

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Escuela de
Diseño Gráfico
Arquitectura

Hefzi-bá Beula

Identidad Corporativa

Proyecto de Graduación presentado por
Sergio Alexander Contreras Dávila
para optar al título de
Licenciado en Diseño Gráfico con énfasis Publicitario
egresado de la Facultad de Arquitectura de la
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, febrero de 2014.



Nómina de autoridades

Junta directiva de la Facultad de Arquitectura

| | |
|--------------------|---------------------------------------|
| Decano: | Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo |
| Vocal I: | Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea |
| Vocal II: | Arq. Edgar Armando López Pazos |
| Vocal III: | Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras |
| Vocal IV: | Br. Carlos Alberto Mendoza Rodríguez |
| Vocal V: | Br. José Antonio Valdés Mazariegos |
| Secretario: | Arq. Alejandro Muñoz Calderón |

Miembros del tribunal examinador

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
Arq. Alejandro Muñoz Calderón
Lic. Lourdes Pérez
Lic. Claudia Leal
Arq. Felipe Hidalgo

Índice

| | |
|----------------------------------|---|
| Agradecimientos y dedicatoria | 5 |
| Presentación | 7 |

capítulo 1

| | |
|---------------------|----|
| Antecedentes | 10 |
| Problema | 11 |
| Justificación | 12 |
| Objetivos de diseño | 13 |

capítulo 2

| | |
|--|----|
| Perfil del cliente y el servicio que brinda | 16 |
| Grupo objetivo | 18 |

capítulo 3

| | |
|---|----|
| Conceptos fundamentales relacionados con el tema sustantivo | 20 |
| Conceptos de diseño | 24 |
| Concepto creativo | 26 |
| Proceso de desarrollo de los Bocetos y decisiones de diseño | 26 |

capítulo 4

| | |
|--|----|
| Comprobación de eficacia y propuesta gráfica final | 32 |
| Propuesta gráfica final y Fundamentación | 40 |
| Propuesta gráfica del Manual de normas gráficas | 42 |
| Lineamientos para la puesta en práctica de la propuesta | 69 |
| Conclusiones | 71 |
| Recomendaciones | 72 |
| Bibliografía y fuentes consultadas | 73 |
| Glosario | 74 |
| Anexos | 77 |

Agradecimientos y dedicatoria

A **Dios**, el mayor creativo de todo.

A mis **padres**, por haberme apoyado hasta este punto.

A mis **hermanos**, por brindarme su apoyo incondicional.

A mi **familia**, que ha estado al pendiente.

A mi **equipo de trabajo**: Beto, Pablo, Carlos, Dieter (Las Hienas).

A mis **asesores**, por brindarme sus conocimientos.

A mis **amigos**, quienes me brindaron siempre la mano.

A **Loida**, por ser la ayuda idónea en este trayecto.

A **Akemi y Kenji**, que son la razón de mi esfuerzo.

A **Santiago**, por inspirarme a superarme.

A **Adobe**, mil gracias por las herramientas.

A **todo** aquel que de alguna forma a colaboró en mi desarrollo.

A **todos**, muchas gracias.

Presentación

Hefzi-bá Beula es una institución que se dedica a la integración de personas con problemas auditivos y actualmente no cuenta con una adecuada identidad corporativa que les permita darse a conocer de una manera adecuada, teniendo la necesidad de crear una nueva identidad corporativa que respalde la razón de ser de la institución.

En el presente proyecto se detalla el proceso para la creación de la nueva identidad corporativa, teniendo como meta obtener un diseño que cumpla con proyectar una mejor identidad de la institución, a través de un logotipo que la identifique, la imagen institucional y un manual de normas gráficas, con las especificaciones técnicas del uso adecuado del logotipo.



Capítulo

Introducción

1

1.1 Antecedentes

Cultura guatemalteca y el discapacitado

La sociedad guatemalteca está conformada por una gran diversidad étnica, cultural y por lo tanto lingüística; que enriquece el entramado del tejido social nacional.

Cada guatemalteco conforma esta nación, sin embargo, no todos los guatemaltecos se consideran parte de esta diversidad al verse excluidos, como es el caso de las personas con discapacidades.

La Organización Mundial para la Salud (OMS), define a la discapacidad como: **“Cualquier restricción o carencia (resultado de una deficiencia) de la capacidad de realizar una actividad en la misma forma o grado que se considera normal para un ser humano”**, por lo que un individuo con discapacidad(es) tiene dificultades en su desenvolvimiento social. Las discapacidades se dividen en: problemas visuales, auditivos, físicos, mentales.

Hefzi-bá Beula es una institución dedicada a la integración de las personas con problemas auditivos, con integración de valores, formando personas útiles a la sociedad guatemalteca.

Hefzi-bá Beula cuenta con un logotipo, el cual considera *que debe ser renovado y modernizado, proyectando una mejor imagen de la institución*¹.

Como institución que se dedica a la capacitación e integración de personas con discapacidades auditivas, es de gran importancia contar con una adecuada identidad corporativa, dado que para esta es muy importante que la comunidad identifique y conozca a la institución y los servicios que presta a la sociedad guatemalteca.

1. Gonzalez, Edith. Hefzi-bá Beula, Noviembre 2008.

1.2 Problema

Actualmente Hefzi-bá Beula carece de Identidad corporativa adecuada que la identifique con personas con deseos de formar parte de esta institución, lo que dificulta su proyección y labor con la sociedad, mediante una composición icono-tipográfica que permita a las personas identificarla y distinguirla entre otras instituciones. También influye la dificultad en lectura, escritura, pronunciación y memorización del nombre de Hefzi-Bá Beula, lo cual puede resultar perjudicial al branding de la institución.

1.3 Justificación

1.3.1 Magnitud

Para el 2005, el número de guatemaltecos con discapacidades representaba un 3.74% de la población nacional, es decir, 401,971 habitantes, de los cuales, 72,355 poseen deficiencia auditiva, según la encuesta del Instituto Nacional de Estadística –INE–.² En otros términos, esto significa que, de cada 200 guatemaltecos, uno o dos poseen deficiencia auditiva; o bien, que de cada mil nacimientos, 8 personas tienen problema auditivo en nuestro país. Hoy en día, con más de 13 millones de habitantes en el país, esta cifra podría ascender a los 90 mil guatemaltecos sordos. Y si a esto se le suma que la discapacidad auditiva es poco visible o identificable, seguramente, existe una alta posibilidad de que esta discapacidad pase desapercibida.

1.3.2 Trascendencia

Con una adecuada identidad corporativa, Hefzi-bá Beula logrará que el segmento de la población que esté interesado en colaborar con la integración de personas con discapacidades auditivas, tenga la oportunidad de acercarse a la institución, y con ello lograr la integración de más personas con discapacidades auditivas, mejorando la calidad de vida de estas en la sociedad guatemalteca.

1.3.3 Vulnerabilidad

Con el cambio de imagen, se pretende llegar a un mayor número de personas interesadas en aprender el lenguaje de señas con el fin de mejorar la integración de personas con discapacidad auditiva en la sociedad, que en el caso de estas personas, se ve agudizado por los inadecuados métodos de enseñanza de las instituciones educativas.

1.3.4 Factibilidad

Este proyecto es factible dado que existen organizaciones que aportan recursos a la institución, como parte de sus actividades laborales, en beneficio de la sociedad guatemalteca.

2.La población encuestada el año 2005, fue de 10, 758,805 de guatemaltecos.

1.4 Objetivos de diseño

General

Diseñar la imagen institucional de Hefzi-bá Beula, para mejorar su presencia de marca y dar una mejor proyección ante el grupo objetivo, el cual está interesado en colaborar en la integración de personas con discapacidad auditiva.

Específicos

1. Rediseñar el logotipo actual de la institución.
2. Crear la imagen institucional de Hefzi-bá Beula.
3. Realizar un manual de normas gráficas que regule la correcta aplicación de la nueva identidad.



DA
de
ob

HEF
ORM
DA

Capítulo

Perfil de la organización
que demanda el servicio
y público destinatario

2

2.1 Perfil del cliente y el servicio que brinda

2.1.1 Nombre

Hefzi-bá Beula ONG

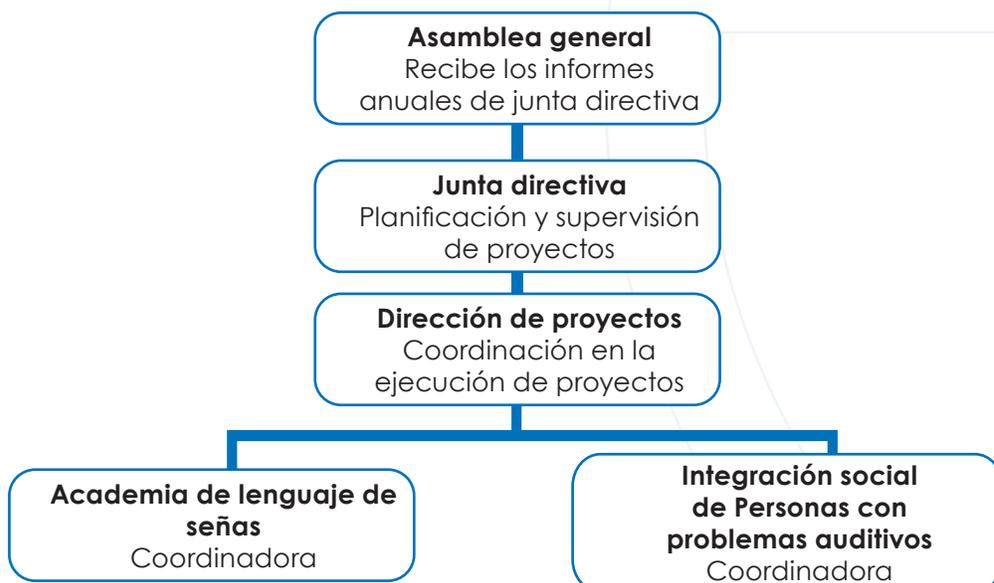
2.1.2 Descripción

Hefzi-bá Beula es una institución para personas con problemas auditivos que trabaja a favor de la integración social de la comunidad no oyente en la sociedad guatemalteca, mediante la facilitación de herramientas para el desarrollo integral en el área espiritual, física, laboral y emocional de la persona con discapacidad auditiva.

Hefzi-bá Beula se encuentra localizada en la 1av. "A" 2-23 zona 2, El Sauce, de la Ciudad de Guatemala. Es una institución no lucrativa, siendo el contacto directo al público la psicóloga Edith Paz.

2.1.3 Autoridades

De esta forma está compuesta la organización interna de Hefzi-bá Beula.



2.1.4 Propósito

Promoción de la Academia de lenguaje de señas.

Capacitación al liderazgo sordo.

Elaboración de materiales para la población sorda.

Capacitación a profesionales para la integración social.

2.1.5 Misión

Estandarizar el lenguaje de señas en Guatemala para el desarrollo integral de las personas con problemas auditivos.

2.1.6 Visión

Ser en el 2014 una institución que promueve procesos de desarrollo integral de las personas con Problemas Auditivos de Guatemala.

2.1.7 Historia

En el año 2000, se inicia informalmente con actividades al realizar 2 campamentos para niños sordos, y en el 2001 se establece una sede física, en la Avenida Simeón Cañas 7-13 de la zona 2, con el fin de atender a las personas sordas de forma integral. A finales del 2001 se lleva a cabo la primera Asamblea General, que daría inicio al proceso de establecimiento como una Organización no gubernamental (ONG). Sin embargo, sería hasta mayo del 2004, que la institución se constituiría legalmente como una ONG, Hefzi-bá Beula. Inscrita en el libro 1, folio 113, partida 113. Con excensión de impuestos No. 2007-5-1245-36 de fecha de cuatro de octubre, dos mil siete.

2.1.9 Actividades principales de la institución

Hoy en día, Hefzi-bá Beula trabaja en beneficio de personas con problemas auditivos, brindando herramientas para el desarrollo integral (en el área espiritual, física, laboral y emocional), especialmente a través de la capacitación a estudiantes y profesionales en el lenguaje de señas guatemalteco, con un estudio académico que además debe cumplir con 60 horas de práctica.

2.1.10 Logros como institución

- Capacitación a padres de personas con deficiencia auditiva.
- Capacitación a 4 iglesias protestantes que han integrado personas con deficiencia auditiva a sus comunidades.
- Curso de cultoras de belleza.
- Curso de computación.
- Realización de 5 congresos de capacitación laboral.
- Integración laboral de 25 jóvenes a una empresa.
- 300 estudiantes universitarios y profesionales egresados del curso de lenguaje de señas impartido por Hefzi-bá Beula.
- Elaboración de colección didáctica de gramática en lenguaje de señas guatemalteco.
- Elaboración de colección didáctica de formación ciudadana a personas con problemas auditivos.
- Elaboración de CD con información para la integración de personas con problemas auditivos.

2.2 Grupo objetivo³

Primario

| | |
|------------------|---|
| Región | Centro América, Guatemala, Departamento de Guatemala, Ciudad Capital. |
| Población | 1.229,000 habitantes. |
| Densidad | Urbana. |
| Clima | Cálido. |

2.3.2 Variables demográficas

| | |
|----------------------|-------------------------------------|
| Ingresos | De Q 2,500 en adelante. |
| Edad | De 8 a 40 años. |
| Sexo | Masculino y femenino. |
| Clase social | B, C y D. |
| Educación | Desde primaria hasta universitaria. |
| Ocupación | Estudiante / trabajos diversos. |
| Origen étnico | Ladino e indígena. |

Personas interesadas en aprender lenguaje de señas con el objetivo de colaborar en la integración de personas con discapacidades auditivas, principalmente universitarios, quienes actualmente aportan los fondos principales para el funcionamiento de la institución.

Secundario

| | |
|------------------|---|
| Región | Departamento de Baja Verapaz, Rabinal. ⁴ |
| Población | 45,000 habitantes. |
| Densidad | Rural. |
| Clima | Templado. |

2.3.2 Variables demográficas

| | |
|----------------------|-------------------------------------|
| Ingresos | De Q 1,800 en adelante. |
| Edad | De 8 a 40 años. |
| Sexo | Masculino y femenino. |
| Clase social | B, C y D. |
| Educación | Desde primaria hasta universitaria. |
| Ocupación | Estudiante / trabajos diversos. |
| Origen étnico | Ladino e indígena. |

Familiares de personas con discapacidades auditivas, que desean integrar seres queridos a la sociedad.

3. González, Edith. Hefzi-bá Beula, noviembre de 2008.

4. Se centra principalmente en Rabinal por tener sede en ese municipio, además de los costos que la organización asume para la integración de personas con problemas auditivos, posteriormente se considera ampliar la cobertura.

Capítulo

Concepto de Diseño y
Bocetos

3

3.1 Conceptos fundamentales

El oído

El órgano del oído es el encargado de captar las señales acústicas que llegan a través del aire en forma de ondas sonoras. Está constituido por tres partes: oído externo, oído medio y oído interno, aloja también el órgano del equilibrio.

Sonido

El sonido se produce por las vibraciones mecánicas del aire u otros medios que pueden ser percibidos por el oído humano.⁵

Proceso de audición

Swift y Terzief (1989) afirman que *el sonido es un ente físico que, al hablar, se produce por las diferentes vibraciones que tienen lugar en la laringe*. El sonido, "experimenta tres transformaciones desde el momento en que estimula el oído externo hasta el proceso final en el cerebro humano".

- El sonido llega al oído externo como energía acústica.
- Al llegar al tímpano se convierte en energía mecánica que pasa al oído interno.
- A través del líquido del caracol y de las estructuras vestibulares, la energía hidráulica se convierte en impulso neuroeléctrico que es transmitido al cerebro.
- Se produce la captación de las ondas sonoras que se dirigen al pabellón de la oreja y de allí al tímpano a donde llegan a través del conducto auditivo externo.
- Cuando las ondas sonoras llegan al tímpano se produce la transmisión vibratoria.
- Cuando el sonido llega al oído interno se producen tres procesos: filtrado, distribución y transducción, estimulando el órgano de Corti.⁶

El desarrollo del lenguaje

Piaget afirmó que el desarrollo del pensamiento se da en cuatro diferentes etapas:

- Sensoriomotriz
- Pre-operacional
- Operaciones Concretas y
- Operaciones Formales

5. De Wantland, Arce. *Problemas auditivos. Investigación, asesoría en proyectos y desarrollo educativo (INAPRODE)*. Guatemala. Pag3.

6. De Wantland, Arce. *Problemas auditivos. Investigación, asesoría en proyectos y desarrollo educativo (INAPRODE)*. Guatemala. Pag5.

Johnston y Johnston (1991) proporcionan la siguiente descripción de las etapas:

Etapasensoriomotriz. El niño que se encuentra en la fase sensoriomotriz del pensamiento puede comenzar a expresar palabras sin significado (jerga) que poco a poco irán cediendo para dar lugar a la capacidad de formar representaciones internas de objetos y acciones.

Etapapre-operacional. Etapa en la que el niño construye símbolos, utiliza lenguaje y realiza juegos de simulacros. De acuerdo a la teoría de Piaget, en esta etapa el niño se caracteriza por tener un pensamiento y lenguaje egocéntricos y estáticos aunque, entre los cuatro y los siete años de edad, utiliza el pensamiento inductivo.

Operaciones concretas. En esta etapa, se ha asimilado o acomodado la estructura del lenguaje y el habla del mundo adulto, pero los niños continúan refinando el uso en la comunicación y su vocabulario continúa incrementándose. Ahora tienen un grupo de operaciones que les permiten interactuar con el mundo.

Operaciones formales. El pensamiento formal es una orientación generalizada hacia la solución de problemas. Es un pensamiento racional y sistemático en el que la persona tiene conciencia para reflexionar en las reglas que posee, en sus propios pensamientos y en lo que sabe.⁷

Problemas auditivos

Se entiende por problemas auditivos la pérdida que tiene un individuo en su capacidad para oír.

Clasificación de los problemas auditivos

Los problemas auditivos tienen diferentes formas de clasificarse.

Sordo

Este término identifica a las personas cuya audición está tan impedida que no pueden utilizarla para desenvolverse normalmente en el medio ambiente (personas que utilizando o no una prótesis auditiva no escuchan ningún sonido ni pueden responder a él).

7. De Wantland, Arce. *Problemas auditivos. Investigación, asesoría en proyectos y desarrollo educativo (INAPRODE).* Guatemala. Pág.6.

La emisión del signo gestual no se limita sólo al movimiento de una parte del cuerpo sino que intervienen la cabeza, los ojos, las cejas, la boca y las diversas formas que pueden adoptar las manos y el cuerpo.

Hipoacúsico o duro de oído

Este término identifica a las personas cuya audición es deficiente, pero que pueden utilizarla para los propósitos de la vida diaria.

Las personas hipoacúsicas tienen una audición residual que se define como los restos auditivos existentes dentro de la gama tonal representada en la cóclea.

Comunicación

La comunicación es la acción por medio de la cual se hace participar a un individuo situado en una época, en un punto dado, de las experiencias y estímulos del entorno de otro individuo situado en otra época y en otro lugar, utilizando los elementos cognoscitivos que tienen en común.

Componentes de un modelo del proceso en la comunicación

Se puede decir que toda comunicación humana tiene una fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación y que utiliza un canal para enviar un mensaje a un receptor, quien decodifica el mensaje y a su vez realiza una retroalimentación, empezando nuevamente el proceso de comunicación.

Lenguaje

El lenguaje constituye otra manifestación simbólica. A pesar de ser el medio por excelencia para la transmisión del pensamiento, no es suficiente para satisfacer todas las necesidades de la función simbólica, dado que principalmente se emplea para transmitir conceptos y no cubre todas las actividades relacionadas con la percepción. Es necesario recurrir a la imaginaria simbólica cuando se evocan percepciones pasadas o se anticipan futuras percepciones.

Lenguaje de señas

Los primeros en interesarse en la lengua de señas (o más bien por las señas) de cada país, fueron los frailes educadores. En el siglo XVIII, el abad De L'Epee, en Francia, y posteriormente Gallaudet, en Estados Unidos, como el monje español Ponce de León, desarrollaron una línea que se llamó "manualista", la cual confería a las señas un valor pedagógico, principalmente como medio para manualizar la lengua oral. Con el "receso" del manualismo después del Congreso de Milán en 1880, el interés por las señas decayó hasta que los educadores lo retomaron en la década de 1960, simultáneamente al desarrollo de una verdadera lingüística de las señas.

La comunicación mediante el lenguaje de señas es compleja porque se realiza en espacio variante con combinaciones simultáneas, incluyendo relaciones contextuales, pero no con un lenguaje lineal.



3.2 Conceptos de diseño

Imagen

Es la representación de una situación real o virtual, directa o transcrita que posee un sentido real o concreto a través de la vista.

Señal

Elementos que se originan exclusivamente para transmitir el mensaje.

El signo

El signo tiene dos elementos que lo componen:

Significado: conjunto de variables del mensaje que admite una señal.

Significante: concierne al contenido externo y visible del término.

El signo se clasifica en tres partes:

Icono: se forma a imagen del objeto y que por lo tanto tiene ciertas características comunes (por lo menos una) con el objeto.

Índice: representa la relación directa con el objeto y su circunstancia. Ejemplo, una huella digital.

Símbolo: es una representación gráfica en dos dimensiones de un objeto o parte del que se ha simplificado a través de líneas para darles mayor visual y utilizarla como distintivo.

Percepción

Es una respuesta a un estímulo físicamente definido que implica un proceso constructivo mediante el cual un individuo organiza los datos que perciben sus modalidades sensoriales y los interpreta a través de sus recursos, es decir, sobre la base de sus experiencias previas.

Percepción visual

La percepción visual implica reconocer, discriminar e interpretar estímulos visuales asociándolos con experiencias previas.

Diseño

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito, que a diferencia de la pintura y la escultura, que son la realización de las visiones personales, el diseño cubre exigencias prácticas.

Diseño gráfico

Es el oficio de construir y seleccionar signos y colocarlos adecuadamente en una superficie con el fin de transmitir ideas.⁸

8. Richard Hollis. *¿Qué es el Diseño Gráfico?* Mexico. Gustavo Gili. 2002.

Color

Por definición, color es la sensación resultante de la estimulación de la retina del ojo por ondas lumínicas. Los colores están presentes en la naturaleza, en las formas, en los objetos y es lo que brinda volumen, profundidad y personalidad.

Colores luz

El sistema de definición de colores aditivos RGB, usado en diseño gráfico digital y en diseño Web, parte de tres colores primarios, rojo, verde y azul, de los cuales es posible obtener los demás espectros.

Colores pigmento

El sistema CMYK, define los colores de forma similar a como funciona una impresora de inyección de tinta o una imprenta comercial de cuatricromía. El color resulta de la superposición o de colocar juntas gotas de tinta semitransparente, de los colores cian (un azul brillante), magenta (un color rosa intenso), amarillo y negro.

Identidad corporativa

Es el conjunto de especificaciones técnicas de cómo se debe utilizar el logotipo de la institución, así como conceptos, tipos de letra, colores, papelería, imágenes, formatos, signos, etc.

Logotipo

Es una imagen, un tipo de letra, un símbolo o una combinación de estos, que es al mismo tiempo forma y sustancia, imagen e idea, que debe ser reconocible y lo suficientemente habitual para recordarse. Debe ser lo bastante simple como para ser leído en un instante y suficientemente rico en detalles para significar algo o sea interesante.

La diagramación

También llamada maquetación, es un oficio del Diseño editorial que se encarga de organizar en un espacio, contenidos escritos, visuales y en algunos casos audiovisuales (multimedia) en medios impresos y electrónicos, como libros, diarios y revistas.

Estrictamente, el acto de diagramar tan solo se relaciona con la distribución de los elementos en un espacio determinado de la página.

3.3 Concepto creativo

Durante el proceso de investigación se obtuvo información importante para iniciar el proceso de diseño y conceptualización, Hefzi-bá Beula busca modernizar su imagen, manteniendo el carácter serio que necesita, por lo que se optó por el concepto de Modernidad en donde el grafismo es una abstracción de las consonantes H y B en el lenguaje de señas, siendo estas las iniciales de Hefzi-bá Beula, el nombre de la institución.

El concepto Moderna Hefzi-bá Beula es el resultado del Método de 3 Etapas.

Primera fase: Se obtiene la mayor cantidad y calidad de información respecto a la problemática.

Segunda fase: Se transforma esta información en herramientas de diseño que puedan ayudar en el proceso creativo.

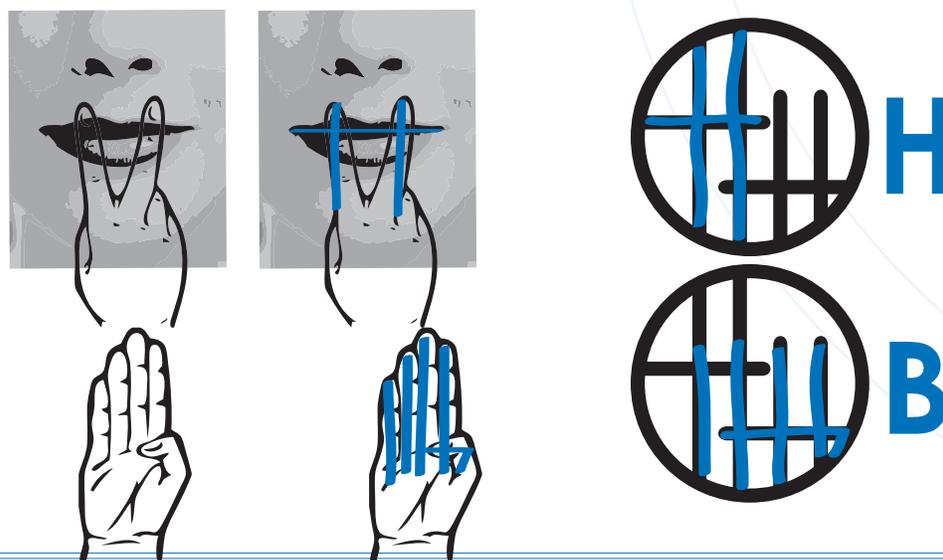
Tercera fase: Se desarrolla el proceso creativo, moldeando varias ideas y conceptos, con el fin de transmitir el mensaje que se plantea: **Hefzi-bá Beula, una entidad seria y moderna**, preocupada por la correcta integración de las personas con problemas auditivos.

Técnica Creativa: Se optó por un mapa mental, el cual es un diagrama usado para representar las palabras, ideas, tareas u otros conceptos ligados y dispuestos radialmente alrededor de una palabra clave o de una idea central.

3.4 Bocetaje

Proceso de desarrollo de los bocetos y decisiones de diseño prebocetaje

En los pre-bocetos se trabajó las distintas formas para logotipos, entre las opciones destacaron las composiciones tipográficas, posteriormente se procedió a escoger un tipo de logotipo respectivamente de la clasificación antes mencionada, trabajando variaciones y diagramaciones de los mismos.



El grafismo es una abstracción de las consonantes H y B en el lenguaje de señas, siendo estas las iniciales de Hefzi-bá Beula, el nombre de la institución.



Mapa mental

Logotipo tipográfico

hefzi-bá beula

hefzi-bá
beula

hefzi-bá
beula

hefzi-bá
beula

Logotipo alusivo

hefzi-bá
beula

hefzi-bá
beula

Logotipo abstracto

hefzi-bá
beula

hefzi-bá
beula

hefzi--beula



hefzi-b
beula

Variaciones logotipo abstracto

hefzi-bá
beula 



hefzi-p
beul 



hefzi-p
beul 



hefzi-p
beul 

Propuesta final

hefzi-p
beul 



Estrategia de comunicación

La estrategia de comunicación se basa en la elaboración de un Manual de Normas Gráficas que contenga todas las especificaciones técnicas del uso correcto del logotipo y la correcta implementación de la papelería institucional. Muestra de color y el material promocional con el cual se dará a conocer la nueva imagen de la institución, con el fin de mantener la línea de diseño de acuerdo a las necesidades de comunicación de la institución. Esto como parte del asesoramiento que debe tener una institución para lograr implementar correctamente la identidad corporativa

Capítulo

Comprobación de
eficacia y propuesta gráfica final

4

4.1 Validación

Validación con grupo objetivo y cliente

Se concretó una cita con la junta directiva de la institución, se les informó acerca del proyecto y se les realizó una serie de preguntas, en las cuales cada uno de los integrantes colocaba un comentario.

Perfil del informante

Junta directiva de la institución, profesionales de diversas áreas, de 37 años a 45 años de edad, casados, con ingreso aproximado de Q6,000.00, padres de familia, evangélicos, intérpretes de lenguaje de señas, con visión de contribuir con el más necesitado.

Metodología

Se optó por **grupo focal** dirigido mediante entrevista. Esta técnica que consiste en realizar un estudio de opiniones de un grupo de personas con conocimiento del tema en cuestión, en este caso fue realizado con un grupo de 10 personas, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión, en la que se indaga en las actitudes y reacciones (ver guía de instrumentos de validación en Anexos).

Interpretación de resultados

Algunos de los resultados más significativos fueron:
¿Considera que este logotipo cumple con el objetivo de identificar a la institución?

Se considera que el grafismo es una excelente propuesta, la cual cumple a cabalidad con la filosofía y misión de la institución.

¿Es la propuesta cromatológica adecuada al concepto de la nueva imagen de la institución?

La utilización de los colores es correcta y brinda continuidad y presencia a la imagen proyectada anteriormente.

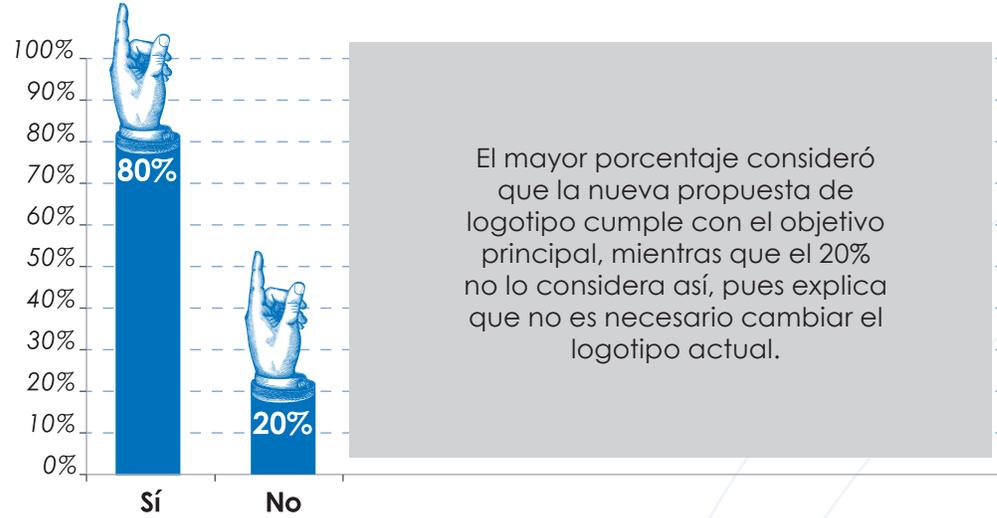
¿Considera que todos los elementos de diseño siguen el concepto planteado con anterioridad?

Se considera que el la tipografía debería ser un poco más amigable y menos rígida.

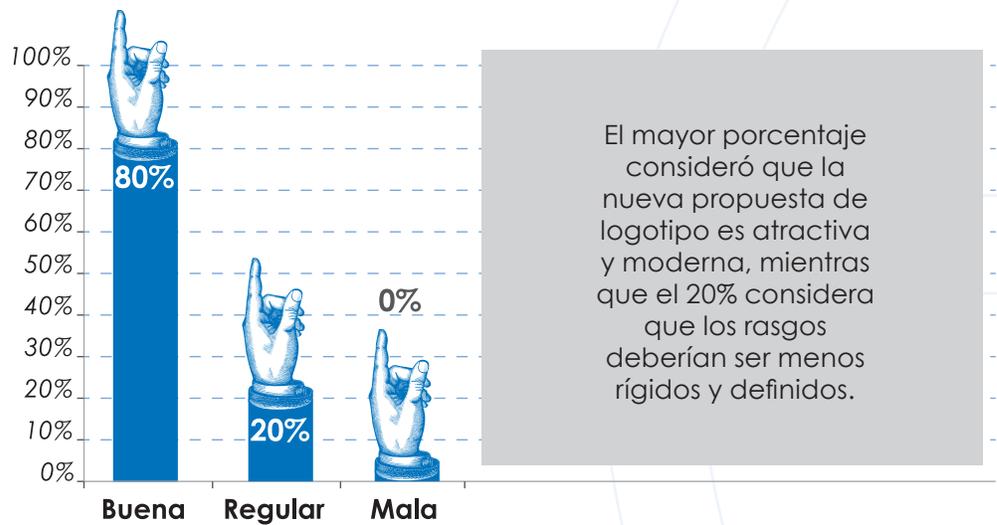


Resultados obtenidos

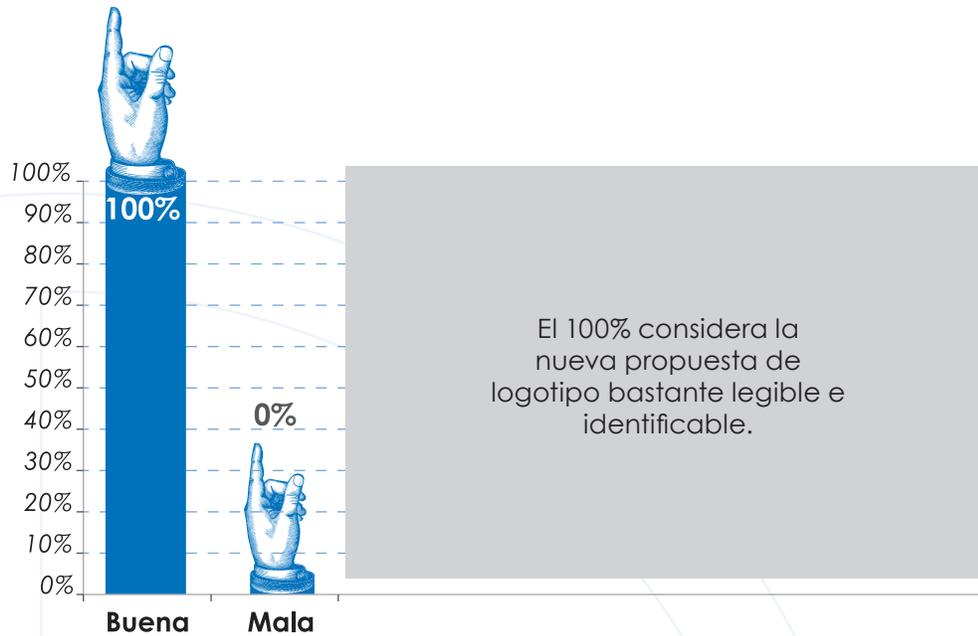
¿Considera usted que este logotipo cumple con el objetivo de identificar a la institución?



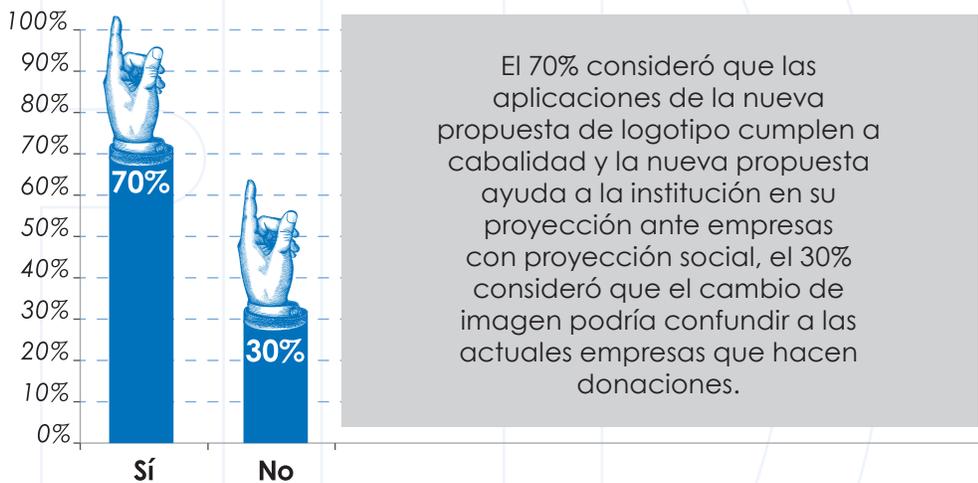
¿Cómo considera la propuesta del Logotipo?



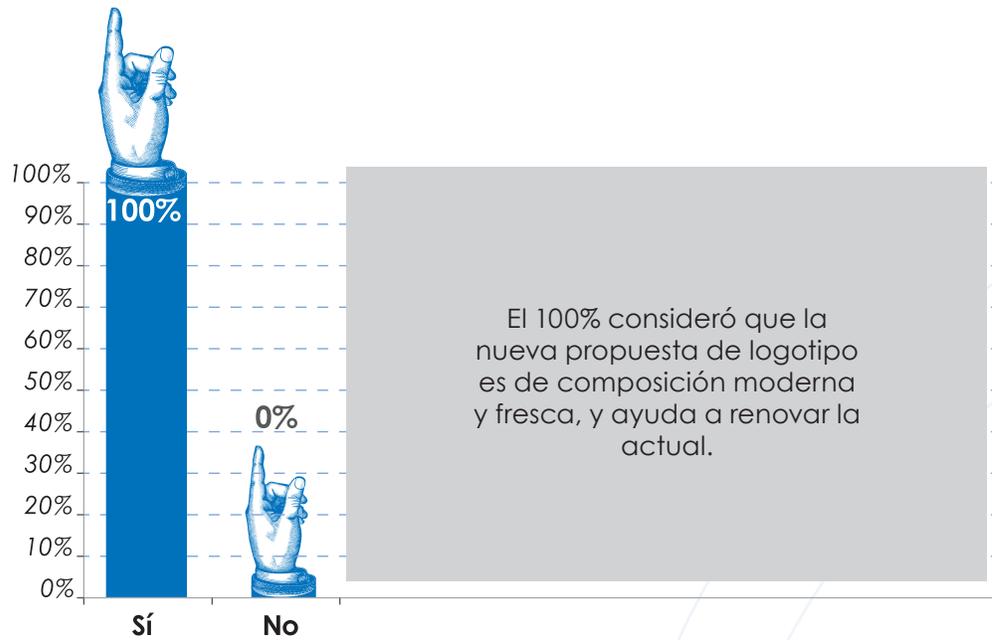
¿Cómo considera la legibilidad del Logotipo?



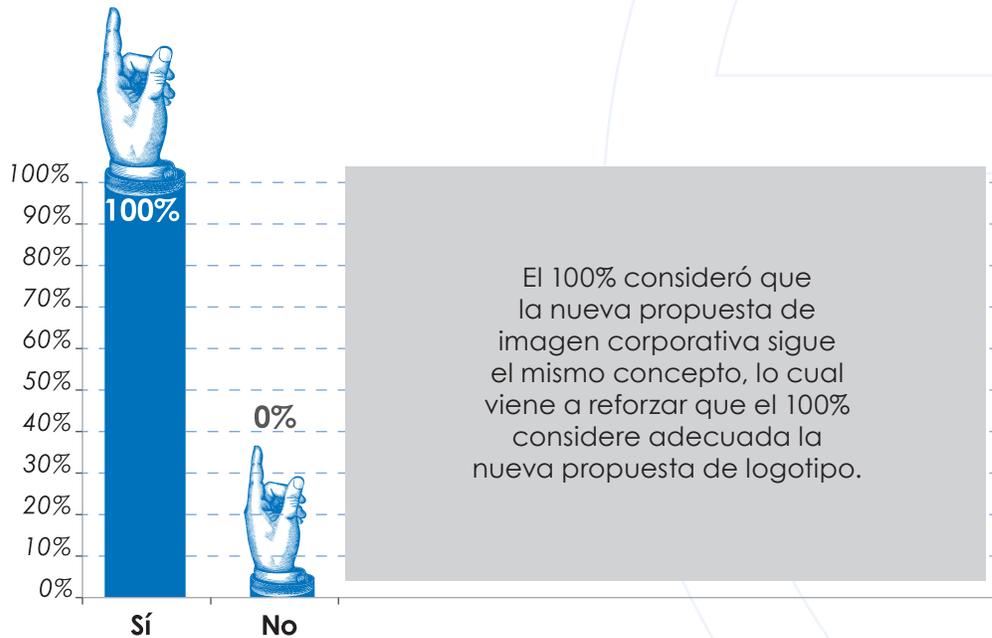
¿Cree que todas las aplicaciones cumplen con mantener la identidad corporativa de la institución?



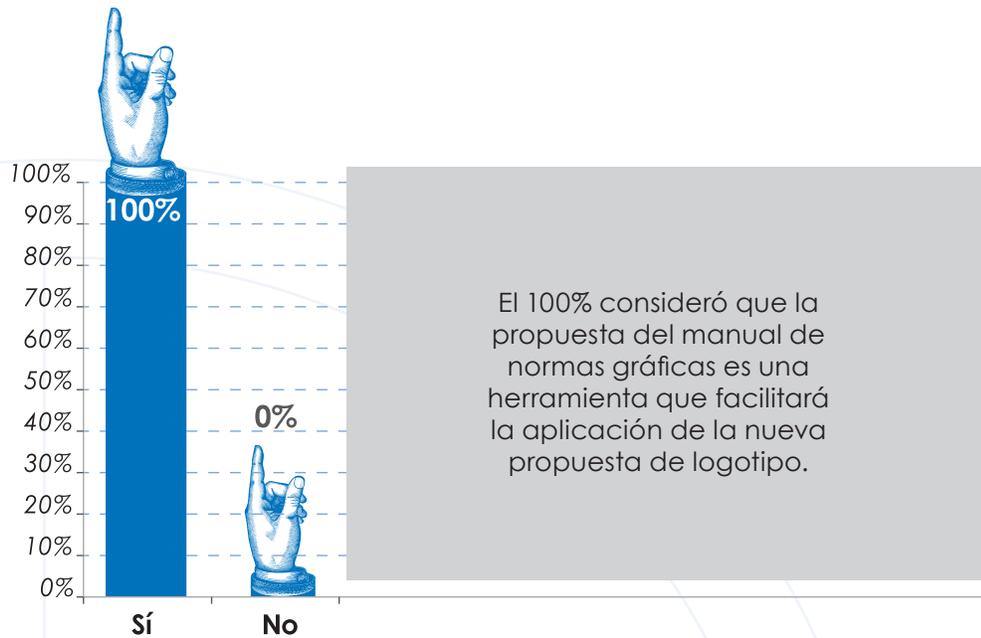
¿Considera que el concepto de Hefzi-bá Beula refleja modernidad en la identidad corporativa de la institución?



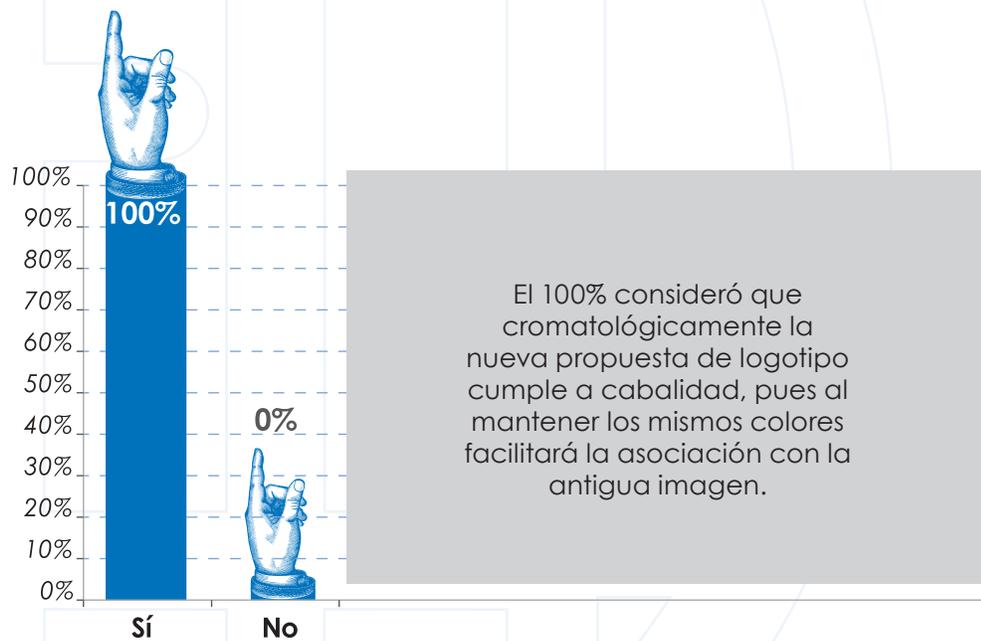
¿Cree que todos los elementos de diseño siguen el mismo Concepto?



¿Este manual de normas gráficas cumple con los requerimientos de comunicación visual?



¿La propuesta cromatológica es adecuada y transmite el concepto?



Validación con expertos en el diseño

En una sesión de estudio se proyectó y discutió la solución al proyecto frente a estudiantes de diseño gráfico, del 10mo semestre con énfasis publicitario. En esta sesión fueron expresadas las dudas y sugerencias, las cuales eran resueltas en ese momento.

Perfil del informante

Jóvenes estudiantes de la Universidad de San Carlos, de la facultad de Arquitectura, cursando la licenciatura en Diseño Gráfico con énfasis publicitario, residentes en el área capital, estudiantes y trabajadores, comprendidos en las edades de 23 años a 30 años de edad, de un nivel socio-económico medio, medio alto, con ingresos aproximados de Q3, 000.00 mensuales.

Metodología

Grupo focal, técnica de estudio que es utilizada para recolectar opiniones y sugerencias apoyándose para ello en una guía de validación (ver anexos), con la que es posible aclarar dudas, dado que permite encontrar soluciones rápidas a las interrogantes que surgen durante el proceso.

Interpretación de resultados

Se interpretó la información recopilada, obteniendo resultados significativos como:

¿Se identifica el logotipo con la filosofía y acción a la cual se dedica la institución?

Declararon que es una propuesta interesante y una composición agradable.

¿Considera que es legible el logotipo para las aplicaciones en la que se pueda ver involucrada la imagen de la institución?

Se considera visualmente agradable y llamativa, además se propuso reducir el nombre para la propuesta gráfica.



4.2 Propuesta gráfica final y fundamentación



El logotipo Hefzi-bá Beula

El logotipo de Hefzi-bá Beula es pieza clave del programa de identidad y debe ser utilizado para representar a toda la institución.

Cromática

En la práctica, el color azul profundo aporta al logo fuerza y distinción, además del color negro que es elegante y que reforza la seriedad de la institución.

Iconográfica

El grafismo representa las letras H y B en lenguaje de señas, está circunscrito en un círculo que representa la integración de las personas con discapacidades auditivas a la sociedad guatemalteca.

Tipográfica

De carácter moderno y serio seleccionando una familia palo seco Asenine para la composición del logotipo y Century Gothic como tipografía institucional.

Asenine
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !"#\$%&'()*=¿?*;^+¨:_.-@#

tipografía
logotipo

Century Gothic
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !"#\$%&'()*=¿?*;^+¨:_.-@#

**tipografía
institucional**

Asenine

Esta será única y exclusivamente utilizada como parte de la composición del logotipo cuando en alguna circunstancia y con previa autorización se coloque el logotipo solo con tipografía.

La familia Century Gothic será utilizada como tipografía complementaria, la cual será utilizada para realizar todo tipo de redacción por parte de la institución, dándole unidad e identidad a las piezas que se elaboren.

4.3 Propuesta gráfica del Manual de normas gráficas



Normas Gráficas

Hefzi-bá Beula

El logotipo Hefzi-bá Beula

El logotipo de Hefzi-bá Beula es la combinación del nombre formado por el grafismo de las letras H y B en lenguaje de señas, integrados en un círculo de tamaño fijo.

El logotipo de Hefzi-bá Beula es pieza clave del programa de identidad y debe ser utilizado para representar a toda la institución.

En la práctica, el color azul profundo provoca que el logotipo sea fuerte y distintivo, además del color negro que es elegante y resalta la seriedad de la institución. EL grafismo representa las letras H y B en lenguaje de señas, y está integrado en un círculo que representa la integración de las personas con problemas auditivos a la sociedad guatemalteca.

Está diseñado para una aplicación fácil a los distintos materiales publicitarios en los que representan Hefzi-bá Beula y su experiencia en materia de integración de las personas con problemas auditivos.

Se muestran las versiones correctas del logotipo sobre distintos colores de fondo, así como especificaciones cromáticas. En fotocopias, avisos publicitarios, anuncios de prensa y otras situaciones en que no se puede utilizar color, es aceptable el logotipo en negro.

Se provee asimismo un bosquejo del logotipo, para su empleo cuando se requiere una versión más liviana y delicada, y cuando el logotipo se ubica sobre un fondo azul Hefzi-bá Beula.

Cualquiera que sea la aplicación, el logotipo de Hefzi-bá Beula siempre debe reproducirse utilizando la versión original. Dado que las proporciones, el tamaño y la ubicación de las letras son fundamentales para su eficacia, sólo deberán utilizarse copias autorizadas de la marca para su reproducción. Nunca intente reconstruir o volver a dibujar el logotipo.

Versiones de logotipo



Logotipo versión original

El uso preferible del logotipo de Hefzi-bá Beula será en áreas claras y se utilizarán los colores apropiados según el sistema de impresión que se utilice, por asuntos de costos.



Logotipo en color invertido

Cuando el color de fondo sea negro el texto del logotipo tendrá que ser de color blanco y se utilizarán los colores apropiados según el sistema de impresión que se utilice, por asuntos de costos.



Logotipo sobre color azul

Cuando el color de fondo sea visualmente con las características de color similares al utilizado por Hefzi-bá Beula, el grafismo del logotipo tendrá que ser utilizado de color blanco y se usará la mezcla de colores apropiada según el sistema de impresión que se utilice.



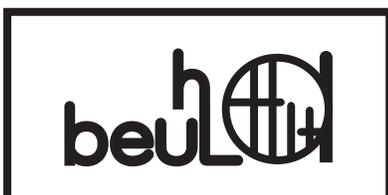
Logotipo en fotografía oscura

Cuando se utilicen fotografías que contengan colores oscuros, todo el logotipo tendrá que ser de color blanco.



Logotipo en fotografía clara

Cuando se utilicen fotografías que contengan colores claros, el logotipo se utilizará de la manera preferible y se utilizarán los colores apropiados según el sistema de impresión que se utilice, por asuntos de costos.



Logotipo en positivo a un color

Cuando no se pueda utilizar color se utilizará el logotipo en positivo, según sea el diseño que se desee emplear.



Logotipo en negativo a un color

Cuando no se pueda utilizar color se utilizará el logotipo en negativo, según sea el diseño que se desee emplear.

Política de Hefzi-bá Beula sobre la utilización del logotipo y el nombre

Las direcciones y dependencias de la Sede deberán utilizar el nuevo logotipo de Hefzi-bá Beula como único logotipo. No deberán utilizarse otros logotipos distintos ni independientes. No hay excepciones a esta regla. En las Normas Gráficas se provee la plantilla para este uso.

- a) En todas las revistas, informes, libros, folletos y volantes impresos el logotipo de Hefzi-bá Beula deberá estar ubicado en el ángulo superior derecho de la tapa de la publicación.
- b) Cuando se prepare una publicación con otros asociados, todos los logotipos deberán ubicarse sobre la misma línea, ya sea en la parte inferior o superior de la tapa de la publicación.

Todos los logotipos deberán ser visualmente equivalentes; ningún logotipo deberá destacarse por sobre los demás logotipos de las organizaciones o los organismos asociados. No hay excepciones a esta norma.

- c) Los logotipos de las imprentas comerciales deberán figurar en un lugar discreto de la contratapa de la publicación, sobre el lomo o en las páginas interiores.

Cualquier iniciativa o programa que forme parte de Hefzi-bá Beula o esté administrada directamente por éste, deberá exhibir el logotipo de Hefzi-bá Beula como único logotipo.

No deberán utilizarse otros logotipos distintos ni independientes. No hay excepciones a esta regla.

Todos los proyectos ejecutados sobre el terreno por Hefzi-bá Beula deberán exhibir el nuevo logotipo como único logotipo. En caso de ser necesario, el nombre del proyecto deberá figurar en su versión completa junto al logotipo (y no debajo de éste).

No deberán utilizarse otros logotipos distintos ni independientes. No hay excepciones a esta regla. En caso de que el proyecto esté administrado conjuntamente con un asociado que deba ser reconocido visualmente, el nuevo logotipo de Hefzi-bá Beula deberá utilizarse únicamente en combinación con el logotipo del otro o los otros asociados.

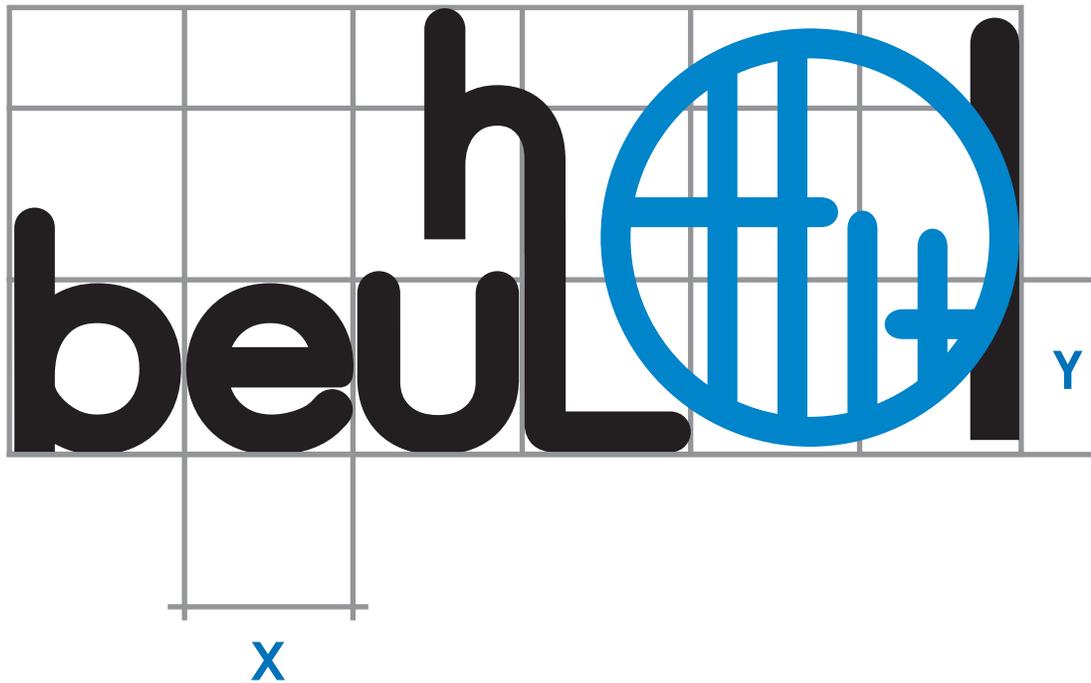
Todas las oficinas de enlace, direcciones y dependencias de Hefzi-bá Beula deberán utilizar el logotipo de Hefzi-bá Beula, y no deberán agregar el nombre de su departamento al logotipo.

Para la papelería, se estipulan las tipografías normalizadas para el nombre, así como la diagramación normalizada, con una ubicación en un espacio de tamaño fijo entre el nombre y el logotipo.

Relaciones espaciales del logotipo de Hefzi-bá Beula

El logotipo está construido tomando como unidad la letra e, es decir que la medida de $e=X$.

El logotipo tiene $6X$ de base y $2X+1/2X$ de alto.



Tipografía

Se ha seleccionado la familia tipográfica "Asenine" para el diseño del logotipo y "Century Gothic" la tipografía de toda la papelería, así como para los titulares y títulos del material impreso, como tapas y afiches. "Century Gothic" está disponible en una gran variedad de pesos y se adapta bien tanto al tamaño texto como a los cuerpos de mayor tamaño.

La utilización generalizada de esta tipografía intensifica y fortalece la identidad de Hefzi-bá Beula y forma parte integral del sistema visual corporativo.

Asenine

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**

Esta será única y exclusivamente utilizada como parte de la composición del logotipo cuando en alguna circunstancia y con previa autorización se coloque el logotipo solo tipográfico.

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**

Century Gothic Italic

*ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz***

Century Gothic Bold

ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz****

Century Gothic Bold

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuv**wxyz**

La familia Century Gothic será utilizada como tipografía complementaria para realizar todo tipo de redacción por parte de la institución, dándole unidad e identidad a las piezas que se elaboren.

Especificaciones cromáticas

Por favor, remítase al gráfico de especificaciones cromáticas para el color Hefzi-bá Beula cuando se reproduzca el logotipo.

Los colores definitivos impresos pueden variar considerablemente según el papel, la cantidad de tinta y el proceso de impresión utilizados.

Si bien las fórmulas que figuran en esta página constituyen una guía importante, conviene que se entregue a la imprenta una muestra de color para fines de comparación siempre que sea posible.

Los archivos del tipo JPEG por lo general están definidos como RGB y se recomienda su utilización para presentaciones, incluido Power Point.

Así como los colores hexagesimales para diseño web.

Impacto ambiental de la impresión

Todos los subproductos del proceso de impresión tienen un efecto adverso sobre el medio ambiente.

Se recomienda utilizar papel reciclado y tintas vegetales para reducir el impacto ambiental, cuando estén disponibles y ello sea económicamente factible.

Pantone 300 EC

C 100 M 50 Y 0 K 0

R 0 G 113 B 188

#0071bc

K 100

R 0 G 0 B 0

Usos incorrectos

Una identidad bien establecida y presentada de manera coherente constituye un activo sumamente valioso. A fin de proteger y fortalecer el carácter de marca registrada del logotipo, las versiones oficiales no deben alterarse, modificarse, cambiarse ni aumentarse en forma alguna.

Los ejemplos incorrectos que se reproducen en esta página ilustran algunos errores comunes que deben evitarse. La utilización incorrecta del logotipo menoscaba los esfuerzos de Hefzi-bá Beula por proyectar una imagen unificada.



Cambiar la composición del logo



Sesgar el logo a lo alto



Contornear el logo



Cambiar el color al logo



Alargar el logo



Alterar algún elemento del logo

Usos incorrectos



Juntar el logo



Desalinearse el logo



Sesgar el logo a lo largo

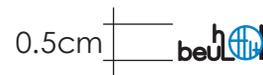


Expandir el logo



Sustraer parte del logo

Nota: Se recomienda no reducir el logotipo a un tamaño menor a 0.5cm de altura para lograr una correcta lectura.



Utilización del logotipo

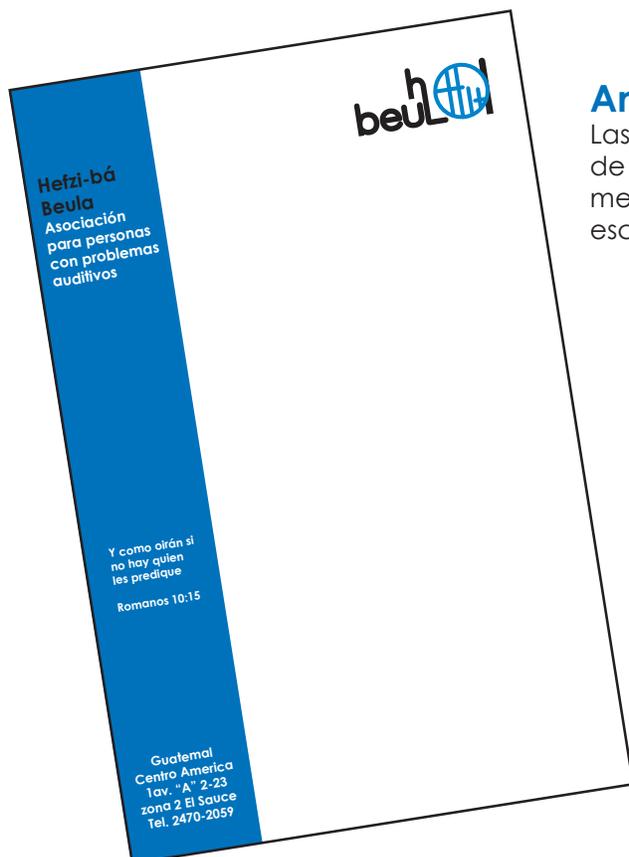
Artículos de papelería

Los artículos básicos de papelería que se reproducen a continuación fueron cuidadosamente desarrollados. El formato de carta mecanografiada es parte integral del diseño total y, si se sigue, complementa y completa el diseño de la papelería.

Tarjetas de presentación

Las especificaciones de las tarjetas de presentación corresponden a la medida 3,5" x 2" (89,0 x 51,0 mm; el modelo está al 100% de su tamaño real; todas las medidas se expresan en pulgadas o milímetros).

- El logotipo se imprime 100% en Pantone 300 EC
- El texto se imprime 100% en negro
- Proceso de impresión: offset, no usar termografía ni grabado.



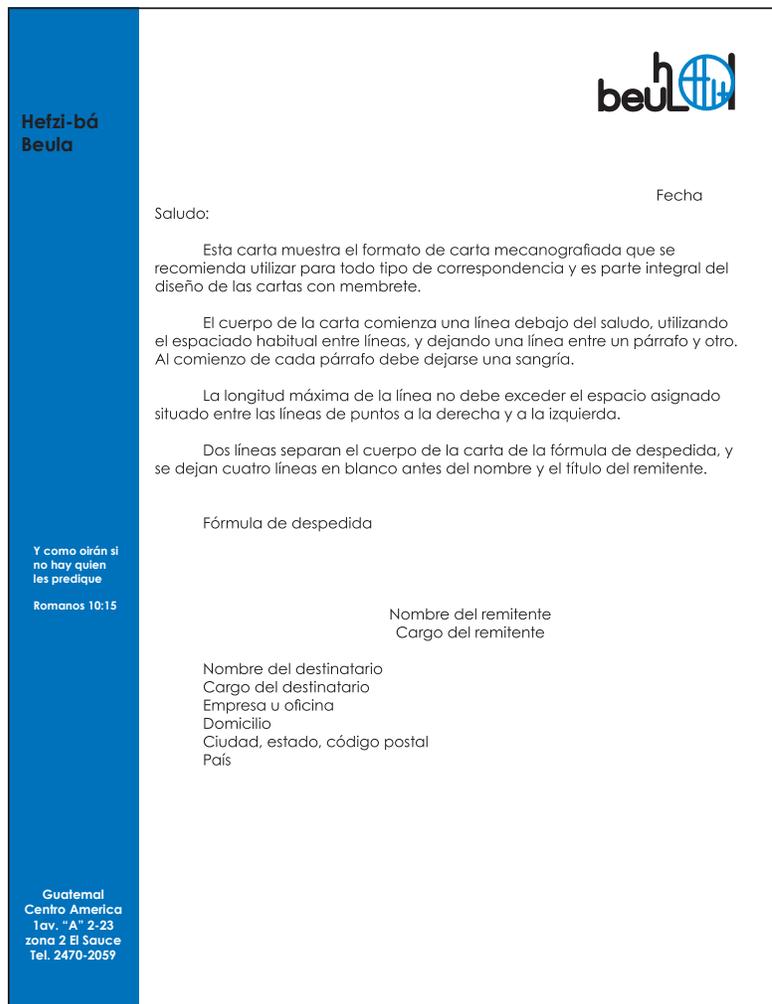
Anotador

Las especificaciones de las tarjetas de presentación corresponden a la medida 5,5" x 8,5" (el modelo está a escala de su tamaño real).

Membrete

Las especificaciones del membrete corresponden a las hojas tamaño A4 y 8,5 x 11", y serán para uso de la institución en todo tipo de documentación.

El membrete llevará como parte del diseño una cita bíblica, así como dirección y teléfono de la institución.



Hefzi-bá Beula

Fecha

Saludo:

Esta carta muestra el formato de carta mecanografiada que se recomienda utilizar para todo tipo de correspondencia y es parte integral del diseño de las cartas con membrete.

El cuerpo de la carta comienza una línea debajo del saludo, utilizando el espaciado habitual entre líneas, y dejando una línea entre un párrafo y otro. Al comienzo de cada párrafo debe dejarse una sangría.

La longitud máxima de la línea no debe exceder el espacio asignado situado entre las líneas de puntos a la derecha y a la izquierda.

Dos líneas separan el cuerpo de la carta de la fórmula de despedida, y se dejan cuatro líneas en blanco antes del nombre y el título del remitente.

Fórmula de despedida

Nombre del remitente
Cargo del remitente

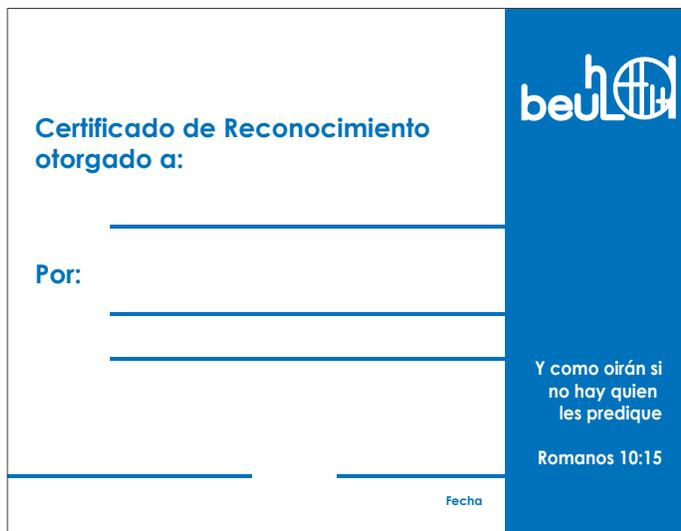
Nombre del destinatario
Cargo del destinatario
Empresa u oficina
Domicilio
Ciudad, estado, código postal
País

Y como oirán si no hay quien les predique
Romanos 10:15

Guatemala
Centro America
1av. "A" 2-23
zona 2 El Sauce
Tel. 2470-2059

Diploma de reconocimiento

11" x 8,5"
Para conmemorar algún evento o participación en especial.
Muestra a escala



Certificado de Reconocimiento otorgado a:

Por:

Fecha

Y como oirán si no hay quien les predique
Romanos 10:15

Marbete

Etiqueta identificatoria para colocar dentro de un portamarbete.
4" x 2,5" tamaño real.



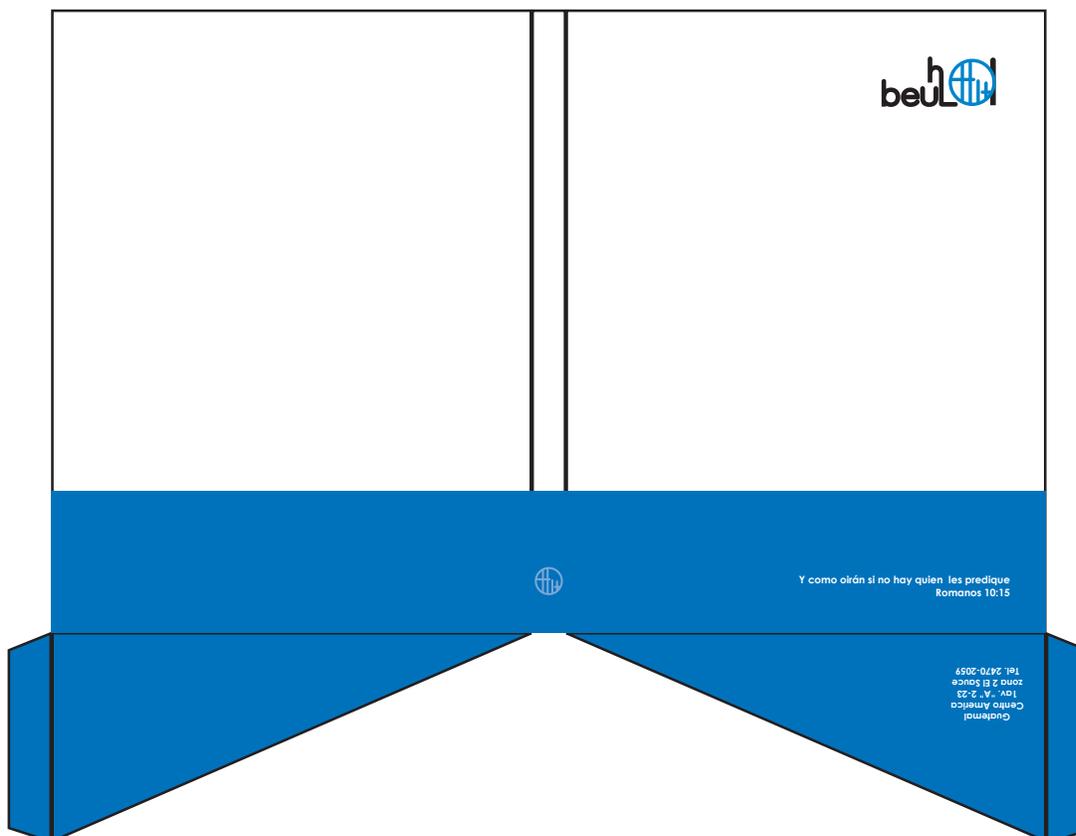
Sello para tinta y en relieve

El modelo está al 100% de su tamaño real.



Carpeta

Tamaño carta a escala.



Aplicación de logotipo en materiales publicitarios e institucionales

Volantes

En un aviso publicitario o en material impreso, conviene que el logotipo de Hefzi-bá Beula aparezca preferiblemente en la esquina inferior derecha. Deberá utilizarse tipografía Century Gothic en los títulos y encabezados.



Anuncios en publicaciones impresas

En todos los avisos de búsqueda de personal, así como publicaciones a una tinta (negro), deberá aparecer el logotipo del Hefzi-bá Beula y un mensaje básico de un párrafo.

| | |
|---|---|
| <p>La sociedad guatemalteca se caracteriza por estar conformada por una gran diversidad étnica, y por lo tanto lingüística; que enriquece el entramado del tejido social nacional.</p> <p>La sociedad guatemalteca se caracteriza por estar conformada por una gran diversidad étnica, y por lo tanto lingüística; que enriquece el entramado del tejido social nacional.</p> |  <p>Y como oírán si no hay quien les predique</p> <p>Romanos 10:15</p> |
|---|---|

Publicaciones conjuntas

Cuando se prepara una publicación con otros asociados, todos los logotipos deben ubicarse sobre la misma línea, ya sea en la parte inferior o superior de la tapa de la publicación.

Todos los logotipos deberán ser visualmente equivalentes; ningún logotipo deberá destacarse sobre los demás logotipos de las organizaciones o los organismos asociados.

| | |
|---|---|
|  | <p>La sociedad guatemalteca se caracteriza por estar conformada por una gran diversidad étnica, y por lo tanto lingüística; que enriquece el entramado del tejido social nacional.</p> <p>Cada guatemalteco conforma esta nación, sin embargo, no todos los guatemaltecos saben que son parte de esta diversidad, como las personas con discapacidades. La Organización Mundial para la Salud (OMS), define a la discapacidad como: "Cualquier restricción o carencia (resultado de una deficiencia) de la capacidad de realizar una actividad."</p>  |
|---|---|

Utilización incorrecta del logotipo en publicaciones



Logotipo al centro



Logotipo pequeño en la publicación con respecto al área de diseño



Logotipo demasiado grande en la publicación



Logotipo dentro del texto



Logotipo junto al borde



Logotipo sobre imagen principal

Normas Gráficas

Ubicación del logotipo y datos sobre contactos en las contratapas

El logotipo y el domicilio deben ubicarse a 25 mm del borde de la tapa.

El URL debe ubicarse a 25 mm o más del borde inferior de la página.

El logotipo debe tener 25 mm de ancho.

Fuente = Century Gothic 12 puntos.

El fondo puede ser de cualquier color.

El texto puede imprimirse en negro, en blanco o en cualquier color.

La fecha de publicación debe imprimirse próxima al lomo.



1av. "A" 2-23 zona 2 El Sauce
Guatemala, Centro América
Tel. 2470-2059

<http://hbeula.blogspot.com>

Aplicación de logotipo en material multimedia Presentaciones en PowerPoint

Podrá encontrar las plantillas en la página Web sobre la marca de identidad.



Tipo de letra

Century Gothic a 48 pts bold para títulos con alineación a la izquierda.

El logotipo debe aparecer en todas las diapositivas de una forma discreta, preferiblemente en la parte superior derecha.



Coloque aquí el título del tema, alineado a la izquierda

El texto debe comenzar aquí y puede extenderse hasta el borde externo del logotipo

- **Century Gothic**
- **Alineado a la izquierda**
- **Se recomienda utilizar los colores negro para el texto, por su legibilidad y contraste**

Aplicación de logotipo en señalización

La utilización del logotipo de Hefzi-bá Beula en forma atractiva a la entrada de edificios y oficinas fortalece la identidad de Hefzi-bá Beula, enfatizando la seriedad que es importante para atraer a posibles inversionistas.

La versión original en cuerpo entero del logotipo debe utilizarse en los carteles y pancartas. El bosquejo del logotipo puede utilizarse sobre vidrio o aluminio. Los carteles deben reflejar el diseño exacto del logotipo, pero pueden ser realizados en materiales acordes con el estilo arquitectónico. En esta página se reproducen algunos ejemplos de posibles aplicaciones.



Logotipo en alto relieve sobre aluminio a color.



Logotipo en bajo relieve sobre aluminio sin color.



Logotipo en corte electrónico vinil adhesivo Cristal Frost sobre vidrio.



Logotipo en corte electrónico vinil de color sobre vidrio.



Logotipo en letras recortadas en acrílico a color.

Pancarta que anuncia una actividad



beUL

Gran viaje a Rabinal vive la experiencia de convivir con las personas que necesitan de tu ayuda, es 00 de noviembre.

Una experiencia como ninguna.

Y como oirán si no hay quien les predique
Romanos 10:15



Cartel sobre proyecto con asociados

El logotipo de Hefzi-bá Beula y el logotipo del asociado deberán ser visualmente equivalentes.



Ven a celebrar con nosotros el día de la persona con problemas auditivo, este 00 de noviembre y apoya a organizaciones que velan por darles un mejor futuro.



Normas Gráficas

Aplicación de logotipo en artículos promocionales

El logotipo debe ocupar un espacio discreto en los artículos de promoción. Los artículos que aparecen en la página son muestras de posibles aplicaciones y no han sido fabricados.





Normas Gráficas

Muestra pantone 300 EC

Muestra del nuevo color
para fines de comparación



TIENES QUE SER SORDO PARA COMPRENDER

Por Willard J. Madsen

(Tomado de “Comuniquémosnos Mejor” de Diana María López Grazioso)

¿Qué se siente al “oír” una mano?
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué se siente ser un pequeño niño
en la escuela, en una aula sin sonido
con la maestra que habla, habla y habla
y que cuando al fin se acerca a ti
te exige que sepas bien lo que ella dijo?
Tienes que ser sordo para comprender.

A la maestra que piensa que para hacerte
audaz
debes primero con tu voz hablar
y dele que dele, las manos sobre tu cara
por horas y horas, sin paciencia y sin fin
hasta poder sacar un sonido opaco y
vagamente igual.
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué siente el ser curioso
con sed de llamar al “saber” mío
con ansia interna que en fuego yace
y al preguntarle al hermano o amigo
te dan como respuesta - “Mejor olvídale”?
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué se siente estar de pie en una esquina
sin haber hecho nada que fuera tan malo
solo por intentar decir con las manos
al que en silencio estaba a tu lado
toda idea que de pronto surgió?
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué se siente cuando de frente te gritan,
creyendo que así te van a ayudar a oír
o, si tratando de entender a un amigo
que un chiste trata de aclarar,
no te ríes porque él se cansó y se va?
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué se siente si se burlan
cuando repites lo que han dicho
solo para demostrar que han entendido
y resulta que sus labios han leído mal
y quieres gritar “por favor amigo, ayúdame”?
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué se siente depender del que
para poder llamar por teléfono
a un amigo o a un puesto comercial,
siempre estás forzado a compartir lo personal
para al fin ver que tu mensaje no llegó?
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué se siente ser sordo y estar solo
en medio de quienes sí pueden oír,
tratando de adivinar lo que pasa
y sin una mano que te quiera ayudar
porque no hay nadie con una mano que te quiera
ayudar
mientras tratas de seguir las palabras y la canción?
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué se siente al comprender
algunos dedos veloces que pintan la escena
que te hace sonreír y sentir sereno,
con la “palabra hablada” de una mano en
movimiento
que te hace parte de este mundo?
Tienes que ser sordo para comprender.

¿Qué se siente al oír una mano?
Sí. Tienes que ser sordo para comprender.



1av. "A" 2-23 zona 2 El Sauce
Guatemala, Centro América
Tel. 2470-2059

<http://hbeula.blogspot.com>

Medios y formas de distribución

| Pieza | Medio | Distribución | | |
|---------------------------|--|----------------------------|--|---|
| | | Quién | Duración | Cómo/lugar |
| Tarjetas de presentación | Impresos de entrega específica | Personal de la institución | De uso diario | Se utilizarán al presentarse por primera vez ante alguna persona. |
| Anotador | | | | Este se utilizará en la sede para tomar anotaciones importantes, así como mensajes telefónicos. |
| Hoja membretada | | | | Se utilizará en toda la papelería institucional dentro y fuera de la institución. |
| Diploma de Reconocimiento | | | Cada tres meses y eventos especiales | Como una de las actividades que se realizan en la sede es la enseñanza de lenguaje de señas, se proporcionarán a alumnos y personas como un reconocimiento. |
| Marbete | | | De uso diario | Este se utilizará en la sede y en visitas a otras instituciones. |
| Sello | Este se utilizará para respaldar diversos documentos. | | | |
| Carpeta | Impresos de entrega específica | | | Se utilizará para adjuntar documentación realizada en la sede. |
| Manual de normas gráficas | Impresos de entrega específica y/o entrega archivo digital | | Se hará entrega en la realización de proyectos | Se distribuirán en la sede y/o por correo electrónico al personal encargado de desarrollar material publicitario. |

Especificaciones técnicas de reproducción

| Pieza | Reproducción | Tamaño | Soporte | Color | Cantidad | Costo |
|---------------------------|------------------------|--------------|-------------|------------|----------|----------|
| Tarjetas de presentación | litografía | 3.4" x 2" | lino | 2 colores | 5,000 | 860.16 |
| Anotador | litografía | 5,5" x 8,5" | bond 80grms | 2 colores | 100 | 3,760.00 |
| Hoja institucional | litografía | 8,5" x 11" | bond 80grms | 2 colores | 2000 | 505.00 |
| Diploma de Reconocimiento | Impresión digital | 11" x 8,5 | lino | Full color | * | * |
| Marbete | Impresión digital | 4" x 2.5" | lino | 2 colores | * | * |
| Sello | | 1.25" x 0,5" | hule | N/A | 3 | 375 |
| Carpeta | litografía | 8,5" x 11" | texcote | 2 colores | 500 | 2,235.00 |
| Manual de normas gráficas | Impresión digital / CD | diversos | bond 80gms | Full color | * | * |

* Se recomienda adquirir una impresora con sistema de impresión continua para minimizar costos.

Conclusiones

Se diseñó una nueva identidad corporativa para Hefzi-bá Beula que mejorará su posicionamiento y la dará a conocer ante las personas que deseen ayudar a personas con discapacidades auditivas.

El resultado del rediseño del logotipo propone transmitir el cambio de concepto que la institución desea, por lo que espera obtener un buen resultado.

La imagen institucional de una empresa incluye un gran variedad de elementos que deben apoyarse unos con los otros, por lo que deben mantener unidad en las piezas gráficas que se presenten.

Se pudo plasmar el nombre en una forma más sencilla para que la mayoría de la gente logre identificarse y sea más fácil de memorizar.

El manual de Normas Gráficas facilita la adecuada utilización del logotipo, así como la correcta publicación de la identidad de la institución en el medio.

Recomendaciones

Se recomienda a toda persona que utilice este proyecto como guía para realizar un proyecto similar, que tome en cuenta cada inciso que se ha establecido en este documento.

Tomar en cuenta lo importante que es realizar un adecuada toma de decisiones en el momento de seleccionar el o los colores para realizar un logotipo, dado que esto puede aumentar o reducir el costo de reproducción del material realizado, por lo que puede dificultar su correcta práctica.

Recomiendo utilizar un tipo de letra complementaria que no sea muy difícil de conseguir, dado que en algún momento se puede necesitar, y al no obtenerse, puede y daña la imagen de la institución.

Bibliografía y fuentes consultadas

Arce de Wantland, Silvia y Beatriz García de Zelaya, (1999) Problemas Auditivos. Investigación, Asesoría en Proyectos y Desarrollo Educativo (INAPRODE), Asociación de Educadores Especiales de Guatemala (AEEG). Guatemala

Chaves, Norberto, (1988) La imagen corporativa, 3era edición, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España.

Costa, Joan, (1993) identidad Corporativa. 3era reimpresión, Editorial Trillas, S. A. México.

Enciclopedia Juvenil Océano, (1994) Barcelona, España: Grupo Editorial Océano.

García-Pelayo y Gross, Ramón, (1993) Pequeño Larousse Ilustrado 17ª edición, 3ra reimpresión, Editorial Larousse.

Muñoz de León, Brenda Patricia, Diseño de Libro de Lecto-escritura para Pre-primaria, con Lenguaje de Señas Guatemalteco.

Murphy, John y Michael Rowe, 1989. Como diseñar marcas y logotipos. 3era edición, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España.

Network, Quentin, (2002) ¿Qué es el Diseño Gráfico? Editorial Gustavo Gili, México.

Wong, Wucius, (2002) Fundamentos del Diseño, 5ta edición, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España.

En Línea

Servicio de Información Municipal, 29 Mayo de 2009; 8:50 a.m. <http://www.inforpressca.com/rabinal/>

Wikipedia, 29 Mayo de 2009; 8:50 a.m. http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_Guatemala

Diccionario de la lengua española - Vigésima segunda edición 29 Mayo de 2009; 11:50 p.m. <http://buscon.rae.es/drae/>

Glosario

concernir.

(Del lat. concernĕre).

intr. defect. Atañer, afectar, interesar.

corroborar.

(Del lat. corroborāre).

tr. Dar mayor fuerza a la razón, al argumento o a la opinión aducidos, con nuevos raciocinios o datos. U. t. c. prnl.

tr. desus. Vivificar y dar mayores fuerzas al débil, desmayado o enflaquecido.

cuatricromía.

(De cuatri- y el gr. χρμα, color).

f. Impr. Impresión de un grabado a cuatro colores; los de la tricromía, más un gris o negro.

demografía.

(De demo- y -grafía).

f. Estudio estadístico de una colectividad humana, referido a un determinado momento o a su evolución.

discapacitado, da.

(Calco del ingl. disabled).

adj. Dicho de una persona: Que tiene impedida o entorpecida alguna de las actividades cotidianas consideradas normales, por alteración de sus funciones intelectuales o físicas. U. t. c. s.

entramado.

(Del part. de entramar).

m. Conjunto de ideas, sentimientos, opiniones, etc., que se entrecruzan en un texto.

exhaustivo, va.

(Del lat. exhaustus, agotado).

adj. Que agota o apura por completo.

exención.

(Del lat. exemptio, -ōnis).

f. Efecto de eximir.

f. Franqueza y libertad que alguien goza para eximirse de algún cargo u obligación.

~ fiscal.

f. Der. Ventaja fiscal de la que por ley se beneficia un contribuyente y en virtud de la cual es exonerado del pago total o parcial de un tributo.

grafismo.

(De grafo- e -ismo).

m. Cada una de las particularidades de la letra de una persona, o el conjunto de todas ellas.

m. Expresividad gráfica en lo que se dice o en cómo se dice.

iconografía.

(Del lat. iconographĭa, y este del gr. εἰκονογραφα).

f. Descripción de imágenes, retratos, cuadros, estatuas o monumentos, y especialmente de los antiguos.

f. Tratado descriptivo, o colección de imágenes o retratos.

inducir.

(Del lat. inducere).

tr. Instigar, persuadir, mover a alguien.

integrar.

(Del lat. integrāre).

tr. Hacer que alguien o algo pase a formar parte de un todo. U. t. c. prnl.

institucional.

adj. Pertenciente o relativo a una institución o a instituciones políticas, religiosas, sociales, etc.

jerga

(Der. regres., seguramente a través del prov., del fr. jargon, y este onomat.).

f. Lenguaje especial y familiar que usan entre sí los individuos de ciertas profesiones y oficios, como los toreros, los estudiantes, etc.

f. jerigonza (lenguaje difícil de entender).

manifiesto, ta.

(Del lat. manifestus).

adj. Descubierto, patente, claro.

marbete.

(Del ár. hisp. marbá, bolsa en el cinturón, y este del ár. clás. mirba, atadura).

m. Cédula que por lo común se adhiere a las piezas de tela, cajas, botellas, frascos u otros objetos, y en que se suele manuscibir o imprimir la marca de fábrica, o expresar en un rótulo lo que dentro se contiene, y a veces sus cualidades, uso, precio, etc.

membrete.

(Quizá cruce de marbete y membrar).

m. Nombre o título de una persona, oficina o corporación, estampado en la parte superior del papel de escribir.

m. Nombre o título de una persona o corporación puesto al final del escrito que a esta misma persona o corporación se dirige.

poner de manifiesto algo.

loc. verb. Manifestarlo, exponerlo al público.

perjudicar.

(Del lat. *praeiudicāre*).

tr. Ocasionar daño o menoscabo material o moral. U. t. c. prnl.

tipográfico, ca.

adj. Perteneciente o relativo a la tipografía.

transducción.

f. Transformación de un tipo de señal en otro distinto.

Anexos

Instrumentos de validación, guía de entrevista con el grupo objetivo y cliente.



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

Instrucciones:

Esta es una guía de focus grup para validación de la propuesta gráfica de Identidad Corporativa Hefzi-bá Beula.

¿Considera usted que este logotipo cumple con el objetivo de identificar a la institución?

¿Cómo considera la propuesta del Logotipo?

¿Cómo considera la legibilidad del logotipo?

¿Cree que todas las aplicaciones cumplen con mantener la identidad Corporativa de la institución?

¿Considera que el concepto Hefzi-bá Beula Moderna es reflejado en la identidad Corporativa de la institución?

¿Cree que todos los elementos de diseño siguen un mismo concepto?

¿Este manual de normas gráficas cumple con los requerimientos de comunicación visual?

¿La propuesta cromatológica es adecuada transmite el concepto?

¿Alguna opinión que desee agregar que considere pertinente mencionar?

Instrumentos de validación, guía de entrevista con profesionales en el diseño.



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

Instrucciones:

Esta es una guía de focus grup para validación de la propuesta gráfica de Identidad Corporativa Hefzi-bá Beula.

¿Se identifica el logotipo con la filosofía y acción a la cual se dedica la institución?

¿Considera que la Institución se Identificará mejor con la implementación de la nueva identidad Corporativa?

¿La psicología de Color implementada es correcta para el concepto para el cual fue diseñada la identidad corporativa?

¿Considera que es legible el logotipo para las aplicaciones en la se pueda ver involucrada la identidad corporativa de la institución?



HEFZI-BÁ BEULA IDENTIDAD CORPORATIVA

IMPRÍMASE

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO

Lic. Lourdes Pérez
ASESOR

Sergio Alexander Contreras Dávila
SUSTENTANTE

Campus Central Zona 12, Edificio T-2, Primer Nivel. Tel.: 2418-9000