundada en octubre del 2007, la cual tiene como objetivo el contribuir al desarrollo del país mediante trabajos sociales y humanitarios en la comunidad de San Mateo Milpas Altas, proporcionando ayuda a niños indígenas, en las áreas de educación, salud alimentación, vivienda, deporte y salud. La institución y Amor no ha tenido los recursos para poder presupuestar la realización de una Imagen corporativa, ya que dicha Institución no cuenta con muchos recursos y realiza un esfuerzo extraordinario para poder cubrir todos los gastos de necesidades básicas.





## **Problemática**

Semilla de Esperanza y Amor no ha tenido un tratamiento de imagen institucional de un modo adecuado, por lo tanto no ha generado un posicionamiento de marca en la población guatemalteca. También no cuenta con material gráfico impreso y audiovisual adecuados para poder divulgar las actividades a las cuales se dedica y los servicios que presta. No ser conocida por los posibles beneficiados ni por benefactores, lo que reduce las posibilidades de poder recibir ayudas monetarias, para seguir funcionando, puesto que la institución necesita de donaciones para poder sostenerse y seguir en funcionamiento. Con la realización de la imagen corporativa, se tiene la expectativa de poder crear una imagen gráfica que pueda ser utilizada por la institución para lograr posicionarse como una marca, y así poder ser reconocida por posibles donadores, patrocinadores y toda persona que tenga el deseo de ayudar.

## General

Diseñar la imagen institucional para la fundación Semillas de Esperanza y Amor.

## Específico

*Diseñar un logotipo simple y fácil de reconocer que refleje la naturaleza de la institución.*

*Crear un manual de normas gráficas para la correcta aplicación de la marca Semilla de Esperanza y Amor.*

*Fundamentar una línea gráfica aplicable que siga la imagen de marca establecida en el manual de imagen corporativa.*

*Diseñar material gráfico, impreso y multimedia, para ser utilizado por la institución.*

*Exponer la importancia del diseño gráfico en la educación, por medio de diferentes técnicas y estrategias, que faciliten el proceso de enseñanza aprendizaje.*



## Justificación



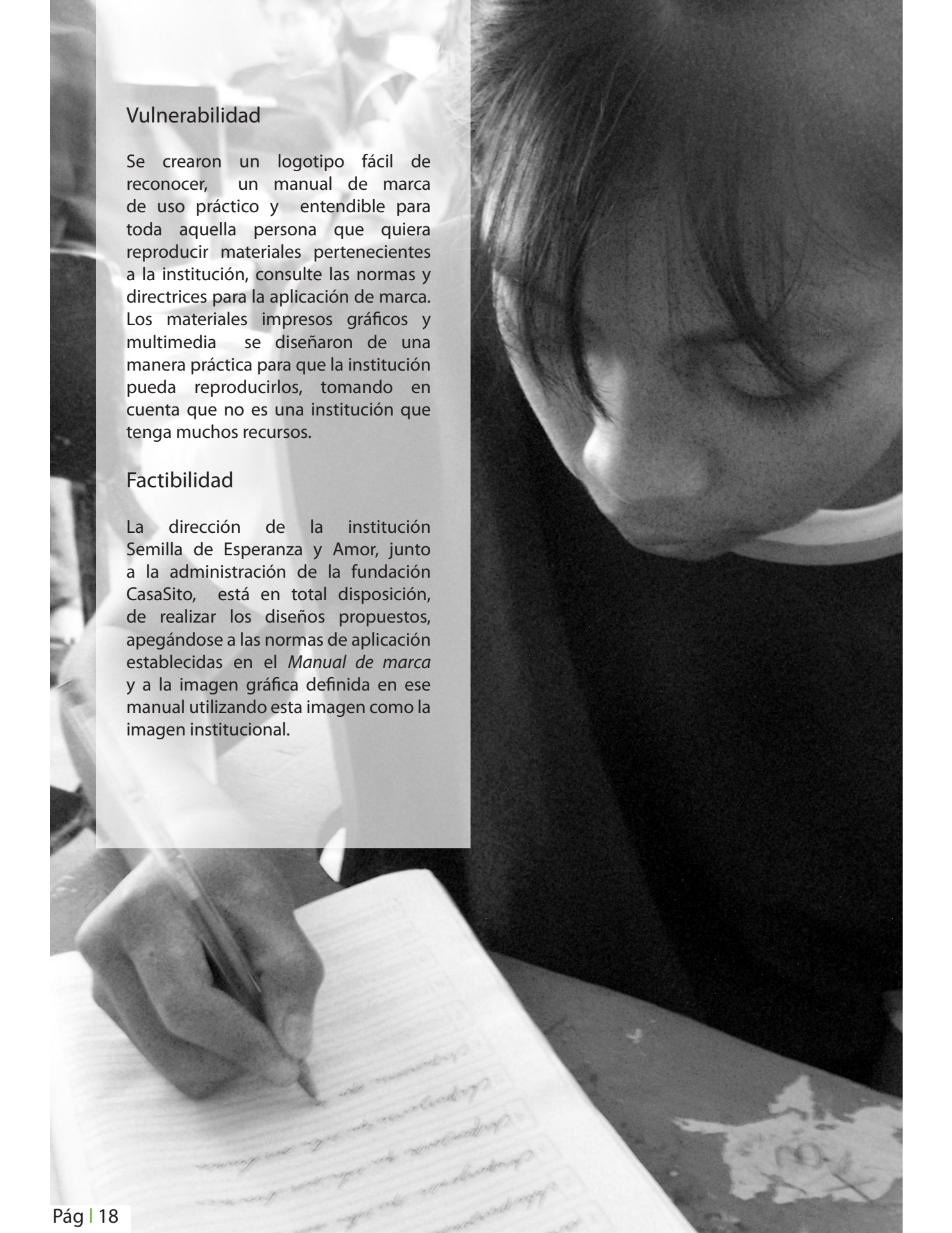
### Magnitud

Semilla de Esperanza y Amor da reforzamiento a 93 niños de la escuela pública de la comunidad, clases de mecanografía a 9 niños, inglés a 93 niños, computación a 20 niños y apoyo a 9 jóvenes que están becados, 9 madres visitan las clases de alfabetización y se enseña corte y confección a 6 madres. Esta es una cantidad considerable de la población beneficiada por las actividades realizadas por la institución, sin ningún costo.

### Trascendencia

Semilla de Esperanza y Amor no ha tenido un tratamiento de imagen institucional ni material gráfico adecuado. A causa de esto, muchas instituciones que pueden ser benefactoras de las mismas no estén enteradas de su existencia. Por eso, no ha logrado recibir más ingresos para solventar los gastos, en salud, alimentación y educación a niños de escasos recursos de la aldea San Mateo Milpas Altas, y así poder brindarles un mejor nivel de vida.





## Vulnerabilidad

Se crearon un logotipo fácil de reconocer, un manual de marca de uso práctico y entendible para toda aquella persona que quiera reproducir materiales pertenecientes a la institución, consulte las normas y directrices para la aplicación de marca. Los materiales impresos gráficos y multimedia se diseñaron de una manera práctica para que la institución pueda reproducirlos, tomando en cuenta que no es una institución que tenga muchos recursos.

## Factibilidad

La dirección de la institución Semilla de Esperanza y Amor, junto a la administración de la fundación CasaSito, está en total disposición, de realizar los diseños propuestos, apegándose a las normas de aplicación establecidas en el *Manual de marca* y a la imagen gráfica definida en ese manual utilizando esta imagen como la imagen institucional.

# Capítulo 02



## Perfil de la organización



### Registro Legal:

Resolución No: 2008-03-03-00002  
Oficina: San Mateo Milpas Atlas enfrente del  
Parque Central  
Teléfonos: (+502) 5043-1652

### Misión y visión:

Creemos que educación, salud, alimentación equilibrada y una vivienda segura es la base de un desarrollo con un mejor patrón de valores humanos.

La Institución tiene por objetivo primordial contribuir al desarrollo del país y de su población, no importando raza, sexo, religión o estatus social. Proporciona crecimiento a los beneficiados en áreas como: educación, salud, alimentación y vivienda. Los aspectos en los cuales Semilla de Esperanza y Amor ayuda a la comunidad son los siguientes:

### **Educación:**

Se da reforzamiento a 93 niños de la escuela pública de la comunidad, clases de mecanografía a 9; inglés; a 93; computación, a 20; y apoyo a 9 jóvenes que están becados. 9 madres visitan las clases de alfabetización y se enseña corte y confección a 6 de ellas.

### **Alimentación:**

Se le proporciona alimentación a los niños para que, teniendo una buena nutrición, sean capaces de resistir alguna enfermedad en su futuro.

### **Miniguardería:**

Con la miniguardería, se les da oportunidad a las madres a que salgan a trabajar, cuidando de sus hijos mientras ellas puede ser económicamente productivas.

### **Vivienda:**

Se trabaja con 27 familias cuya situación de vida no da ninguna oportunidad para desarrollar hacia el progreso. Para que en un futuro se puedan mejorar sus niveles de vida se trabaja en la construcción de viviendas y se buscan donaciones de mobiliario y utensilios.

### **Deporte y salud:**

Se insita a los niños y adolescentes a practicar deportes, como un medio de tenerlos alejados de las pandillas y la delincuencia, respecto a salud, se trazó un plan a futuro para poder atender áreas de neumología, odontología, pediatría, oftalmología y dermatología.







### **Sistema de trabajo:**

Se trabajan dos jornadas. Por la mañana, de 9:00 a 12:00 h, con la participación de 35 niños entre las edades de 8 y 14 años. Se trabajan áreas de reforzamiento, del idioma inglés; se da almuerzo de 11:30 p.m. a 1:30 p.m. a los niños de las dos jornadas. En la tarde, de 1:30 p.m. a 6:00 p.m. con la participación de 68 niños entre las edades de 2 y 14 años, divididos en cuatro grupos de diferentes niveles de estudio. Se tiene diferentes actividades recreativas: deporte, arte plásticas manualidades, cocina y elaboración de collares.

Semilla de Esperanza y Amor es apoyada por otras instituciones que se dedican a ayudar a niños de escasos recursos. Entre estas están: Los Patojos la cual les ayuda, en gran parte, con los víveres y alimentos que sirven para preparar las comidas que se le reparten a los niños. Esta la fundación Semilla de Esperanza y Amor la cual ayuda económicamente y también contribuye en el reclutamiento de voluntarios.

También recibe el apoyo económico de parte de otras Instituciones.

La aldea San Mateo Milpas Altas, Sacatepéquez en donde se encuentra la fundación tiene las siguientes características:

- Población, mayormente, de personas indígenas
- Baja escolaridad
- Religión católica
- Personas agricultoras
- Hombres y mujeres comprendidos entre los 3 y 46 años
- Ubicación: San Mateo Milpas Altas, Sacatepéquez
- Nivel socioeconómico: C y -C (clase baja)

## Grupo objetivo



### Grupo primario (Instituciones donantes)

A este grupo pertenecen instituciones nacionales y extranjeras que apoyan a instituciones no lucrativas guatemaltecas.

#### Perfil demográfico.

Instituciones nacionales localizadas en Guatemala e instituciones extranjeras que realizan donaciones a instituciones de escasos recursos, las cuales destinan ayuda a personas necesitadas dentro de la República de Guatemala, sin fines de lucro.

#### Perfil psicográfico.

Son instituciones económicamente pudientes que pueden brindar ayuda a otras instituciones que no tienen tantas posibilidades económicas para poder subsistir, instituciones que no buscan el lucro en el acto de la donación.

### Grupo secundario (Semilla de Esperanza y Amor)

A este grupo, pertenece únicamente la Institución Semilla de Esperanza y Amor ya que esta es la interesada en el producto de diseño gráfico, la cual será la encargada de darle uso y de poner en práctica el proyecto de imagen corporativa.

#### Perfil demográfico.

Instituciones no lucrativas, que obtienen ingresos por medio de donaciones de otras instituciones internacionales establecidas en Guatemala. Están en áreas vulnerables en aspecto económico educativo y de salud; se dirige por juntas directivas, trabaja con personas de escasos recursos; la mayoría de sus trabajadores tiene un perfil vocacional para el servicio dado a que los escasos recursos de la institución no le permite pagar sueldos. Realizan alianzas estratégicas con otras ONG.

#### Perfil Psicográfico.

Este tipo de instituciones procuran el bien común mediante actividades que permiten el progreso de comunidades de escasos recursos en las áreas marginales rurales. Sus fines no son lucrativos, trabajan con las comunidades a nivel de integración, compenetrándose con los habitantes en un modo más personalizado dado a que el lugar en donde están ubicadas no tiene un gran número de habitantes en comparación con las ciudades.

# Capítulo 03



# Conceptos fundamentales

La comunicación ha sido una necesidad para el hombre desde el principio de los tiempos. Este forzado a interactuar con los demás que le rodean para poder obtener algo o sencillamente transmitir una idea o bien un pensamiento, espera, a cambio, una respuesta. Todo esto para solucionar una problemática o, sencillamente, para transmitir un mensaje, que genere un impulso sobre la persona que recibe la información para luego crearse, así, el ciclo eficiente de la comunicación.

"[http://spanish.scientologyhandbook.org/sh5\\_3.htm](http://spanish.scientologyhandbook.org/sh5_3.htm)"

En la actualidad, la comunicación ha evolucionado a un nivel casi inmensurable dado a que el hombre ha cambiado sus hábitos, modales, cultura, y modo de vida, diversificando la comunicación, dependiendo del receptor, emisor, canal, emisor y demás elementos que componen la comunicación. Está entre estas nuevas formas de comunicación el diseño gráfico, el cual se puede considerar como una de las formas en que se manifiesta la comunicación es de tipo visual, la cual tiene como objetivo crear impulsos sobre la mentalidad, conducta, hábitos y de más costumbres de quien recibe el mensaje para así, generar un impulso, en su modo de vida o en preferencias. Es decir que el diseño gráfico busca persuadir a las personas a que hagan algo, crean algo o piensen en algo en específico. Así el diseño gráfico es una de las formas de comunicación, más efectivas, dado a que este busca, en su existencia y aplicación, el ser un lenguaje casi universal, tomando como punto de partida todo lo que sea visual, para transmitir una idea o un mensaje. Rivera,

lvette: 1997, pag 1, pag 5

El hombre responde al diseño gráfico dependiendo del país en donde esté, su procedencia, lenguaje natal, costumbre y demás características que hacen individuos a los seres humanos. Pero hay un punto en que todos los significados de lo aprendido convergen en una idea, es decir que si una persona de Nueva Zelanda observa un letrero que no tiene ningún tipo de rótulo escrito, solo está la imagen de una calavera, él lo asociará con peligro, muerte, precaución; al igual lo haría un habitante de Guatemala, porque estos son conocimientos que ya están arraigados en la mente de las personas. Esto hace al diseño gráfico muy eficiente, como medio de comunicación. Obviamente no se puede apartar a la comunicación de sus otras diferentes formas; las cuales pueden ser usadas como apoyo a una pieza gráfica, para reforzar el objetivo del diseño gráfico el cual es comunicar.

El diseño gráfico es aplicable en casi todas las actividades de nuestra vida, lo podemos encontrar en los cuadernos que usamos a diario. Estos tienen un diseño que alguien realizó con el fin de darle una funcionalidad y aplicación, o bien en el periódico que leemos todas las mañanas diseñado de tal manera que lo que se quiere ser comunicado llegué a nosotros tal y como fue concebido originalmente como idea, hasta el punto de llegar a ser un diseño gráfico el cual nos transmite un mensaje. Todo está rodeado de diseño, porque todo lo que tenemos a nuestro alrededor está en disposición de nuestro beneficio, pero lo único que necesitamos es saber que está allí o cómo es que se obtiene o cómo se usa. La solución a esta problemática es el diseño gráfico que genera soluciones a problemas de tipo gráfico. Pensemos en un momento que somos dueños de una gran empresa que está en su etapa de crecimiento, pero si nadie sabe que estamos en el mercado es en vano que produzcamos. Si no podemos vender, obviamente esto sería una pérdida más; sin embargo si alguien puede reconocer nuestra empresa mediante una imagen en su cabeza, un nombre o un eslogan, nuestra empresa se hace eficiente, porque ya hay un referente en la mente de las personas, de quiénes somos, y pueden relacionar la idea de lo que somos con algo que ellos pueden determinar como propio.

El diseño gráfico es muy necesario, porque propone personalidad e identidad a cosas que podrían estar en el anonimato. No podemos decir que el diseño gráfico se limita sencillamente a dar identidad a empresas, compañías o corporaciones, si no al contrario esto es solo una de las ramas en las cuales el diseño gráfico es aplicable. Pero esta es una de las partes, que tiene mucha importancia porque una entidad o corporación que no tiene nombre e imagen, con la cual las personas puedan tener un referente y saber de quién se habla al mencionar un nombre de cualquier empresa, dando así un gran aporte a la identidad y reconocimiento de una compañía para poder posicionarla. Chaves y Bellucia: 2003 Pag 25-26

Para iniciar el reconocimiento de una corporación, es necesario como base un nombre que refleje la naturaleza de la misma; luego un logotipo que acompañe al nombre de tal manera que, al ver el logotipo recordemos el nombre y, al leer el nombre o escucharlo, recordemos el logotipo. Este logotipo debe ser lo más simple en lo posible, fácil de reconocer con colores que tengan un gran impacto visual dependiendo del grupo objetivo

y de la empresa a quien se le esté desarrollando la imagen corporativa. Igualmente la tipografía por emplear en un logotipo debe ser legible y llamativa apegándose a la imagen gráfica que se quiere proponer.

Chaves y Bellucia: 2003 Pag 19-20

La aplicación de un logotipo debe de estar regulada por un manual de marca en el cual se establece toda aplicación de este; reglamentando todo respecto a su uso y a la manera en que esta puede ser usada conformada, Por ejemplo, de aspectos como: Aplicación del logotipo, versiones del logotipo, definición de colores, tipografías y demás aspectos que ayudan a que se use la marca de una manera uniforme. Debe aportar, así, en el uso el posicionamiento de marca dado a que si la marca se usa de la misma manera en cualquier aplicación, es más fácil que se posicione como tal. Si al contrario no existe algún manual que regule su uso puede ser que se altere la imagen de la marca y pueda confundirse con otra marca o, sencillamente, no logre establecerse ni posicionarse.

Respecto al color, es necesario que se hagan estudios previos a la selección del mismo para ser aplicado sobre una marca. No es prudente seleccionar un color sencillamente por su estética e impacto visual. Este debe ir más allá, debe ser seleccionado según el tema que se esté trabajando, el producto, la situación, el mensaje y la marca que se esté trabajando. Todos estos elementos intervienen al momento de escoger un color o una gama de colores para ser aplicados en una marca, tomando en cuenta, también, la psicología del color la cual relaciona colores con interpretaciones que se le puede dar a un color. Por ejemplo, nunca vamos a proyectar alegría mediante colores oscuros o del todo negros, porque nuestra mente está acostumbrada a relacionar lo malo con lo negro y lo bueno con el blanco. Así es con todos los colores hay colores que son aplicados pensando en lo que puedan significar. El color es parte del todo lo que conforma la identidad corporativa entre otros elementos, pero todos estos deben de trabar en armonía para ser eficaces y funcionales porque las decisiones primordiales que se deben realizar sobre una marca van más allá de un plano estético; deben de ser con un fin funcional y comunicativo ya que, si no se puede persuadir a la persona mediante la marca, no se está cumpliendo con varios indicadores de calidad de una imagen corporativa. No se da como resultado algo positivo.

La marca creada junto a su identidad corporativa debe tomar en cuenta muchos elementos para poder ser eficaz en todo sentido. Chaves y Bellucia: 2003 Pag 19-20

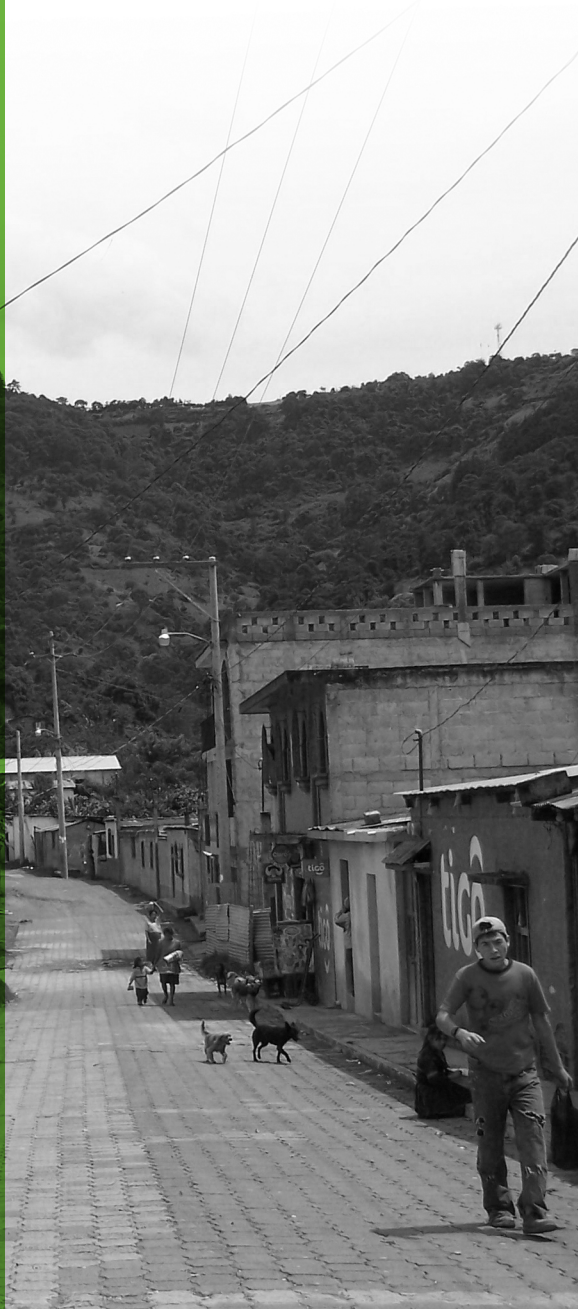
El diseño gráfico es equivalente a comunicación mediante imágenes y textos, que entre sí conforman mensajes que quieren crear reacciones y no quedar al aire. Es entendible que personas ajenas a el diseño gráfico tiendan a confundir el arte con el diseño gráfico. El arte es un mensaje que cualquier persona puede interpretar, según su criterio. En cambio el diseño grafico es un mensaje único que será interpretado de igual manera por cualquier persona que lo vea. Es por eso que todo lo que este relaciona con la creación de imagen corporativa debe estar orientado a ser comunicativo, en primera instancia, y, segundo debe de ser estéticamente agradable y funcional. La creación de cualquier pieza gráfica debe de funcionar en base a conceptos, porque una pieza grafica por más que tenga un buena calidad y nivel artístico alto, si carece de un concepto, es deficiente y es muy probable que no cumpla con su función primordial la cual es comunicar un mensaje. El concepto puede ser concebido de maneras distintas mediante varios procesos creativos de diseño. Estos pueden variar dependiendo el sistema de trabajo que el diseñador grafico que está realizando la pieza gráfica utilice, pero al final de todos los procesos los resultados deben de ser los mismo y tener como único resultado, un concepto creativo sobre el cual puede girar una sola pieza gráfica hasta toda un campaña.

Pero al final de cuentas la necesidad de un concepto en un diseño es siempre constante porque proponer una pieza de diseño sin concepto es proponer una gráfica vacía y obsoleta que no causará un efecto comunicacional deseado en el grupo objetivo.

Después de generado el concepto creativo, viene la aplicación del mismo en la piezas gráficas. Estas necesitan también de una estrategia de comunicación para su funcionamiento, que consiste, en pocas palabras, en tener un plan estratégico para que estas sean eficientes. Deben de ser distribuidas en lugares estratégicos y situaciones específicas para que el mensaje sea recibido por nuestro grupo objetivo y así este pueda darse por enterado de lo que queremos comunicar. Debe estudiarse, detalladamente, cuál es la manera en que nuestras piezas funcionan mejor, si mediante medios televisivos, impresos, multimedia u otros, porque todo esto dependerá de las características de nuestro grupo objetivo. Si este no tiene cierta accesibilidad a un medio de comunicación, se evitará el uso del mismo porque el fin de la selección de un medio de comunicación es según la necesidad que exista. Además de todo esto se toma en cuenta en qué temporada y duración será aplicada toda pieza para poder tener control de resultados de su eficiencia y funcionamiento.

Es decir que toda pieza tiene una forma en particular de ser aplicada, no puede ser aplicada al azar. Es poner la solución a un problema en el lugar donde puede ser resuelto, porque es por demás crear una solución a un problema si no tenemos los medios para poder lograr resolverle. Entonces empieza un plan estratégico el cual toma en cuenta todos los factores internos y externos que puedan intervenir en la aplicación del mismo.

En sí, todo lo que respecta a una buena aplicación del diseño gráfico y sus aplicaciones es una suma de estrategias, técnicas, métodos y estudios que proponen el comunicar un mensaje mediante un lenguaje gráfico entendible e interpretable para causar una reacción y generar un proceso de comunicación completo. Todo esto debe ser tomado en cuenta al momento de realizar una imagen corporativa para llevarla más allá de ser una expresión estética impecable, a ser algo con el plus comunicacional, dígame ser una pieza de diseño gráfico funcional y efectiva. "<http://blogvecindad.com/diseño-gráfico-no-es-arte/2007/01/08>"



## ***Importancia del diseño gráfico en la educación***

La educación es un proceso de socialización y endoculturación de las personas a través del cual se desarrollan capacidades físicas e intelectuales, habilidades, destrezas, técnicas de estudio y formas de comportamiento ordenadas con un fin social (valores, moderación del diálogo-debate, jerarquía, trabajo en equipo, regulación fisiológica, cuidado de la imagen, etc. El término educación se refiere sobre todo a la influencia ordenada ejercida sobre una persona para formarla y desarrollarla a varios niveles complementarios. En la mayoría de las culturas, es la acción ejercida por la generación adulta sobre la juventud para transmitir y conservar su existencia colectiva. Es un ingrediente fundamental en la vida del ser humano y la sociedad y se remonta a los orígenes mismos del ser humano. La educación es lo que transmite la cultura, permitiendo su evolución.

Todos estos resultados cumplidos en la educación tiene un efecto positivo en la vida de cualquier humano, es decir que si un individuo tiene acceso a una educación en donde se le esté dando todas las herramientas para integrarse a la sociedad, para poder ser productivo y para poder ser un ser de provecho, este está siendo bien formado para ser parte del denominado desarrollo humano, tomando en cuenta que un ser humano que no tiene educación tiene un número más limitado que alguien que sí tuvo educación. Al acortar esto su progreso como ser individual y no pudiendo aportar nada a el progreso colectivo, dando como resultado un nivel de vida bajo todos los aspectos. La educación es un factor importante para el desarrollo del ser humano que no deja por un lado otros factores como la alimentación que es primordial. Existen otros aspectos que psicológicamente influyen en el proceso de desarrollo de cualquier ser humano como lo pueden ser los valores. Estos si no llegan a ser satisfechos o inculcados, pueden tener una gran repercusión en efectos negativos ya sea en la vida misma del individuo o en la de la sociedad. Cuando un ser humano logra tener muchas áreas satisfechas como: Educación, alimentación, valores, estabilidad y más, es un gran porcentaje a favor de que él pueda lograr alcanzar metas, ser alguien en esta sociedad, ser parte del progreso social. Recíprocamente, cuando él se desarrolla como individuo, se desarrolla en sociedad, y así mismo la sociedad se desarrolla. Esto es el resultado de una buena formación en la infancia habiendo recibido valores morales y educacionales, acompañados de una relación afectiva de calidad con otros seres humanos. Entonces, es posible decir que un individuo es bien formado mentalmente.

El termino educación puede definirse como el proceso mediante el cual se transmiten conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. Este proceso no puede ser encasillado en una solo manera de realización y ejecución, dado a que en el proceso de inculcación y concientización cultural, moral y conductual a las nuevas generaciones hay variantes según, época, situación social, tecnología, economía y de más factores que pueden interferir en la forma que la información es transmitida.

La educación consta de muy amplios procesos para su desarrollo y no es la excepción su ejecución. En la actualidad, la educación no es solo verbal. Por ejemplo como en tiempos antiguos, esta ha tenido una evolución adaptándose a las nuevas tecnologías y nuevas generaciones. Actualmente, las personas comúnmente al momento de ser educados tiene accesos a libros de texto, material digital, materiales auditivos, los cuales contienen información, que debe ser comprensible para quien tenga acceso a esta herramienta. Todos estos materiales educativos no pudieran existir, si no es recopilada toda la información necesaria para que el mensaje por transmitir sea veraz, puntual y correcto. Todo esto no es suficiente. La información necesita ser seleccionada, depurada y ordenada de cierta manera que pueda ser comprensible y sencilla para quien esté siendo educado. Es en este punto en el cual interfiere el diseño gráfico en la educación.

Se define al diseño gráfico como el proceso de programar, proyectar, coordinar, seleccionar y organizar una serie de elementos para producir objetos visuales destinados a comunicar mensajes específicos a grupos determinados. La función principal del diseño gráfico es transmitir una información determinada por medio de composiciones gráficas, que se hacen llegar al público destinatario a través de diferentes soportes, como folletos, carteles, trípticos, libros, materiales, multimedia y más.

El diseño gráfico es más que crear un dibujo, una imagen, una ilustración, una fotografía. Es algo más que la suma de todos esos elementos, aunque, para poder conseguir poder comunicar visualmente un mensaje de forma efectiva, el diseñador debe conocer a fondo los diferentes recursos gráficos a su disposición y darles la dirección correcta para que el proceso de comunicación sea efectivo, porque la comunicación es un proceso de comunicación bilateral en el cual alguien educa y otra o varias personas son educadas.

[\\*http://es.paperblog.com/la-importancia-del-diseño-gráfico-hoy-en-día-288882/](http://es.paperblog.com/la-importancia-del-diseño-gráfico-hoy-en-día-288882/)

El diseño gráfico, en los materiales impresos, materializa los contenidos y actividades, es decir que los hace visibles y tangibles; les da la forma concreta que permite que el educador y el educando tengan un contacto directo con la información. Ahora bien, con materiales multimedia no es físicamente tangible la información, sin embargo existente y necesita que se le dé forma, y pueda ser relacionada en la mente de los participantes en el proceso de comunicación.

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Dise%C3%B1o-Grafico-En-La-Educacion/446391.html>

El diseño gráfico, como tal, busca la solución a un problema de comunicación y el proceso educativo se auxilia en el diseño gráfico para poder tener herramientas para educar de manera correcta, con apertura a la creatividad e innovación de plasmar los pensamientos de forma ilustrada, y diseñada para que entre en los sentidos del receptor, quien es el que codifica e ingresa la información que logra visualizar. Si el diseño gráfico participa en el proceso de educación, de una manera tan efectiva y precisa como lo hace, porque desde muy temprana edad nuestros sentidos están predispuestos al aprendizaje de la vida actualmente, a la información virtual, la que podemos encontrar en la Internet. Toda esta información de alguna manera, tuvo que haber pasado por un proceso de diseño y diagramación. Es posible que la información sea eficaz, si no tiene teniendo un orden. Es parte de su responsabilidad el orientar, ordenar y hacer mucho más fácil la comprensión de lo que se quiere dar a entender. La información por sí misma no puede ser provechosa. Necesita ser puesta en medios y canales de distribución de comunicación, para poder llegar a las manos de quien la necesita. Por eso el diseño gráfico, ya sea llamado así o de un modo diferente, siempre está presente en la educación porque todo material informativo, educativo fue ordenado y simplificado por alguien para ser comprensible.

En resumen, la educación necesita del diseño gráfico, para poder difundir información de una manera correcta, y así ser efectiva la comunicación, al momento en que toda esta información queda en la mente de cada individuo, que tuvo contacto con la información ya sea en un libro, folleto, página web. Toda esta, sin excepción, tuvo que haber sido ordenada mediante un sistema de diseño, y como implica a cosas gráficas, tuvo contacto directo con el diseño gráfico.

En el alumno, se inicia desde el momento en que toma un lápiz y una hoja de papel en sus manos, al momento de realizar sus primeros trazos de líneas o garabatos queriendo realizar un dibujo. Así que el diseño gráfico está, desde el momento en que iniciamos nuestras vidas, dependiendo de los estímulos que se den alrededor de cada individuo en el hogar. Históricamente lo vemos en todos los registros que se han encontrado en los estudios antropológicos en diseños grabados en piedras. Nos queda claro que la creación y el diseño están en cada uno de nosotros. Solo queda el poder descubrir más herramientas para enriquecer nuestro andamiaje, y así poder tener contacto con cada una de las personas que nos rodean, ya que nos volvemos orientadores de ellos y eso se convierte en educación.



# Concepto Creativo

Tomando en cuenta la misión y visión de Semilla de Esperanza y Amor, la cual contiene aspectos como: educación, salud, alimentación y una vivienda, como base para un desarrollo social, se determinó que la naturaleza de la institución, consiste en el desarrollo del ser humano como tal en un entorno adecuado, estando rodeado de necesidades básicas satisfechas para poder así, tener las herramientas para progresar, salir adelante o bien sea crecer como ser humano. El concepto creativo apunta a aspectos en los cuales se connota el crecimiento como parte de la mejora de un nivel de vida. Reflejando en sí la intensión de la institución y su naturaleza. Por consiguiente se decidió tomar, como concepto creativo términos que se establecieron partiendo de un mapa conceptual, que dio ideas y relaciones entre varios elementos, se hizo un listado de las palabras que tenían una relación directa e indirecta con el tema seleccionando los términos más representativos que, en pocas palabras, transmitieran el concepto total de lo que es la institución.

## ¿Qué es un mapa conceptual?

El mapa conceptual es una técnica cognitiva para aprender significativamente, a modo de recurso esquemático ordenado y jerárquico. Gráficamente está constituido por los conceptos que se rodean con un círculo, elipse o rectángulo y un conjunto de líneas o flechas que sirven para unir otros conceptos de jerarquía menor a través de las palabras enlace.

Valles: 1994, Pág 13

Es una técnica que cada día se utiliza más en los diferentes niveles educativos, desde preescolar hasta la universidad, en informes hasta en tesis de investigación. Los mapas conceptuales son utilizados como técnica de estudio hasta herramienta para el aprendizaje, ya que permiten al docente ir construyendo con sus alumnos y explorar en estos los conocimientos previos, y al alumno organizar, interrelacionar y fijar el conocimiento del contenido estudiado. El ejercicio de elaboración de mapas conceptuales fomenta la reflexión, el análisis y la creatividad facilitando la comprensión y la visualización de un tema.

<http://www.monografias.com/trabajos10/mema/mema.shtml>

## Elementos que componen un mapa conceptual

### Concepto:

Un concepto es un evento o un objeto que con regularidad se denomina con un nombre o etiqueta el concepto. Puede ser considerado como aquella palabra que se emplea para designar cierta imagen de un objeto o de un acontecimiento que se produce en la mente del individuo. Existen conceptos que nos definen elementos concretos (casa, escritorio) y otros que definen nociones abstractas, que no podemos tocar pero que existen en la realidad (democracia, estado)

### Palabras de enlace:

Son las preposiciones, las conjunciones, el adverbio y en general todas las palabras que no sean concepto y que se utilizan para relacionar estos y así armar una "proposición" Ej. : para, por, donde, como, entre otras. Las palabras enlace permiten, junto con los conceptos, construir frases u oraciones con significado lógico y hallar la conexión entre conceptos.

### Proposición:

Una proposición es dos o más conceptos ligados por palabras enlace en una unidad semántica.

### Líneas y flechas de enlace:

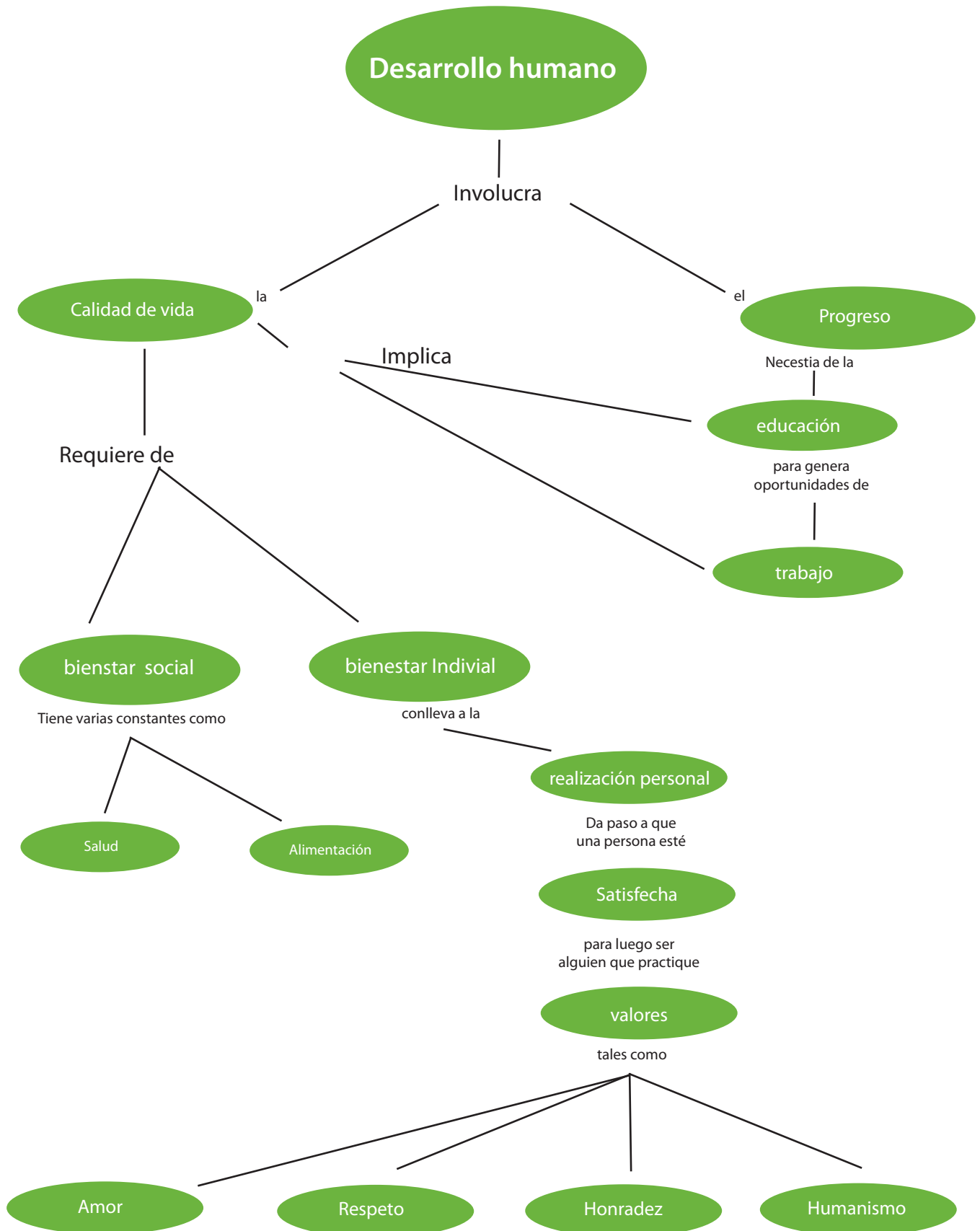
En los mapas conceptuales, convencionalmente, no se utilizan las flechas porque la relación entre conceptos está especificada por las palabras de enlace, se utilizan las líneas para unir los conceptos..

### Elipse u óvalos:

Figuras que se utilizan para encerrar conceptos.

<http://www.monografias.com/trabajos10/mema/mema.shtml>

# Mapa conceptual



Teniendo ya un concepto sólido, definido determinado por el proceso creativo Mapa Conceptual, se dio parte a un reforzamiento del concepto ligando términos referentes al nombre de la institución Semilla de Esperanza y Amor, mediante la investigación del significado del concepto tomando como base el desarrollo humano.

### **Desarrollo humano**

Se entiende como la adquisición por parte de los individuos, comunidades e instituciones, de la capacidad de participar efectivamente en la construcción de una civilización mundial que es próspera tanto material como espiritualmente. El desarrollo humano consiste en la libertad y la formación de las capacidades humanas, es decir, en la ampliación de la gama de cosas que las personas pueden hacer y de aquello que pueden ser. Mientras que el termino amor hace referencia a las masas y a la conciencia racial al individuo y al ser espiritual, por lo tanto, él se hace posible en una civilización que expresa plenamente la verdadera cultura. El progreso de la civilización material, ha recibido su impulso como resultado de las diversas aplicaciones de la mente para entender las leyes de la naturaleza y de la sociedad. Por otro lado, se ha ocupado de la dimensión espiritual de la existencia humana. Su tarea es arrojar luz a la vida interior del individuo, descubrir su motivación y reproducir un código que pueda guiar al humano. Es el proceso por el que una evoluciona desde su origen hasta alcanzar la condición de amor.

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Teniendo ahora el significado de nuestro concepto, sabemos que todo los diseños, piezas gráficas y demás materiales relacionados con la institución deben proyectar las ideas de progreso, avance, crecimiento intelectual y espiritual. Es aquí con esto, que se liga el progreso a muchos sentimientos que tienen la virtud de ser parte de la realización personal de un individuo para consigo mismo y dentro de una sociedad, como lo son el amor, aceptación, realización, autoestima. Todos estos términos son parte importante del concepto porque tienen una relación directa. Con estas relaciones de términos, se puede llegar a fundamentar una idea firme del concepto para luego partir a la realización de un diseño con fundamentos.

La concepción de la idea base es relacionar el concepto con algo que tenga el nombre de la institución. Por ejemplo utilizar la analogía de una semilla con el ser humano, explicado de la siguiente manera: Un ser humano es como una semilla que necesita de ser tratada y cuidada para poder llegar a crecer, florecer y dar frutos. Entonces se entiende que la palabra clave para relacionar al ser humano con el concepto es la palabra "semilla". Se tiene, así, un punto clave en la conceptualización que nos ayudará para la etapa de diseño y bocetaje el cual está influenciado, en gran manera por colores que reflejen cuestiones de vegetación, frutos que tienen relación directa con lo que es la semilla que produce algo bueno, dado a que una semilla cuando ya está en su etapa adulta llega a tener hojas que son un símbolo de progreso y desarrollo en ella. Un ser humano, se puede decir que da frutos cuando ha tenido atenciones, educación, alimentación, aceptación y está completo en muchas áreas de su vida. Estoy ayuda a fundamentar nuestro diseño conforme a nuestro concepto.

## Bocetaje y diseño

Para la realización de propuestas de imagen institucional de Semilla de Esperanza y Amor, se partió desde el punto más básico para generar el logotipo. La institución no contaba con un logotipo, mas si tenía una ilustración que utilizaban como logotipo. Esto era erróneo dado a que no cumplía con cualidades ni funcionalidades que debe poseer un logotipo.

La idea base de toda la imagen gráfica propuesta para la institución Semilla de Esperanza y Amor está compuesta por el concepto del desarrollo humano que transmiten del todo la naturaleza de la institución, conforme a su misión y visión la cual es: "Creemos que educación, salud, alimentación equilibrada y una vivienda segura son la base de un desarrollo con un mejor patrón de valores humanos". Tomando todos estos elementos en cuenta se decidió que la línea de diseño a aplicar no podría tener una apariencia rígida y poco amigable. Al contrario toda la línea de diseño por utilizar tendría que proyectar la idea de amor, amistad, confianza, desarrollo, crecimiento y progreso entre muchos términos. Se bocetaron varias propuestas del logotipo tomando como base el isotipo que sería parte importante del logotipo en su totalidad, para luego dar paso a la digitalización de las propuestas.

Bocetaje a lápiz



Bocetaje digital



Luego de tener ya una idea clara de lo que sería el isotipo, se dio paso a la selección de la tipografía, tomando muy en cuenta aspectos como la legibilidad, la simplicidad y ésta proyectara la naturaleza de la institución.

La tipografía empleada fue *Euphorigenic* la cual fue escogida dentro de muchas tipografías por que es legible y no era del todo muy seria, porque transmitía una idea de afinidad, de amor, de mucho sentimiento que, según el concepto fundamental de nuestro diseño, son frutos que puede dar un persona que obtiene el desarrollo humano.



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
! \$%&()= ; \* .. :: \_ -@+-\*/  
EUPHORIGENIC

#### Euphorigenic y Calibri

La tipografía institucional es recomendable utilizarla como titular en diseño o como encabezados. Es posible utilizar otro tipo de tipografía, pero esta es la que se apega más a la imagen de la marca ya que es la que forma parte del logotipo. La tipografía complementaria recomendada es la Calibri en todas sus familias, la cual es legible sencilla y muy fácil de leer.

Los colores que se utilizaron en el bocetaje son de la paleta de verdes. Se partió del nombre de la institución como referente; Semilla de Esperanza y Amor. La palabra Semilla fue utilizada como base para la selección de este color, porque podemos relacionar el verde con una semilla, en su estado inicial, y así mismo hacer alusión a la semilla ya convertida en una planta que igualmente es verde. Se refleja así el desarrollo y crecimiento que son parte de los conceptos fundamentales de nuestra idea creativa, También se relaciona el verde con esperanza que es, en sí, una de las cualidades que puede tener nuestra institución dado a que esta brinda ayuda a los niños de escasos recursos para que puedan mejorar su nivel de vida. Es, así, la institución sinónimo de esperanza. La unión e integración de todos los elementos de diseño utilizados en el bocetaje, están organizadas de manera funcional para que toda la propuesta transmita una idea en conjunto, actuando como elementos prácticos y funcionales que faciliten la transmisión del mensaje, para que reflejen a la institución.



Cromatología de ISOLOGOTIPO



40.2c 0m 58.8y 3k  
 R155 G202 B116  
 PANTONE 369-C 60%  
 webcolor: #9bca74

67c 0m 98y 5k  
 R88 G166 B24  
 PANTONE 369-C  
 webcolor: #58A618

negro 100%  
 webcolor: #000000

Composicion de colores

Estos son los porcentajes exactos para lo composición de los colores del logotipo en cmyk, RGB, Pantone y Exagesimal.

Con el logotipo ya terminado, se partió a realizar un manual de normas gráficas en el cual se regulan los aspectos de uso y de aplicación del logotipo como marca para poder generar una imagen perdurable de la misma. Contiene aspectos, como, aplicación, versiones, tipografías, restricciones, utilización y demás, referentes a las características de un manual de marca. Luego se dio paso a una línea gráfica que fue aplicada en materiales como trifoliales, volantes y *mailings*.



Paperería  
Recibo

**Recibo de Pago** Por: \_\_\_\_\_

Recibí de: \_\_\_\_\_

La Cantidad de: \_\_\_\_\_ quetzales con \_\_\_\_\_ cts

Por: \_\_\_\_\_

Guatemala, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_

Nota: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_



Paperería  
Empaque de Cd's



Aplicación de ISOLOGOTIPO

**2.10"**

**1"**

**Proporción mínima**  
Es recomendable que la aplicación del logotipo no sea menor al tamaño, propuesto en esta plantilla. Si este se tiene que usar en tamaños menores, debe ser utilizado solamente el isotipo en cualquiera de sus versiones monocromáticas.

**Espacio de aire**  
El logotipo debe ser utilizado siempre aplicando un espacio de aire de al menos un módulo base su proporción total según retícula base.

**Espacio de aire en isotipo**  
El logotipo debe ser utilizado siempre aplicando un espacio de aire de al menos 1/5 de la proporción total del tamaño real del isotipo.



Restricciones de uso del  
ISOLOGOTIPO

**Proporción y color**

El siguiente logotipo no puede ser distorsionado de su forma original. Si este tuviese que ser modificado, se realizará proporcionalmente, sin cambiar la forma del isologotipo. Ni colocarse en posición inclinada. Al utilizarse sobre superficies o fondos de colores ajenos al color blanco, debe ser en una de sus versiones monocromáticas. De lo contrario, al encontrarse en una superficie blanca se utilizará la versión full color o en negro.



Uso monocromático de  
ISOLOGOTIPO

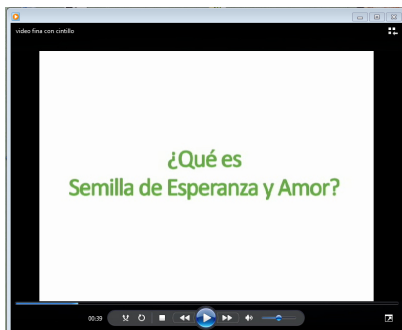
**Versiones monocromáticas**

Estas son las versiones aplicables a un solo color. Se está delimitando la paleta de colores a seis opciones, las cuales tienen una connotación que puede ser asociada directamente con la naturaleza de la fundación. El color rojo que puede ser interpretado como amor; el verde, institucional; el café puede relacionarse con la tierra en donde crece una semilla; el amarillo representa la luz que da vida a los plantas; el azul que se asocia con el cielo azul que es propicio para que cualquier planta crezca; y el púrpura que se asocia con cariño.

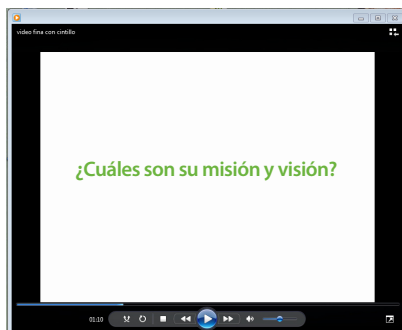
Ya teniendo definidas la imagen institucional, normas, línea gráfica y piezas gráficas impresas, se realizó un video informativo institucional de Semilla de Esperanza y Amor, según planificación en un *Story Board*. Se tomó en cuenta el tiempo de duración, el cual tenía que ser de entre 4:30 y 5:00 minutos por requerimiento de la dirección de Semilla de Esperanza y Amor.



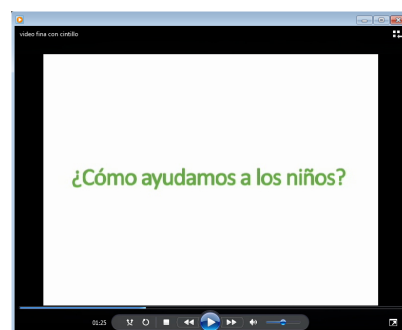
***Introducción (tomas varias del lugar y niños)***  
0:00 - 0:33



***¿Qué es Semilla de Esperanza y Amor?***  
0:34 - 1:00

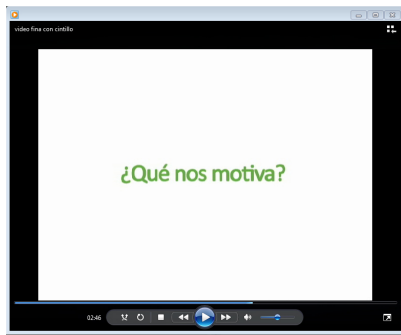


***¿Cuáles son su misión y visión?***  
1:01 - 1:23

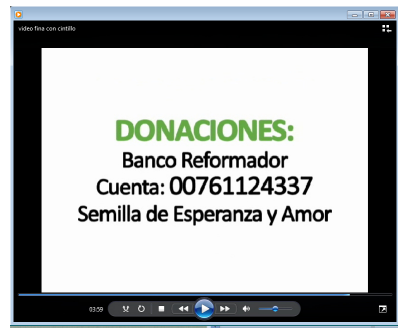
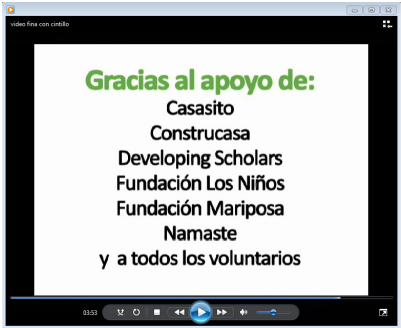


***¿Cómo ayudan a los niños?***  
1:24 - 2:45

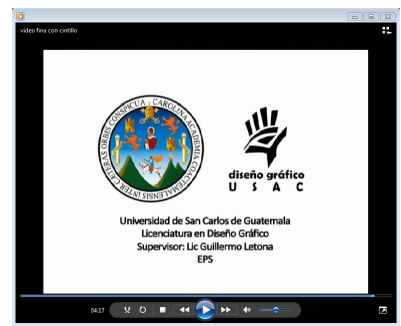




**¿Qué los motiva?  
2:47 - 3:50**



**Patrocinadores  
Donaciones  
Teléfonos  
Logo Institución  
Logo Universidad  
Logo escuela de Diseño  
Gráfico  
Crédito: Jimmy Ramírez  
3:51 - 4:30**



## Códigos utilizados en el diseño y bocetaje

En la realización de las piezas de diseño de los materiales gráficos de la institución Semilla de Esperanza y Amor, existen varias constantes, que se pueden resumir en tres códigos los cuales son: código cromático, código icónico y código lingüístico. Estos tres elementos le dan a toda la imagen institucional y materiales gráficos una conexión total y dan paso a que se genere una imagen gráfica reconocible, memorable y muy fácil de poder entender.

### Código cromático:

La principal constante en este código es el color verde ya que está presente en todo lo que se refiere a la imagen institucional y materiales de diseño, dado a que este color fue seleccionado porque refleja lo que es la institución y su nombre, y relaciona con los términos: campo, frutos, vegetación y de más naturaleza. Siempre está ligado en nuestra mente por una idea inmediata lo referente a la naturaleza está ligado con el color verde. Esto produce así una unión inmediata entre el color y el nombre de la institución. Por ende, es notorio que se relacionará el color verde con la palabra semilla que es parte del nombre de la institución. También, la connotación psicológica que el color verde puede tener es muy perteneciente a la esperanza. Este color es usado para asuntos motivacionales, de superación, ambientalistas. Todos estos temas que van de la mano del desarrollo humano. El verde es un color llamativo y muy dinámico que nos transmite la idea de amistad y confianza. Se puede relacionar directamente con todas las piezas gráficas propuestas a Semilla de Esperanza y Amor.

### Tipografía:

La imagen institucional establecida en el manual de normas gráficas para la institución Semilla de Esperanza y Amor reglamenta que la tipografía por implementar como institucional en materiales gráficos pertenecientes a la misma debe de ser fue *Euphorigenic* y que puede ir acompañada por una letra *Calibri* para textos informativos, textos muy extensos o textos de contenido. La tipografía institucional *Euphorigenic*, es una tipografía que transmite calidez y solidez, conceptos que ayudan a reforzar la idea de reflejar la imagen de una institución que se dedica a promover actividades para el desarrollo humano. La tipografía *Calibri* es una tipografía muy sencilla, fácil de leer y que permite tener mucho orden y fluidez en textos, ya sean extensos o muy cortos. También tiene la calidad de verse semiformal por sus líneas rectas combinadas con curvas.

### Código icónico:

En el manual de normas gráficas de la institución Semilla de Esperanza y Amor se establece una serie de elementos gráficos que pueden ser utilizados como apoyo a la hora de la elaboración de piezas gráficas. Estas formas de apoyo, están compuestas por elementos que poseen líneas curvas fluidas y dinámicas, formas que se puede encontrar en ciertas características del logotipo de la institución que es la base para la creación de las mismas. No limita solamente a estas formas, mas sí las recomienda como las más apropiadas para reforzar la imagen que se quiere proyectar. Son formas naturales que siguen su curso sin ser forzadas, que son capaces de reflejar fluidez, libertad y crecimiento, términos ligados estrechamente al concepto base de desarrollo humano.

## Pieza de diseño

## Códigos empleados

### Logotipo



CÓDIGO CROMÁTICO: Color Pantone-c // Color Negro 100%

TIPOGRAFÍA: *Euphorigenic*

CÓDIGO ICÓNICO: Formas orgánicas, que transmiten la idea de naturaleza y de vegetación, formas curvas y sueltas que dan dinamismo al diseño. Síntesis de una semilla que forma a una madre con su niño, transmitiendo un sentimiento de afinidad amor y esperanza, además de estar ligadas con desarrollo humano

### Trifoliar



CÓDIGO CROMÁTICO: Color Pantone-c // Color Negro 100%

TIPOGRAFÍA: *Calibri*

CÓDIGO ICÓNICO: Formas orgánicas, que transmiten la idea de naturaleza, de vegetación, formas curvas y sueltas que dan dinamismo al diseño.

### Mailing



CÓDIGO CROMÁTICO: Color Pantone-c // Color Negro 100%

TIPOGRAFÍA: *Calibri*

CÓDIGO ICÓNICO: Formas orgánicas, que transmiten la idea de naturaleza, de vegetación, formas curvas y sueltas que dan dinamismo al diseño.

### Volante



CÓDIGO CROMÁTICO: Color Pantone-c // Color Negro 100%

TIPOGRAFÍA: *Calibri*

CÓDIGO ICÓNICO: Formas orgánicas, que transmiten la idea de naturaleza, de vegetación, formas curvas y sueltas que dan dinamismo al diseño.

### Video



CÓDIGO CROMÁTICO: Color Pantone-c // Color Negro 100%

TIPOGRAFÍA: *Calibri*

CÓDIGO ICÓNICO: Formas orgánicas, que transmiten la idea de naturaleza, de vegetación, formas curvas y sueltas que dan dinamismo al diseño.

# Capítulo 04



# Comprobación

Para la comprobación y validación de las piezas gráficas propuestas para la fundación Semilla de Esperanza y Amor, se utilizó como método de validación: un *focus group*. La encuesta conto con: una serie de preguntas cerradas y abiertas. Al mismo momento de estar siendo presentadas las piezas gráficas, fue entregada la encuesta para que los participantes llenaron según fueron observando las piezas de diseños. Todo esto nos dio resultados certeros para poder, así validar la efectividad de las piezas gráficas. El *focus group* fue presentado a dos tipos diferentes de informantes. El primero estuvo conformado por representantes de las directivas de instituciones que pueden ayudar en función de donadores a Semilla de Esperanza y Amor. El segundo grupo de informantes fue conformado por directivos de la institución Semilla de Esperanza y Amor que, en este caso eran nuestros clientes.

Las encuestas cuentan con preguntas cerradas en su gran mayoría, para limitar los resultados, y hacerlos más fáciles de medir y evaluar. Respecto a las preguntas abiertas estas fueron una o dos por encuesta. Sirivieron para tener un resultado con información personalizada, para saber el punto de vista personal de cada persona que está desempeñando la función de informante al llenar la encuesta.

## **PERFIL DE LAS ORGANIZACIONES** (posibles donantes):

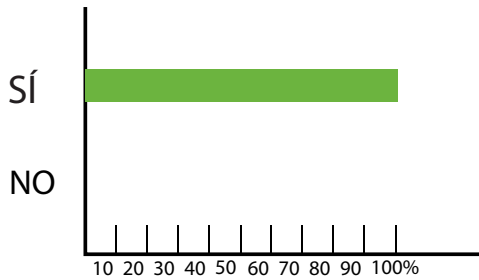
Instituciones nacionales localizadas en Guatemala e instituciones extranjeras que realizan donaciones a instituciones de escasos recursos, las cuales destinan ayuda a personas necesitadas dentro de la República de Guatemala sin fines de lucro. Son instituciones económicamente pudientes que pueden brindar ayuda a otras instituciones que no tienen tantas posibilidades económicas para poder subsistir, instituciones que no buscan el lucro en el acto de la donación.

## **PERFIL DEL CLIENTE** (Semilla de Esperanza y Amor):

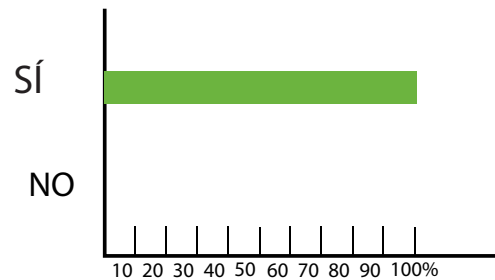
Institución no lucrativa, que obtiene ingresos por medio de donaciones de otras instituciones internacionales establecidas en Guatemala. Está en áreas vulnerables en aspecto económico educativo y de salud. Se dirige por juntas directivas, trabaja con personas de escasos recursos. La mayoría de sus trabajadores tiene un perfil vocacional para el servicio, dado a que los escasos recursos de la institución no le permite pagar sueldos, Realiza alianzas estratégicas con otras ONG.

# Resultados encuesta: (Organizaciones)

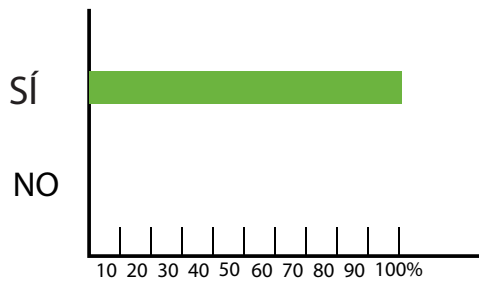
¿Cree usted que el logotipo refleja la ideología de la institución Semilla de Esperanza y Amor?



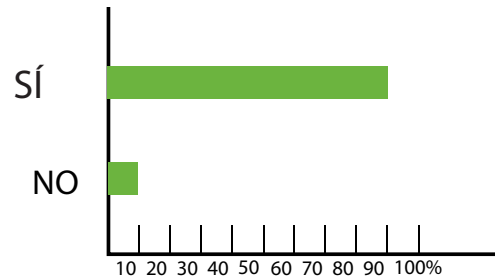
¿Podría usted recordar el nombre de la institución la próxima vez que vea el logotipo?



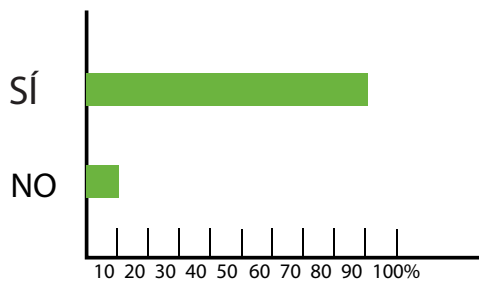
¿Cree usted que el logotipo es fácil de memorizar?



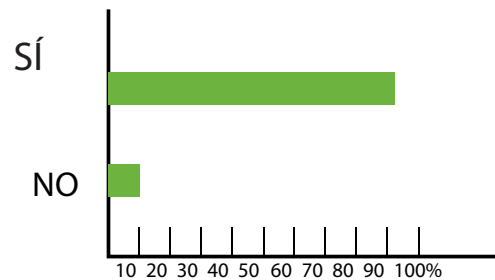
¿Le parece que el logotipo es de buena calidad?



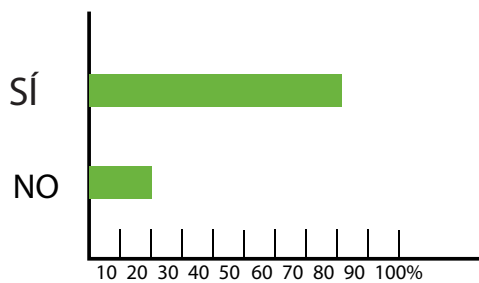
Los colores del logotipo ¿le parecen apropiados?



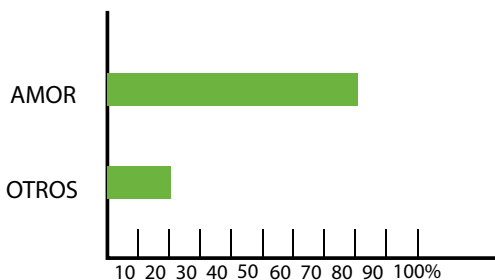
El logotipo ¿es adecuado según la naturaleza de la institución (ONG)?



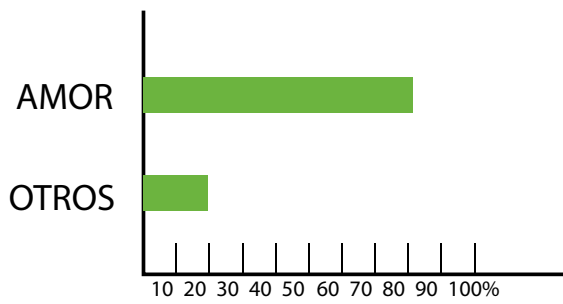
La tipografía utilizada en el logotipo ¿es agradable y amigable a su criterio?



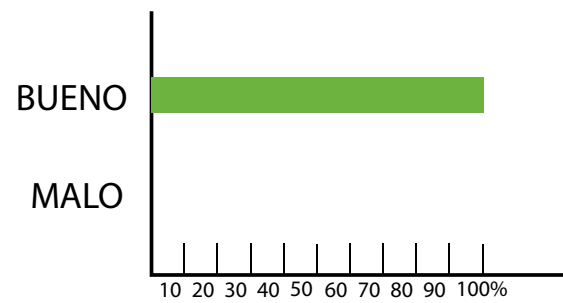
¿Qué idea le transmite el logotipo?



¿Con qué sentimiento puede relacionar el logotipo?

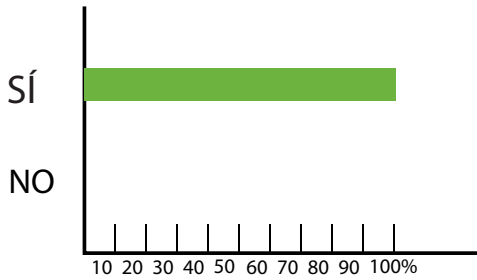


¿Cuál es su opinión personal sobre el logotipo?

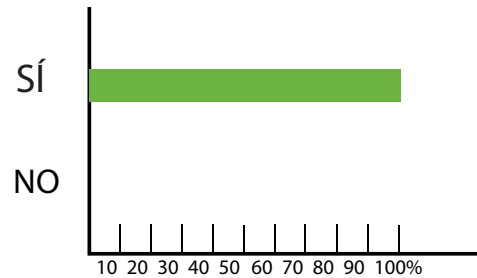


# Resultados encuesta: (Cliente)

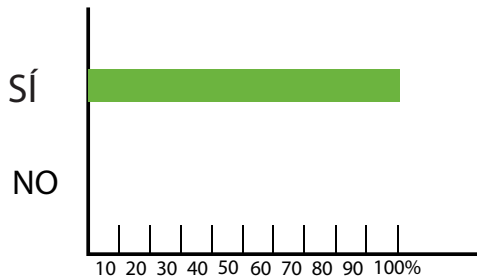
¿Cree usted que el logotipo refleja la ideología de la institución Semilla de Esperanza y Amor?



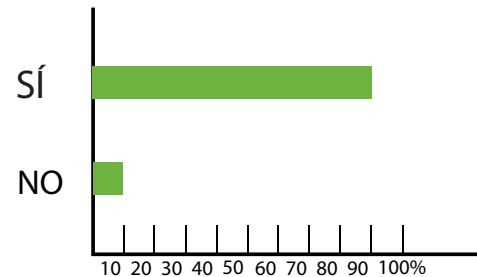
¿Podría usted recordar e nombre de la institución la próxima vez que vea el logotipo?



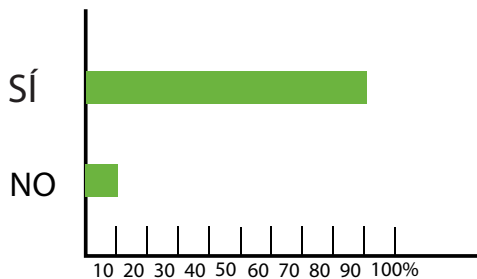
¿Cree usted que el logotipo es fácil de memorizar?



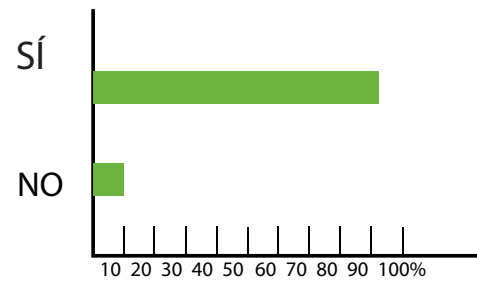
¿Le parece que el logotipo es de buena calidad?



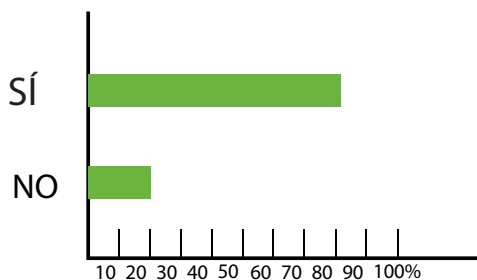
Los colores del logotipo ¿le parecen apropiados?



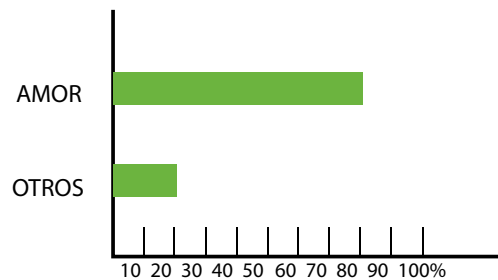
El logotipo ¿es adecuado según la naturaleza de la institución (ONG)?



La tipografía utilizada en el logotipo ¿es agradable y amigable a su criterio?

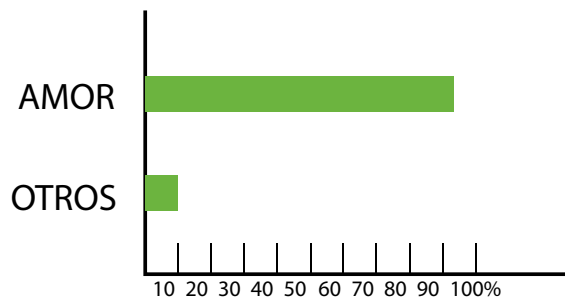


¿Qué idea le transmite el logotipo?

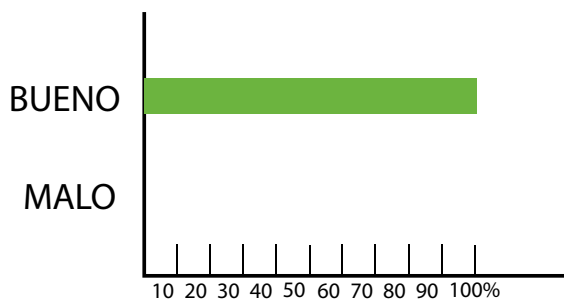




¿Con qué sentimiento puede relacionar el logotipo?



¿Cuál es su opinión personal sobre el logotipo?



# Propuestas gráfica

Para la realización de la propuesta gráfica final, se agotaron varias etapas. Se siguió un orden lógico; en primer lugar, una investigación para saber cuál es la problemática y cuál era el perfil de nuestro cliente en este caso Semilla de Esperanza y Amor. Se tuvo en cuenta la problemática encontrada se desarrollaron conceptos gráficos partiendo de una conceptualización guiada por la información adquirida en la investigación. Luego estas propuestas gráficas fueron aplicadas y presentadas a un *focus group* para comprobar si eran efectivas y cumplían con los requerimientos y si satisfacían las necesidades encontradas como problema en la investigación.

## Investigación

Durante la investigación, se tuvo mucha información, como el resultado de entrevistas con personas de la directiva de la Asociación Casatio y de la Institución Semilla de Esperanza y Amor. Se tuvo como resultado principal que problema de la institución era el no tener una imagen corporativa y no tener logo manual de marca. Agregado a esto, existía una ausencia de material gráfico que promoviera a la institución y a las actividades a las cuales se dedica; no tenía un modo para darse a conocer a más instituciones. Se llegó a la conclusión de que sería apropiado realizar un video promocional de la institución y un *mailing* para dar a conocer a la institución con la ayuda de medios de distribución.

## Conceptualización

Tomando en cuenta la misión y visión de Semilla de Esperanza y Amor, que contiene aspectos como educación, salud, alimentación y una vivienda como base para un desarrollo social, se determinó que la naturaleza de la fundación consiste en el desarrollo del ser humano como tal en un entorno adecuado, rodeado de necesidades básicas satisfechas para tener las herramientas para poder progresar, salir adelante y como ser humano. El concepto creativo apuntó a aspectos en los cuales se connota el crecimiento como parte de la mejora de un nivel de vida. Refleja en sí la intensión de la institución y su naturaleza. Por lo consiguiente, se decidió tomar como concepto creativo términos que se dedujeron partiendo del proceso creativo mapa conceptual. Se tomó un listado de las palabras como: Salud, alimentación, educación, vivienda, semilla, esperanza, amor, progreso, desarrollo, crecimiento, niños, ayuda, familia, fraternidad, fruto, protección, desarrollo, esperanza y amor. Los siguientes términos fueron investigados y tomados de referencia

para concebir el concepto creativo que fue tomado como punto base en la creación de la pieza gráfica. Se tuvo como resultado el concepto crecimiento y amor que apoya mucho a la naturaleza de la institución dado a que la institución procura el crecimiento espiritual, humano y educativo de los niños mediante la alimentación como base para una buena educación. Se cree que un niño bien alimentado está más dispuesto a poner atención y a aprender mejor; todo esto en conjunto con un factor muy importante que es el cariño el cual se refleja en una de las palabras que conforman el concepto amor.

## Bocetaje

En esta etapa, se utilizó el proceso de bocetaje a lápiz en el cual se tomó en cuenta todo el concepto planteado con anterioridad, como punto principal en la toma de decisiones. Se utilizaron como referentes las palabras que componen el nombre de la institución. Para simplificar la idea al máximo, se tomaron como referentes imágenes de semillas y de corazones. En algunos casos en los bocetos, se utilizaron síntesis de figuras humanas tomando en cuenta los requerimientos de la institución, que pedía que se mantuviese un poco de la esencia y del concepto de la ilustración que se utilizaba como logotipo.

El uso de la línea curva fue predominante en todo el proceso de bocetaje para dar una idea de calidez apoyara a nuestro concepto.

Luego de terminado el proceso de bocetaje a mano alzada, se partió a realizar una digitalización de todos los bocetos de propuesta de logotipo para poder darles un acabado y apariencia más acertada a lo que sería el resultado final. Se tuvieron opciones más variadas y algunas con más color. Pero estas últimas no fueron utilizadas tomando en cuenta que es una institución de bajos recursos por lo cual se decidió utilizar el mínimo de colores para que los procesos de reproducción no fueran tan costosos. Se sintetizó todo a un color y sus tintas. Esto ayudó a armonizar la síntesis lograda de una manera simple y sencilla de muy fácil lectura y comprensión. Todas las síntesis estuvieron dentro a el concepto y la integración del nombre en una abstracción utilizando síntesis muy minimalistas de tres elementos clave la semilla, el corazón y el color verde. Se aplicaron varios tipos de tipografías de fácil lectura para las propuestas de logotipo y se llegó a la conclusión de que la tipografía que mejor acompañaba a los iconos resueltos era la *euphorig* la cual tiene una personalidad no del todo formal pero a su vez es una tipografía de tipo muy jovial, razón que apoya a nuestro concepto.

de crecimiento y amor. Se probaron con esta tipografía, varios tipos de diagramación y se seleccionó después a disposición del isotipo elegido que fue la síntesis de una madre abrazando a un niño que forman, entre sí una semilla en forma de corazón.

La selección del isotipo que formaría parte de logotipo fue determinada con base en las solicitudes de la institución; esta estaba muy apegada a la imagen que se estaba manejando con anterioridad. Esta abstracción fue ideal para los requisitos y demandas del cliente. Se formuló la síntesis seleccionada en tres simbolismos clave los cuales fueron: la madre y el niño, la semilla y el corazón. Esto fortaleció el concepto que se estaba llevando a cabo, la madre y el niño unidos por un solo trazo pueden ser interpretados como la unión y el apoyo que la institución les brinda a los niños actuando como un ente protector. Al final terminan como un solo mensaje que es un corazón que simboliza el amor. Además el corazón puede ser relacionado con una semilla porque se hace acompañar de una hoja que hace relación del concepto con algo que dará sus frutos, porque una semilla, al llegar a crecer, produce hoja y, en dado caso frutos. Toda la composición del isotipo está en completa relación unificándose en un solo concepto, unificándose en un solo mensaje que no tiene ambigüedad más bien tiene unidad; requerimiento que es muy necesario en la construcción y fundamentación de un logotipo. Luego de estar definido el isotipo, se pasó a diagramarlo de manera idónea con la tipografía seleccionada, eligiendo un modo de lectura práctico y llamativo, con el fin de causar impacto y ser fácil de recordar.

La selección de los colores partió desde la determinación del concepto como base, tomando en cuenta que muchas de las relaciones implícitas del color verde están ligadas a la naturaleza y a la esperanza. Este es el color ideal para poder aplicarse a los propósitos de nuestro logotipo, porque en la mayoría de casos de referencias consultadas los logotipos que tenían una relación con algo que implicara plantas, naturaleza, bosques y demás cosas naturales estaban directamente relacionadas con el color verde. Ahora bien este color tiene varias connotaciones. Una de las que más influye es la de relacionar a dicho color con la esperanza, con la superación, con razones de progreso. En nuestro caso, el crecimiento, explicándolo de esta manera, el color verde puede pertenecer a una semilla que ha de crecer y producir hojas verdes generalmente.

El desarrollo de un ser con bajas posibilidades de crecer se ve ayudado por una razón la esperanza, conceptos totales que apoyan a la forma y el concepto propio del diseño del logotipo.

Ya teniendo el logotipo en su etapa casi final se determinó qué colores en la paleta de *panthones* se utilizarán, definiendo esto, se partió a realizar un manual de marca en el cual se detalla el uso del logotipo en varias de sus posibles aplicaciones. Esto tiene varias indicaciones tales como:

- Proporción del logotipo en una retícula
- Porcentaje de los colores en varios sistemas de color
- Proporciones recomendadas
- Versiones del logotipo
- Restricciones del mismo
- Tipografías a emplear de manera institucional.

En este manual, también se se determina una línea gráfica del uso de la marca y se propone la aplicación de la marca sobre papelería, productos promocionales y se da paso a la realización de materiales impresos promocionales tales como trifoliales, volantes *mailins* y un video promocional, que se apegan al uso de la imagen de marca establecida, es decir que dan la pauta de cómo debe utilizarse la marca generando un estilo de diseño o bien dígase una línea gráfica. Todos estos materiales se diseñaron con información proporcionada por la investigación y recopilación de materiales pertenecientes a la institución. Todo esto dio como resultado una imagen corporativa aplicable y fácil de utilizar, primeramente mediante la creación de un logotipo luego un manual de marca, material gráfico y audiovisual y finalmente una línea gráfica por seguir, aplicando la marca.

Con una imagen institucional ya establecida se dio paso a la realización de un corto video institucional, el cual da a conocer la naturaleza de la misma y las actividades a las que se dedica.



## Conclusiones

Se logró diseñar una imagen corporativa funcional, adecuada y aplicable para la fundación Semilla de Esperanza y Amor

El logotipo diseñado para la imagen corporativa de la institución es muy funcional y apropiado, dado a que refleja la naturaleza de la institución, es sencillo, fácil de recordar,

Se creó un manual de normas gráficas para la correcta aplicación de la marca Semilla de Esperanza y Amor, el cual contiene los reglamentos y restricciones de aplicación del mismo para facilitar el uso y manejo de la marca.

Mediante la indicación en el manual de normas gráficas de la marca, de ciertos elementos en los diseños de materiales gráficos de la institución, se logró crear una línea gráfica que se ve aplicada en los materiales promocionales e informativos, de la institución como lo son trifoliales, volantes, *mailin* y un video informativo.

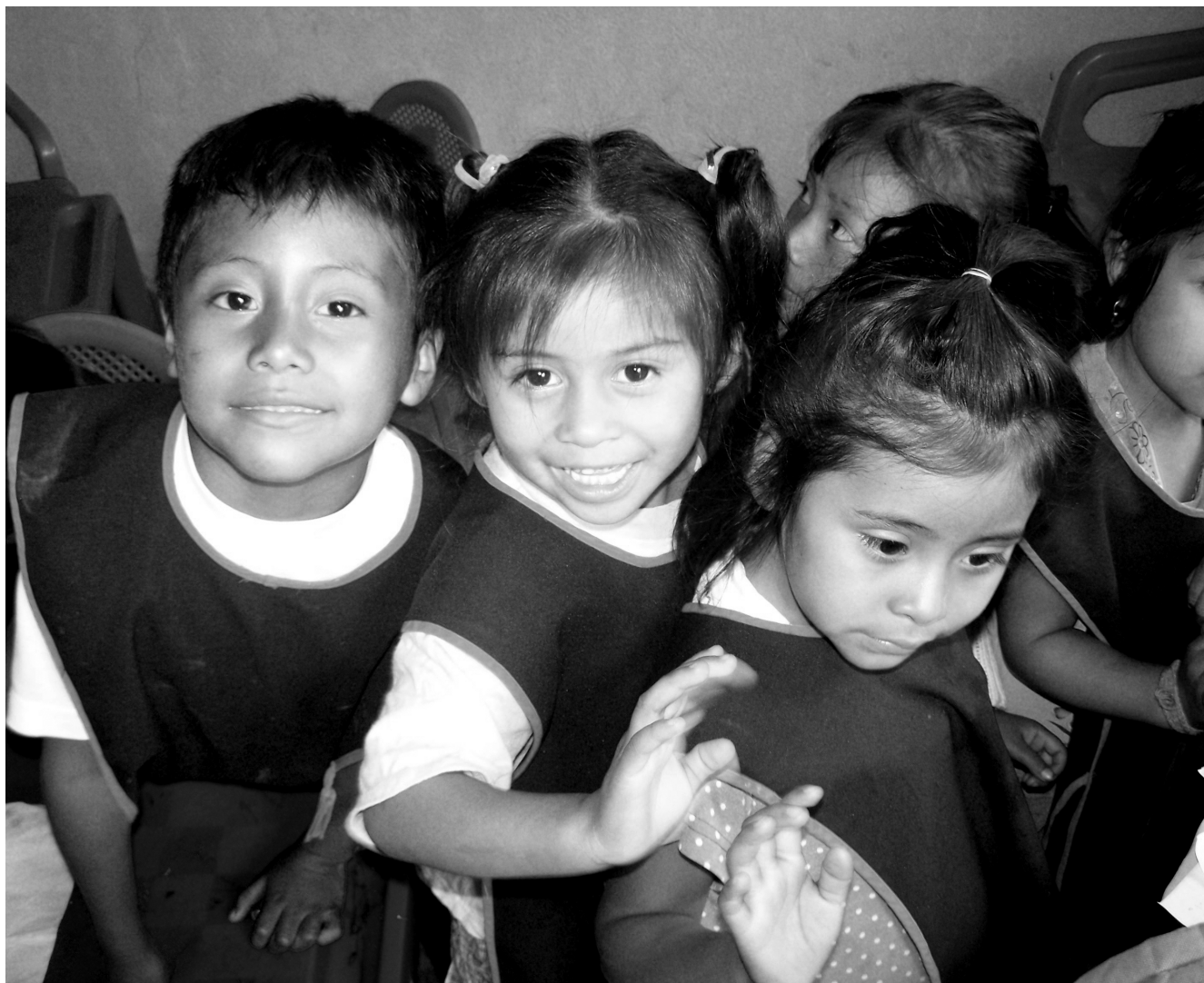
Se diseñó material gráfico impreso y multimedia para que lo institución lo utilice de manera efectiva siguiendo la imagen establecida para el manejo de la marca.

La educación necesita del diseño gráfico, para poder difundir información de una manera correcta. Con el diseño gráfico hace efectiva la comunicación, al momento en que la información queda en la mente de quien tuvo contacto con ella ya sea en un libro, folleto, página web. Toda esta sin excepción tiene que haber sido ordenada mediante un sistema de diseño, y cuando implica a materiales gráficos tiene contacto directo con el diseño gráfico.

## **Recomendaciones**

Todos los materiales que la instituciones reproduzca deben apegarse a las indicaciones establecidas en el manual de normas gráficas para que este actúen con efectividad y la marca no tenga variaciones ni alteraciones.

Conforme a la línea gráfica establecida, hay posibilidades el que vaya evolucionando y adaptando nuevos elementos, pero sin perder la imagen propuesta. Siempre debe respetarse el manual de marca ante todo estilo y tendencia de diseño.





## Manual de marca

Fundación Semilla de Esperanza y Amor



INDICE

03	Introducción
04	Isologotipo
05	Estructura del isologotipo
06	Cromatología del isologotipo
07	Aplicación del isologotipo
08	Versiones del isologotipo
09	Uso monocromático del isologotipo
10	Restricciones de uso
11	Uso de isotipo
12	Tipografía institucional
13	Tipografía complementaria
14	Papelería
20	Aplicación en señalética
21	Aplicación en televisión y fotografía
22	Aplicación en uniforme
23	Aplicación en vehículos
24	Aplicación en material promocional
28	Aplicación en elementos decorativos




# Semilla de Esperanza y Amor

## Semillas de Esperanza y Amor

Es una institución guatemalteca no lucrativa, que fue fundada en octubre del 2007, la cual tiene como objetivo el contribuir al desarrollo del país mediante trabajos sociales y humanitarios en la comunidad de San Mateo Milpas Altas. Proporciona ayuda a niños y a madres indígenas, en las áreas de educación, salud, alimentación vivienda y deporte. Es apoyada por la organización Casasito, la cual apoya a varias comunidades del interior de la República.

## Visión y Misión

Semilla de Esperanza y Amor cree que la alimentación equilibrada y la vivienda segura son la base de un desarrollo con un mejor patrón de valores humanos.



## Logotipo

El siguiente logotipo proyecta y refleja la filosofía de la fundación Semilla de Esperanza y Amor. Puesto que todos los componentes que lo integran tienen relación directa con la naturaleza de la misma, se utilizó el color verde en el logotipo, dado a que este puede relacionarse y asociarse con la esperanza y además porque ese color tiene una connotación con el término "naturaleza". El nombre de la institución implica mucho este término; no de manera directa pero sí en la utilización de la palabra Semilla. El color aplicado en la tipografía es el negro para crear un gran contraste y darle mayor impacto visual.

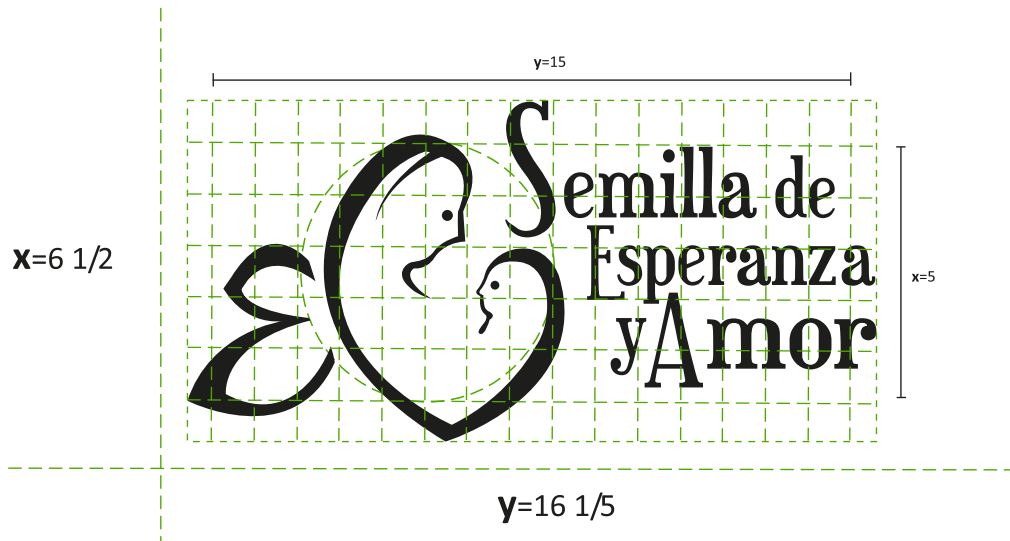
La tipografía utilizada en el logotipo es *Euphorigenic*, la cual transmite las ideas de calidez, amistad, amor y seguridad, ya que su composición que no es del todo rígida sino que, en partes, tiene líneas curvas, las cuales le dan la impresión de ser una institución de carácter humanitario y de ayuda a la sociedad.

El estilo de línea caligráfica utilizada en el isotipo proyecta los sentimientos de amor, amistad y cariño apoyados por el simbolismo de una madre con un niño que conforman entre los dos un corazón. Se refleja así, el amor más puro y fiel que puede haber, el amor de madre, que puede relacionarse con lo que es la protección y cuidado de los niños apoyados por la institución. Esta imagen está acompañada de dos hojas que pueden ser relacionadas con dos alas de un ángel de la guarda que cuida y protege.





## Estructura de ISOLOGOTIPO



O

**Proporción de módulo base**

La medida del módulo base para utilizar en la retícula es la proporción total de la letra O de la palabra amor dentro del logotipo.



## Cromatología de ISOLOGOTIPO



40.2c 0m 58.8y 3k  
R155 G202 B116  
PANTONE 369-C 60%  
webcolor: #9bca74

67c 0m 98y 5k  
R88 G166 B24  
PANTONE 369-C  
webcolor: #58A618

negro 100%  
webcolor: #000000

**Composicion de colores**

Estos son los porcentajes exactos para lo composición de los colores del logotipo en cmyk, RGB, Pantone y Exagesimal.





Aplicación de ISOLOGOTIPO

2.10"



Proporción mínima

Es recomendable que la aplicación del logotipo no sea menor al tamaño, propuesto en esta plantilla. Si este se tiene que usar en tamaños menores, debe ser utilizado solamente el isotipo en cualquiera de sus versiones monocromáticas.



Espacio de aire

El logotipo debe ser utilizado siempre aplicando un espacio de aire de al menos un módulo base su proporción total según retícula base.



Espacio de aire en isotipo

El logotipo debe ser utilizado siempre aplicando un espacio de aire de al menos 1/5 de la proporción total del tamaño real del isotipo.



Versiones del ISOLOGOTIPO

FULL COLOR



Versiones

Estas son las versiones aplicables para la utilización del isologotipo de semilla de Esperanza y Amor.

LINEAL



NEGATIVO



POSITIVO



ESCALA DE GRISES





## Uso monocromático de ISOLOGOTIPO



3c 84m 45y 0k  
R222 G53 B79



0c 15m 63y 0k  
R255 G157 B90



67c 0m 98y 5k  
R88 G166 B24



100c 0m 2y 0k  
R184 G132 B212



15c 24m 50y 0k  
R282 G158 B100



15c 44m 0y 0k  
R184 G120 B168

### Versiones monocromáticas

Estas son las versiones aplicables a un solo color. Se está delimitando la paleta de colores a seis opciones, las cuales tienen una connotación que puede ser asociada directamente con la naturaleza de la fundación. El color rojo que puede ser interpretado como amor; el verde, institucional; el café puede relacionarse con la tierra en donde crece una semilla; el amarillo representa la luz que da vida a toda planta; el azul que se asocia con el cielo azul que es propicio para que cualquier planta crezca; y el púrpura que se asocia con cariño.



## Restricciones de uso del ISOLOGOTIPO



### Proporción y color

El siguiente logotipo no puede ser distorsionado de su forma original. Si este tuviera que ser modificado, se realizará proporcionalmente, sin cambiar la forma del isologotipo. Ni colocarse en posición inclinada. Al utilizarse sobre superficies o fondos de colores ajenos al color blanco, debe ser en una de sus versiones monocromáticas. De lo contrario, al encontrarse en una superficie blanca se utilizará la versión *full color* o en *negro*.



Uso del ISOTIPO



Isotipo

El logotipo puede ser aplicable utilizando solamente el isotipo en sus versiones monocromáticas, *full color*, positiva y negativa



Tipografía institucional  
EUPHORIGENIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890  
 ! \$%&()=¿ \* ¨ :: \_ - @ + - \* /  
 EUPHORIGENIC

Euphorigenic y Calibri

La tipografía institucional es recomendable utilizarla como titular en diseño o como encabezados. Es posible utilizar otro tipo de tipografía, pero esta es la que se apega más a la imagen de la marca ya que es la que forma parte del logotipo. La tipografía complementaria recomendada es la Calibri en todas sus familias, la cual es legible sencilla y muy fácil de leer.



Tipografía Complementaria  
CALIBRI

**PLAIN**  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890  
 !. \$ % & ( ) = ¿ ^ \* ~ : ; \_ - @ + - \* /

**BOLD**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890**  
**!. \$ % & ( ) = ¿ ^ \* ~ : ; \_ - @ + - \* /**

**ITALIC**  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*1234567890*  
*!. \$ % & ( ) = ¿ ^ \* ~ : ; \_ - @ + - \* /*

**ITALIC BOLD**  
***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***1234567890***  
***!. \$ % & ( ) = ¿ ^ \* ~ : ; \_ - @ + - \* /***



Papelería  
Hoja mebredada

Semilla de  
Esperanza  
y Amor

Tel: (+502) 5043-1652  
 semilla-esperanza-amor@hotmail.com

Oficina: San Mateo Milpas Altas enfrente del parque central



Paperería  
Tarjetas de presentación





Tarjetas de presentación

Es posible utilizar dos tipos de tarjeta de presentación: la versión horizontal la cual es más colorida sin perder la seriedad ni formalidad de la institución y la versión vertical la que tiene un diseño más minimalista y sencillo, pero que igualmente, se apega a la imagen corporativa de Semilla de Esperanza y Amor.



Paperería  
Recibo

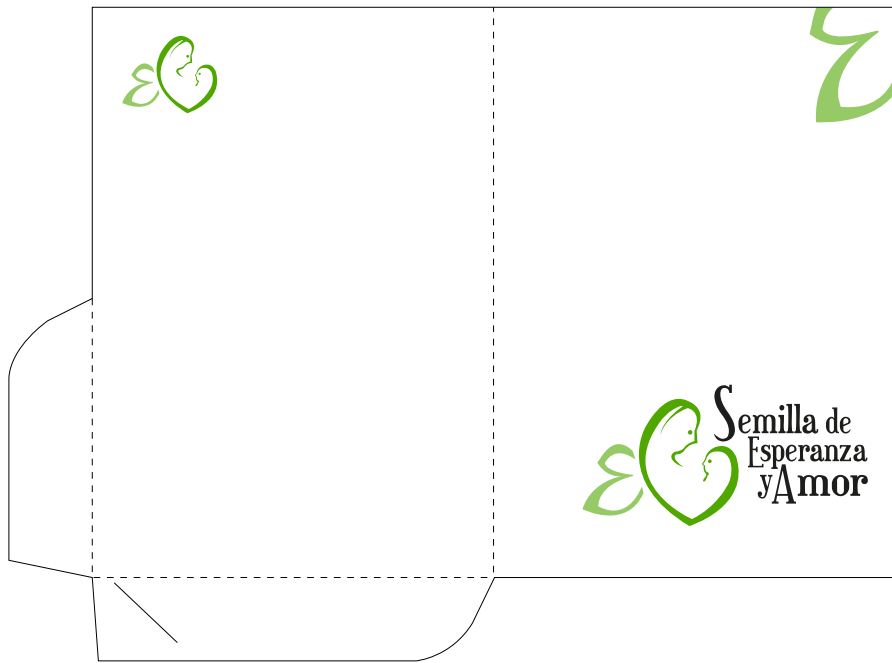
 <p style="text-align: center;"><b>Recibo de Pago</b></p> <p>Recibí de: _____</p> <p>La Cantidad de: _____</p> <p>Por: _____</p> <p>Fecha: _____</p>	 <p style="text-align: center;"><b>Recibo de Pago</b></p> <p style="text-align: right;">Por: _____</p> <p>Recibí de: _____</p> <p>La cantidad de: _____ quetzales con _____ cts</p> <p>Por: _____</p> <p>Guatemala, _____ de _____ de _____</p> <p>Nota: _____</p> <p style="text-align: right;">Firma: _____</p>
---	--



Papelería  
Sobres



Papelería  
Carpeta

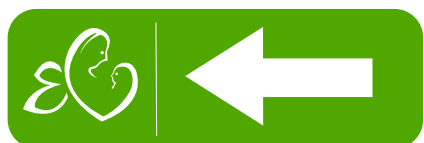




Papelería  
Empaque de Cd's



Aplicación  
en señalética

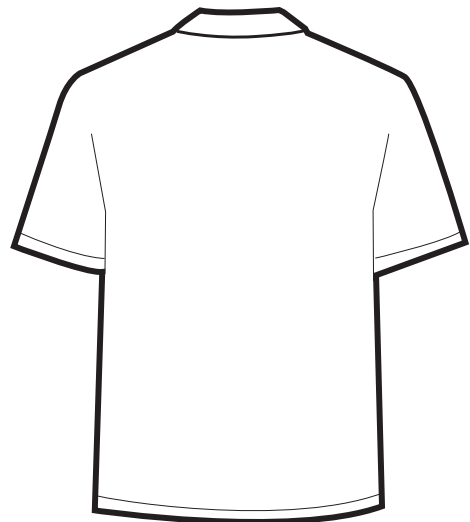




Aplicación en televisión y fotografía



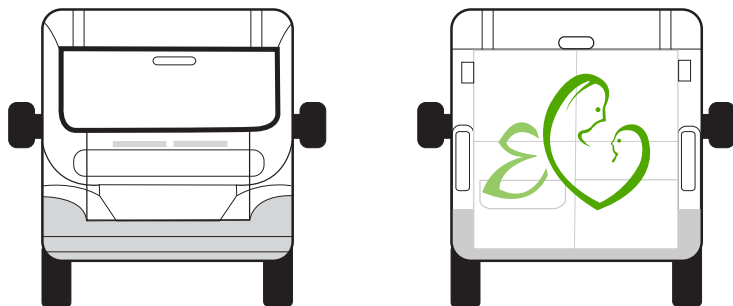
Aplicación en uniformes







Aplicación en automóviles

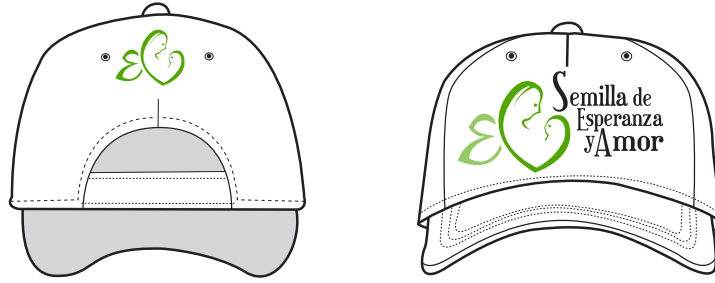


Aplicación en artículos promocionales

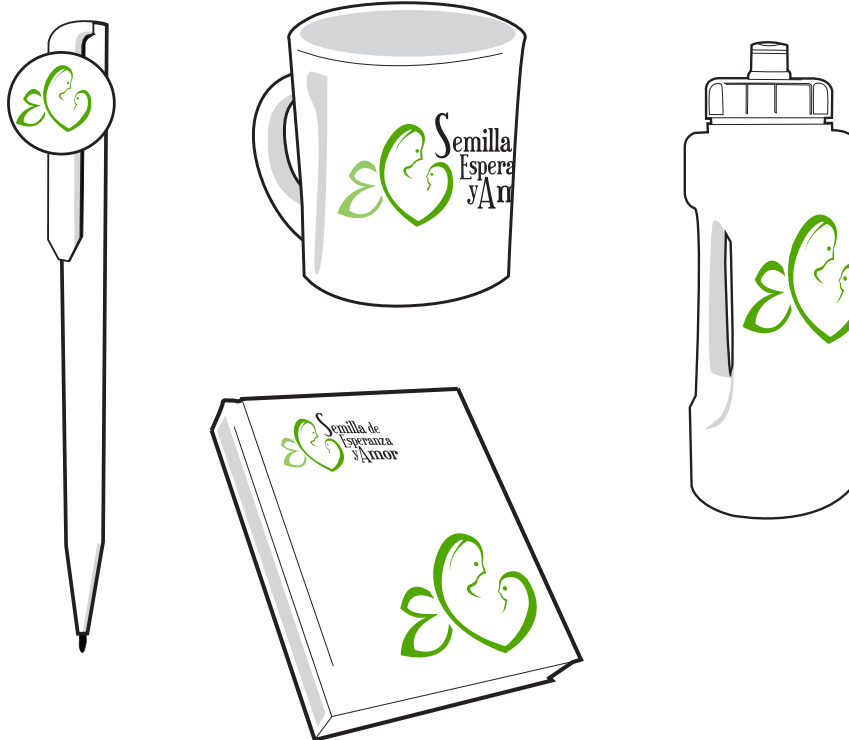




Aplicación en artículos promocionales



Aplicación en artículos promocionales

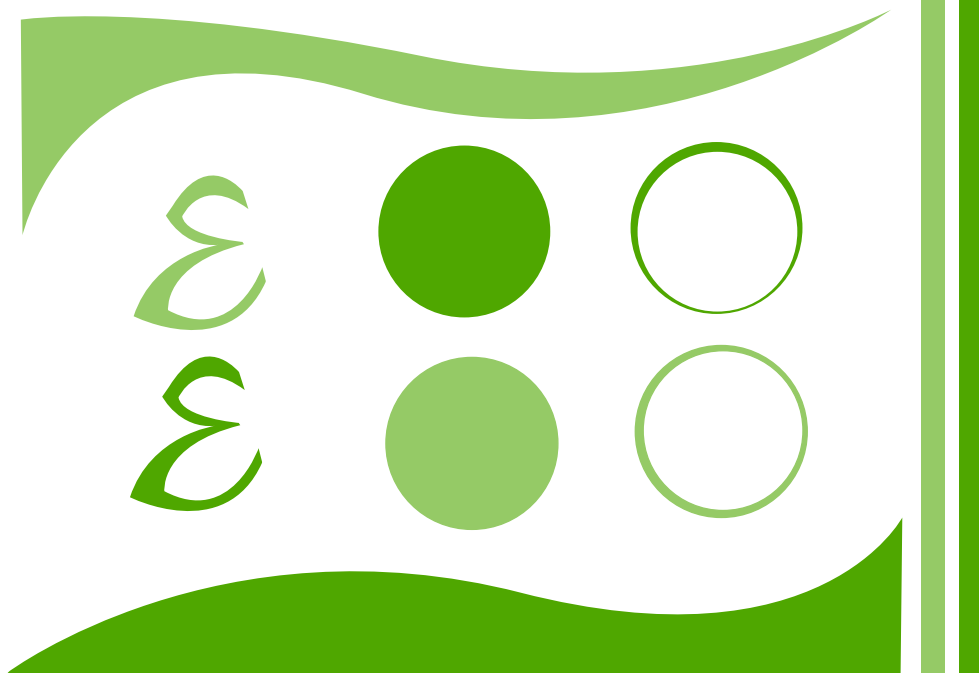




Aplicación en artículos promocionales



Aplicación en elementos decorativos



Elementos gráficos

Estos elementos gráficos pueden servir de apoyo en cualquier diseño y animación, para genera una imagen gráfica que tenga unidad y que se apegue a la imagen institucional de Semilla de Esperanza y Amor.

# Lineamientos

## Plan de medios

Los materiales gráficos impresos serán repartidos en eventos de la Institución o bien dentro de la misma contando con el apoyo de la Asociación Casasito para poder repartir dichos materiales; ya que la institución Casasito tiene contacto con más instituciones que podrían hacer donaciones a Semilla de Esperanza y Amor. Esto es una estrategia que tiene a Casasito como un aliado muy importante para poner en marcha la difusión de la marca y dar a conocer Semilla de Esperanza y Amor distribuyendo los materiales impresos.

Ahora bien los materiales multimedia estarán siendo distribuidos de la siguiente manera: el *mailing* será enviado por una base de correos que tiene la institución Casasito para dar a conocer a Semilla de Esperanza y Amor y las actividades que práctica. El video informativo será subido a *youtube* y se informará por medio de materiales impresos o *mailin* de la existencia del mismo, estableciéndose así una unidad entre todos los materiales producidos.

## Tipos de reproducción

Todos los materiales gráficos impresos están diseñados para que puedan ser reproducidos en sistemas masivos de impresión o por el poco recursos de la Institución se diseñaron también de una manera práctica y económica de reproducción. Estan diseñados dentro de un formato carta para poder ser reproducidos en cualquier impresora de oficina por los mismos miembros de la instiución.

Los materiales gráficos multimedia se diseñaron de tal manera para que su reproducción sea de bajo costo y de muy fácil uso. El material *mailin* está en formato psd editable, el cual puede ser modificado sin mayor problema y su formato de distribución es en formato Jpg en correos masivos. Esta acción no representa mucho gasto para la Institución. El video informativo se realizó en baja resolución para que pueda ser cargado a una página de videos masivos tal como es *youtube* por algún encargado de la institución para que la mayoría de personas tengan acceso a ver el video.

## Cotización C0390

**Para:** Emanuel Ramirez  
**Empresa:** Semilla de Esperanza y Amor  
**Asunto:** Cotización Trifoliales

**Ubicación:** Guatemala  
**Tipo de Pago:** Efectivo, Depósito monetario, Cheque  
**Fecha de Cotización:** 25 de junio de 2010

Cantidad	Producto	Precio Unitario	Total
5,000	<b>Trifoliales</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Impresión Full color</li><li>• Impresión en Tiro y Retiro</li><li>• Papel Couche 80</li><li>• Cortado a tamaño carta</li><li>• 2 diseños de 2,500 cada uno</li><li>• Entrega a convenir</li></ul>	Q. 0.77	Q. 3,830.00
5,000	<b>Volantes</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Impresión Full color</li><li>• Impresión en Tiro</li><li>• Papel Couche 80</li><li>• Cortado a tamaño ½ carta (8.5"x5.5")</li><li>• Entrega a convenir</li></ul>	Q. 0.37	Q. 1,680.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q. 5,510.00</b>

Estos precios incluyen IVA

**Forma de Pago:**  
- 50% anticipo  
- 50% contra entrega

ATTE.

Carlos D. Gómez  
Cel. 5027-3235  
[www.creativebros.com](http://www.creativebros.com)

# Bibliografía

Calabró, Norberto  
*Identidad corporativa.*  
Biblioteca central USAC.

Chaves, Norberto, Raul Bellucia.  
*La marca corporativa.*  
Argentina:  
Editorial Paidos, 2003.

Choc Zalasar, Estuardo alfredo.  
*Rediseño de logotipo para el jardín botánico de la universidad de San Carlos de Guatemala: creacion de manual digital de normas Gráficas y guía, interactiva para la interpretacion de etiquetas de las especies de plantas*  
Tesis Univerisad de San Carlos de Guatemala.

Del Valle Ledesma, María.  
*Diseño y Comunicación Ivette Rivera pag 1 a la 5 informe basado en: Chaves, Norberto. Arfuch, Leonor. "Diseño Gráfico, ¿un orden necesario?.*  
Diseño y Comunicación. Paidos, México, 1997.

Hollis, Richar.  
*El diseño gráfico.*  
Editorial destino.

Martínez Val., Juan  
*Comunicacion en el diseño gráfico: la lógica de los mensajes visuales en diseño, publicidad e internet.*

Murphy tr John. Olcina Ayala Emili  
*Como diseñar marcas y logotipos*  
Murphy, john  
Rowe, michael (coaut).

Pedroni, Ana María  
*El mundo como imagen.*  
Guatemala:  
Ediciones de la Anormalidad, 2007.

Swan  
*Bases del Diseño Gráfico.*  
Editorial Gustavo Gili s.a

Vallés Arándiga, Antonio.  
*Mapas conceptuales, programa para su aprendizaje.*  
España:  
Editorial Disgrafos, 1994.

Wong, Wucius  
*Fundamentos del diseño.*  
España:  
Editorial Gustavo Gili, S.A., 1979.

## OTRAS FUENTES

[.http://logopond.com/](http://logopond.com/)

<http://blogvecindad.com/disenio-grafico-no-es-arte/2007/01/08>

[http://spanish.scientologyhandbook.org/sh5\\_3.htm](http://spanish.scientologyhandbook.org/sh5_3.htm)

<http://www.rppnet.com.ar/imagencorporativares.htm>

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/critologo/>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Isotipo\\_\(diseño\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Isotipo_(diseño))

<http://es.wikipedia.org/wiki/Logotipo>

<http://www.monografias.com/trabajos7/imco/imco.shtml>

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/jcosta.html>

<http://www.monografias.com/trabajos7/imco/imco.shtml?monosearch>

<http://www.monografias.com/trabajos10/mema/mema.shtml>

# Glosario

## Logotipo:

se puede decir que es la firma de una empresa, asociación, etc. con el que se pueden representar y que se puede aplicar en toda clase de material visual. La mayoría de los logotipos tienen como objetivo reflejar la identidad corporativa de una empresa y tiene una relevancia fundamental en el éxito de ésta.

## Isotipo

Es el icono o signo visual gráfico que remite a la empresa, debido a la similitud, (por la forma, el color); una marca donde la imagen funciona sin texto. (Por ejemplo: la manzana de Apple o la esfera compuesta por piezas de rompecabezas usada en esta enciclopedia)

## Marca

es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de un signo para la identificación de un producto o un servicio en el mercado. Pueden ser marcas las palabras o combinaciones de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, letras, cifras, formas tridimensionales (envoltorios, envases, formas del producto o su representación)

## imagen corporativa

Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de marketing en conjunto con los de comunicación que utilizan las relaciones públicas, campañas comunicacionales y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto. La imagen de una corporación no es creada solamente por la compañía. Otros factores que contribuyen a crear una imagen de compañía podrían ser los medios de comunicación, periodistas, sindicatos, organizaciones medioambientales, y otras ONG. Las corporaciones no son la única forma de organización que generan este tipo de imágenes. Los gobiernos, las organizaciones caritativas, las organizaciones criminales, las organizaciones religiosas, las organizaciones políticas y las organizaciones educativas todas tienden a tener una imagen única, una imagen que sea parcialmente deliberada y parcialmente accidental, parcialmente autocreada y parcialmente exógena.

## Tipografía

Es el oficio que trata el tema de las letras, números y símbolos de un texto impreso (ya sea sobre un medio físico o electromagnético), tales como su diseño, su forma, su tamaño y las relaciones visuales que se establecen entre ellos.

## Focus Group

Una entrevista en grupo es una oportunidad única de experimentar "el mercado" directamente. La mayoría de los estudios de investigación de mercado reduce las personas en números y porcentajes en un informe; pero en una entrevista en grupo las personas están allí en cuerpo y alma. Por esta razón, la entrevista en grupo proporciona una oportunidad especial de obtener un cuadro del comportamiento y actitudes, persona por persona, en vez de patrones agregados que son el resultado de la generalidad de los estudios en gran escala.

## Eslogan

Se considera el medio publicitario más efectivo para la atención sobre de un determinado producto. Habitualmente remarcar las cualidades o la calidad de dicho producto.

## Minimalista

En su ámbito más general, se refiere a cualquier cosa que haya sido reducida a lo esencial, despojada de elementos sobrantes. Es una traducción transliteral del inglés *minimalist*, que significa *minimista*, o sea, que utiliza lo mínimo (*minimal* en inglés). Es la tendencia a reducir a lo esencial. Se aplica también a los grupos o individuos que practican el ascetismo y que reducen sus pertenencias físicas y necesidades al mínimo, es también el significado a simplificar todo a lo mínimo. Este significado queda más claro si se explica que *minimalismo* en realidad quiere decir *minimismo*. El término "minimal" fue utilizado por primera vez por el filósofo británico Richard Wollheim en 1965, para referirse a las pinturas de Ad Reinhardt y a otros objetos de muy alto contenido intelectual pero de bajo contenido formal o de manufactura, como los *ready-made* de Marcel Duchamp

## Correo directo

(También conocido como *mailing*) es una variedad de marketing directo que consiste en enviar información publicitaria por correo postal o correo electrónico; esto es, un folleto publicitario que suele ir acompañado de una carta personalizada. Tanto el folleto como la carta son creaciones publicitarias que muestran los beneficios o ventajas de determinado producto.

# Anexos





# Modelo de Encuesta



¿Cree usted que el logotipo refleja la ideología de la institución Semilla de Esperanza y Amor?

SÍ \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿Cree usted que el logotipo es fácil de memorizar?

SÍ \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

Los colores del logotipo ¿le parecen apropiados?

SÍ \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

La tipografía utilizada en el logotipo ¿es agradable y amigable a su criterio?

SÍ \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿Podría usted recordar el nombre de la institución la próxima vez que vea el logotipo?

SÍ \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿El logotipo ¿es adecuado según la naturaleza de la institución (ONG)?

SÍ \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿Le parece que el logotipo es de buena calidad?

SÍ \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

¿Qué idea le transmite el logotipo?

---

---

---

¿Con qué sentimiento puede relacionar el logotipo?

---

---

---

¿Cuál es su opinión personal sobre el logotipo?

---

---

---



# Semilla de Esperanza y Amor

# Materiales Gráficos Encuestas

Trabajamos para  
una Guatemala mejor

## Sistema de Trabajo:

Se trabajan dos jornadas. En la mañana de 9:00am a 12:00 pm, con la participación de 35 niños entre las edades de 8 a 14 años, trabajando áreas de reforzamiento, del idioma inglés, se da almuerzo de 11:30pm a 1:30pm a los niños de las dos jornadas.

En la tarde de 1:30pm a 6:00 pm con la participación de 68 niños entre las edades de 2 a 14 años divididos en cuatro grupos con diferentes niveles de estudio. Se tiene diferentes actividades recreativas de deporte, arte plásticas manualidades, cocina y elaboración de collares.

## Registro Legal:

Resolución No. 2008-03-03-00002  
Semilla De Esperanza y Amor

## CONTACTENOS:

semilla-esperanza-amor@hotmail.com  
Oficina: San Mateo Milpas Altas  
enfrente del parque central

Tel: (502) 5043-1642

## PARA DONAR:

Banco Reformador  
Cuenta: 00761124337  
Semilla de Esperanza y Amor

Gracias,  
por ayudar a Semilla  
de Esperanza y Amor,  
Porque nos  
ayudas a ser  
cada  
día mejor

Semilla de  
Esperanza  
y Amor



Semilla de  
Esperanza  
y Amor

## Semilla de Esperanza y Amor

Abrió sus puertas en Octubre del 2007, Siendo una organización Guatemalteca que tiene por objetivo contribuir al desarrollo del país.

Trabajamos en una comunidad a 25 minutos de Antigua Guatemala, llamada SAN MATEO MILPAS ALTAS, con una población de 5,420 habitantes que en su mayoría son campesinos, el 65% habla cachiquel que es su idioma materno.

## Misión y Visión

Creemos que educación, salud, alimentación equilibrada y una vivienda segura es la base de un desarrollo con un mejor patrón de valores humanos.



## Educación

Se da reforzamiento a 93 niños de la escuela pública de la comunidad, clases de mecanografía a 9 niños, inglés a 93 niños, computación a 20 niños y apoyo a 9 jóvenes que están becados, 9 madres visitan las clases de alfabetización y se enseña corte y confección a 6 madres.

## Alimentación

Se le proporciona alimentación a los niños para que teniendo una buena nutrición sean capaces de resistir alguna enfermedad en su futuro.



## Mini-Guardería

Con la mini-guardería se les da oportunidad a las madres a que salgan a trabajar, cuidando de sus hijos mientras ellas pueden ser económicamente productivas.

## Vivienda

Se trabaja con 27 Familias que su situación de vida no da ninguna oportunidad para desarrollar a una situación de progreso. Para que en un futuro se puedan mejorar sus niveles de vida mediante la construcción de viviendas y donaciones de mobiliario.

## Deporte y Salud

Se insita a los niños y adolescentes a practicar deportes, como un medio de tenerlos alejados de las pandillas y la delincuencia, Respecto a salud se trazo un plan a futuro para poder atender áreas de: Neumología, odontología, pediatría, oftalmología y dermatología.



 **Semilla de Esperanza y Amor**

[semilla-esperanza-amor@hotmail.com](mailto:semilla-esperanza-amor@hotmail.com)

**Gracias por tu ayuda  
Y donaciones,  
porque tú eres quien  
tiene en sus manos  
el poder de apoyar  
nuestro futuro**



**Banco Reformador / Cuenta Semilla de Esperanza y Amor / No. 00761124337**

**Oficina: San Mateo Milpas Altas Frente al Parque Central  
Teléfonos: (+502) 5043-1652**

 **Semilla de Esperanza y Amor**

[semilla-esperanza-amor@hotmail.com](mailto:semilla-esperanza-amor@hotmail.com)

**PARA DONAR**

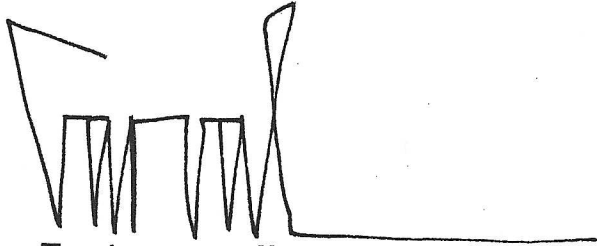
**Banco Reformador:  
Semilla de Esperanza y Amor  
No. 00761124337**

**Gracias por tu ayuda  
Y donaciones,  
porque tú eres quien  
tiene en sus manos  
el poder de apoyar  
nuestro futuro**

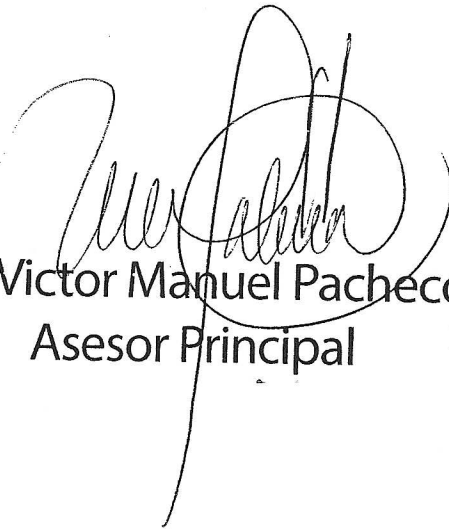


**Oficina: San Mateo Milpas Altas Frente al Parque Central  
Teléfonos: (+502) 5043-1652**

***imprimase***

A stylized, geometric handwritten signature consisting of several vertical lines of varying heights and widths, connected at the top and bottom.

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
Decano Facultad de Arquitectura  
USAC

A cursive handwritten signature with a large, prominent loop at the end.

Lic. Victor Manuel Pacheco  
Asesor Principal

A cursive handwritten signature with a large, sweeping loop at the beginning.

Jimmy Emanuel Ramirez Nunez  
Sustentante