



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

° UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA | FACULTAD D DE ARQUITECTURA | ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO °

Diseño e Implementación de una estrategia
integral de comunicación institucional para
“Asociación Gissell”

San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos,
Guatemala.
2016

PROYECTO DESARROLLADO POR:
ALBA LUISA HERNÁNDEZ CAMPOS
PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO
SEPTIEMBRE 2017



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

° UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA | FACULTAD D DE ARQUITECTURA | ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO °

Diseño e Implementación de una estrategia integral de comunicación institucional para “Asociación Gissell”

San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos,
Guatemala.
2016

PROYECTO DESARROLLADO POR:
ALBA LUISA HERNÁNDEZ CAMPOS
PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO

SEPTIEMBRE 2017

“EL AUTOR ES RESPONSABLE DE LAS DOCTRINAS SUSTENTADAS,
ORIGINALIDAD Y CONTENIDO DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN,
EXIMIENDO DE CUALQUIER RESPONSABILIDAD A LA FACULTAD
DE ARQUITECTURA DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS”.

NÓMINA DE AUTORIDADES

JUNTA DIRECTIVA

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea
Vocal I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II

Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal III

Br. María Fernanda Mejía Matías
Vocal IV

Br. Lila María Fuentes Figueroa
Vocal V

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico

TRIBUNAL EXAMINADOR

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico

Lic. José Francisco Chang Meneses
Asesor Metodológico

Lic. Marco Antonio Morales Tomas
Asesor Gráfico

Lic. Stuardo Alberto Samayoa Díaz
Tercer Asesor

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser tan maravilloso y darme la fuerza para continuar con este proceso, que a mis ojos era interminable.

A mis padres, por ser mi ejemplo de vida, por levantar mi cabeza cuando decidí ver para abajo, por la confianza puesta en mí y así también porque lo poco que hasta el día de hoy soy, es gracias a ellos

A la Wiwi, por ser mi conexión personal con el Ser más poderoso de todos y por nunca dejarme perder la fe.

A mis hermanos Isaac, Martha y Andrea porque con cada experiencia vivida, de cada uno de ustedes he aprendido cosas que nadie fuera del hogar pudo alguna vez enseñarme.

A los tíos y primos a quienes no puedo mencionar por nombre pero que durante todo el proceso esperaban lo mejor para mí.

A Nikki 5 con quien compartí experiencias increíbles, a quien le abrí las puertas de mi hogar y a quien le agradezco su

honestidad y más importante el apoyo incondicional en las buenas y en las malas dentro y fuera de la universidad.

A Lander y a Sara por ser y estar siempre conmigo, por esas madrugadas al teléfono y esos mensajes que desde temprano ya eran costumbre, solamente para saber cómo íbamos.






A los demás amigos que no nombre, pero con quienes en estos 5 años de universidad vivimos experiencias que nos abrirán puertas en el futuro.




A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por hacer de mí, un reflejo profesional de lo que es y significa ser un Sancarlita.

A Asociación Gissell y Rafael Wug, por la confianza y la oportunidad que me otorgaron al realizar mi proceso de graduación en la institución.

A los catedráticos y asesores, quienes fueron parte de todo mi proceso universitario, Muchas gracias por todo.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN		8
ANTECEDENTES		13
ÁREA DE COBERTURA		14
PROBLEMA		15
JUSTIFICACIÓN		16-17
MAGNITUD		
TRASCENDENCIA		
VULNERABILIDAD		
FACTIBILIDAD		
OBJETIVOS		18
OBJETIVO GENERAL		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
PERFILES		19-28
INSTITUCIONAL		21
SECTOR PRESENTE		
SERVICIOS QUE PRESTA		
FILOSOFÍA		
DATOS ORGANIZACIÓN		
BENEFICIARIOS		23
PERFIL DEMOGRÁFICO		
PERFIL SOCIOECONÓMICO		
PERFIL PSICOLÓGICO [Hábitos de Consumo]		
GRUPO OBJETIVO PRIMARIO		25
PERFIL DEMOGRÁFICO		
PERFIL SOCIOECONÓMICO		
PERFIL PSICOLÓGICO [Hábitos de Consumo]		
GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO		26
PERFIL DEMOGRÁFICO		
PERFIL SOCIOECONÓMICO		
PERFIL PSICOLÓGICO [Hábitos de Consumo]		
RELACIÓN INSTITUCIÓN - G.O		28

MARCO TEÓRICO		29-54
ONG	_____	29
ONG COMO APOYO A LA LABOR DE UN GOBIERNO		
ONG O ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO		
ONG NACIONALES EN PRO DE LA DISCAPACIDAD		
DISCAPACIDAD	_____	35
DEFINICIÓN		
ANTECEDENTES DE DISCAPACIDAD EN GUATEMALA		
DISCAPACIDAD		
TIPOS DE DISCAPACIDAD	_____	37
DISCAPACIDAD INTELLECTUAL		
DISCAPACIDAD FÍSICA O MOTRIZ		
DISCAPACIDAD SENSORIAL		
DISCAPACIDAD INTELLECTUAL	_____	38
CAUSAS		
TRATAMIENTOS EFECTIVOS		
DISCAPACIDAD FÍSICA	_____	41
CAUSAS		
TRATAMIENTOS		
DISEÑO GRÁFICO	_____	46
DISEÑO EDITORIAL		
DISEÑO CORPORATIVO		
DESARROLLO DE PROPUESTA GRÁFICA		55-92
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	_____	57
INSIGHT	_____	58
CONCEPTO CREATIVO	_____	59
PROPUESTAS GRÁFICAS	_____	63
PRIMERA VISUALIZACIÓN		
SEGUNDA VISUALIZACIÓN		
TERCERA VISUALIZACIÓN		
CAMBIOS APLICADOS		
EVALUACIÓN GRUPO OBJETIVO	_____	89
PROPUESTA FINAL		94-194
FUNDAMENTACIÓN	_____	95
PALETA TIPOGRÁFICA		
PALETA CROMÁTICA		
RETÍCULA		

DISEÑO FINAL	99-194
CRITERIOS TÉCNICOS	195
ESPECIFICACIONES DE REPRODUCCIÓN DEL MANUAL	
CUANTIFICACIÓN	196-197
COTIZACIÓN	196
COTIZACIÓN DE IMPRESIÓN DEL MATERIAL	197
CONCLUSIONES	201
RECOMENDACIONES	202
LECCIONES APRENDIDAS	203
REFERENCIAS	204-207
ANEXOS	208-219



PRESENTACIÓN

Dentro del presente se describe el desarrollo del proyecto de graduación de la estudiante Alba Luisa Hernández Campos previo a optar por el Título de Licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se presenta paso a paso la forma en la cual, la estudiante afrontó desde una perspectiva de diseñadora gráfica, un problema que afectase actualmente a la sociedad guatemalteca, con el fin de generar una solución basada en el diseño visual para el mismo.

La región Suroccidente de Guatemala es de las regiones más pobres del país, el 24% de la población guatemalteca que padece de discapacidad (mental o física), se encuentra en esta región. En el área, no se cuenta con la ayuda necesaria para cubrir las necesidades de todos ellos.

Quienes se ven afectados por la discapacidad deben viajar a municipios o departamentos próximos para recibir tratamiento, aunque no cuenten con los recursos para hacerlo.

Las Organizaciones sin fines de lucro, surgen de la unión de varias personas o entes que dentro de la sociedad pretenden dar solución a una problemática social, aunque parezca imposible darle un fin a esta.

Asociación Gissell, es una institución surgida en Guatemala que lleva a cabo su labor en San Marcos, específicamente San Rafael Pie de La Cuesta, cuyo objetivo principal es educar

y proporcionar una mejor calidad de vida a personas de escasos recursos que padezcan algún tipo de discapacidad, física o mental.

Existen un sinnúmero de discapacidades, y así también demasiadas razones o formas de adquirirlas; tomando esto en cuenta, se puede afirmar que todas ellas tienen una consecuencia definitiva en las personas que las padecen, la dificultad o imposibilidad de llevar una vida considerada “normal”.

Cuando se habla de una discapacidad física se refiere a una capacidad limitada en el uso de las extremidades, los sentidos u otra parte del cuerpo. Algunas personas, dependiendo de las afecciones que sufren y el grado de daño causado por la misma, pueden alcanzar cierta “normalidad” en su vida.

Las discapacidades mentales son más difíciles de afrontar, pues son para toda la vida y sin cura. No se logrará alcanzar nunca, lo que se conoce como “normalidad”. Dicho esto, es posible tratarlo y a pesar de ser un proceso muy difícil y largo, las personas pueden recibir educación, y de una forma limitada, llegar a valerse por sí mismos.

El diseño gráfico a pesar de ser una tarea considerada comercial puede apoyar a generar una solución estética y funcional dentro de un ámbito social, pues tiene mucho que ver con la comprensión de una perspectiva humana de las cosas para generar un mensaje que llegue al corazón de las personas.

**CAPÍTULO
NO.
1**

P R E S E N T A C I Ó N

ANTECEDENTES ●
PROBLEMA ●
JUSTIFICACIÓN ●
OBJETIVOS ●

1.1 ANTECEDENTES

Un tiempo después de la Tormenta Stan en Guatemala [2005] visitan San Rafael Pie de la Cuesta; los esposos Virgilio y Thelma Morales, quienes se encontraban en compañía de su hija Gissell, una niña con necesidades especiales.

Según lo cuentan, durante su visita las personas que sufrían algún tipo de discapacidad no eran diagnosticadas por miedo a lo que se pudiera decir de ellos o por las burlas de las que serían víctimas tanto ellos como sus familias. Estos esposos vieron la situación precaria a la que estaban confinados estas personas ya que las familias generalmente los mantenían escondidos.

La experiencia personal de llevar una vida con una hija que tenía necesidades especiales les dio la idea de abrir una institución a la que se pudieran avocar las familias de personas con discapacidad con el fin de recibir tratamiento y/o educación gratis.

Crearon así, en el año 2005 Asociación Gissell, que originalmente era conocida por los lugareños como “Fundación Los Ángeles Gissell.”

En Guatemala, existen varias instituciones que ayudan a personas con discapacidades: Por ejemplo, Fundabiem, pero a los padres se les complica llegar hasta ella ya que su sede está ubicada en San Marcos. Está también una institución especializada en la pérdida o discapacidad sensorial, el Benemérito Comité Prociegos y Sordos de Guatemala, pero esta trata específicamente la vista y el oído y está en la ciudad Capital. Por su parte, Fundal es un centro que específicamente atiende a niños con sordo-ceguera y la última institución mencionada es Margarita Tejada, que trata a personas que sufren Síndrome de Down.

En Asociación Gissell se trabaja tanto con niños como con adultos, los pacientes, son personas que nacen, o que por enfermedad o algún accidente adquieren algún tipo de discapacidad.

Estas personas pueden o no contar con los medios económicos para recibir el tratamiento en algún otro lugar pero a veces les queda más cerca que otras instituciones; Asociación Gissell, lleva a cabo su labor tanto con los pacientes y con las familias.

Siendo su objetivo educar y apoyar a la familia para sobrellevar la situación, así también apoyar al paciente ante las situaciones a las que este se pueda enfrentar en su día a día, superando problemas y logrando la inclusión familiar y social.

Actualmente La institución trabaja con 120 pacientes y sus familias. Estos, ya sean yendo a la escuela o recibiendo cualquier terapia; debido a la falta de recursos económicos han decidido utilizar las instalaciones como escuela únicamente unos días a la semana mientras que los otros como centro de terapias.

Asociación Gissell obtiene los recursos económicos de tres países:

- Estados Unidos, donde llevan a cabo diferentes actividades los esposos Thelma y Virgilio Morales.
- Bélgica, donde actualmente radica un sacerdote amigo, y es él quien se encarga del contacto allá
- Guatemala, por medio de donaciones y actividades varias.

1.1.1 ÁREA DE COBERTURA:

El área de cobertura de la institución abarca las aldeas y pueblos próximos a ella, que está situada en San Rafael Pie de la Cuesta:

- San Marcos
- Esquipulas Palo Gordo
- San José el Rodeo
- Malacatán
- San Pablo
- El Tumbador

Algunas personas de la cabecera departamental llegan a solicitar ayuda, a pesar de que allí existan otras instituciones que prestan el mismo servicio.

Esto se debe a que las familias prefieren a Asociación Gissell por su servicio gratuito y también por su calidad en el servicio.

1.2 PROBLEMA

“Asociación Gissell lleva actualmente 11 años de cumplir con su labor social en San Marcos, año tras año su población aumenta en un 10% lo cual implica que son personas que requieren de todos los servicios; por su parte los recursos se ven limitados ya que no aumentan en proporción al aumento de pacientes.”

La limitación de sus recursos económicos llevará a que la institución se vea forzada a dejar de funcionar, por lo tanto, las 120 familias que reciben ayuda de esta y las que pudieron haber recibido ayuda tendrán que dejar de asistir y se verán forzadas a ir a otras instituciones en las que se les cobre y eventualmente, por falta de recursos, simplemente dejen de recibir el tratamiento necesario.

1.3 JUSTIFICACIÓN

1.3.1 MAGNITUD:

Asociación Gissell brinda sus servicios, principalmente a personas que se ubiquen específicamente en el municipio de San Rafael Pie de la Cuesta y los municipios aledaños (citados anteriormente), logrando así una cobertura que abarca gran parte del departamento de San Marcos, Guatemala.

Es preciso indicar que el 62% de las personas guatemaltecas con capacidades limitadas, sean mentales o físicas, radican o nacieron en el área rural del país; debido a las condiciones económicas y sociales la población con pobreza, analfabetismo, desnutrición, condiciones de deterioro genético o capacidades limitadas; no bajará, sino al contrario seguirá en aumento.

Actualmente atienden a 120 personas, quienes están divididas dependiendo el tratamiento que reciben, que puede ser educación, terapia o ambas.


Debido a la poca disponibilidad de espacio, no se pueden utilizar las instalaciones todos los días para ambas cosas, por lo que existen días específicos para realizar terapias y días específicos para la escuela.

A finales del 2015 Asociación Gissell tenía 20 colaboradores y 4 voluntarios a tiempo completo, (específicamente para los 120 pacientes). Se tiene un colaborador por cada 6 pacientes y a pesar de no ser tratados todos los días, requieren de atención y acompañamiento constante.

1.3.2 TRASCENDENCIA:

La implementación de un manual de imagen institucional permitirá que se lleven a cabo nuevos procesos de comunicación que den lugar a que las personas conozcan la institución y su trabajo dentro del país, con el fin de aumentar el equipo de voluntarios y se logre también la disponibilidad de recursos económicos para el funcionamiento de la institución.

Asociación Gissell no cuenta con recursos económicos para financiar la creación de un manual de imagen institucional que funcione como reflejo de su labor, el no contar con esto debilitará cualquier proceso de divulgación y/o consecución de patrocinio. Al decir esto se afirma que la institución solo desperdiciará recursos.



La creación de un manual de imagen permitirá que eventualmente dentro de la fundación se generen nuevos proyectos de aproximación al público tomando en cuenta su correcta utilización por lo que se logrará funcionalidad en el proceso de comunicación y reconocimiento institucional de la fundación.

1.3.3 VULNERABILIDAD:

El no dar lugar a nuevos procesos de comunicación por parte de la Fundación, esta no logrará conseguir los recursos necesarios para poder tratar a más personas.

Tomando en cuenta la limitación de recursos que afectan a Asociación Gissell y el hecho de que anualmente el número de pacientes aumenta por 12 personas; en 5 años serán rechazadas más o menos 60 pacientes; quienes probablemente no cuenten con los recursos para movilizarse a ser tratados en otros centros de atención especializada.

Esto no afectaría únicamente a los pacientes y sus familias, pues el aumentar el número de pacientes da lugar a un au-

mento de personal para el cuidado de estas personas, incrementando oportunidades de trabajo en el interior del país.

1.3.4 FACTIBILIDAD:

Asociación Gissell cuenta ya con una cartera de personas dentro y fuera del país. El contar con una nueva imagen permitirá que se lleven a cabo procesos de comunicación tanto con los colaboradores actuales como con personas nuevas que deseen apoyar la labor de esta institución.

El llevar a cabo procesos previos permitirá que se reciba retroalimentación durante el proceso de implementación de una estrategia integral.

Debido a que la implementación de esta estrategia será principalmente realizada en medios digitales, los recursos necesarios para realizarla no serán un problema ya que la institución cuenta con el equipo necesarios para presentarla.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL:

Generar una estrategia integral de comunicación funcional para Asociación Gissell, con el fin de divulgar logros y necesidades que permitan la gestión de patrocinios y así también el constante funcionamiento de la organización.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1.4.2a De diseño:

Creación e implementación de un manual de imagen y comunicación institucional, que defina pautas y métodos de interacción con la imagen de la institución en eventos o actividades de obtención de recursos económicos, de voluntariado y asimismo, que dé lugar a nuevos procesos de aproximación al público que permitan la divulgación de los logros y necesidades.

1.4.2b De comunicación:

Transmitir, por medio de la definición de nuevos proyectos y procesos comunicativos por parte de Asociación Gissell, la necesidad de obtención de nuevos recursos, divulgación del trabajo que realiza la fundación y la consecución de colaboradores o voluntarios para continuar con el trabajo social de la fundación en la región suroccidental del país. Dependiendo de cuál sea el caso.

**CAPÍTULO
NO.
2**

P E R F I L E S

INSTITUCIÓN ●
BENEFICIARIOS ●
G.O PRIMARIO ●
G.O SECUNDARIO ●
RELACIÓN ●
INSTITUCIÓN-G.O

2.1 INSTITUCIONAL

Asociación Gissell

Fundada en el año 2005, luego de que los esposos Thelma de Morales y Virgilio Morales tuvieron la idea de ayudar a la gente con necesidad especial de su pueblo natal, San Rafael Pie de la Cuesta.

Los Esposos, nacidos en Guatemala, que son residentes de Estados Unidos y cuentan con el apoyo y colaboración del gobierno estadounidense para tratar a su hija Gissell quien nació teniendo necesidades especiales decidieron un día, [Poco después de la tormenta Stan en Guatemala] visitar San Rafael y reunirse con otras personas del pueblo para crear así, un lugar en el que se tratara a personas con discapacidad y con necesidades especiales; de manera gratuita y con calidad humana.

2.1.1 SECTOR PRESENTE:

Fundación Gissell atiende dentro del sector educación y salud, a 120 guatemaltecos y sus familias, sin importar edad, género o religión; que sufren de discapacidad mental o física y pertenecen a la región suroccidental del país y están situados específicamente en San Marcos, Guatemala.

2.1.2 SERVICIOS QUE PRESTA:

1. Escuela Especial

- Estimulación Temprana
- Preescolar
- Avanzado 1 y 2
- Refuerzo y Alfabetización
- Escuela para Sordos

2. Terapias

- Ocupacional
- Del Habla
- Física.

3. Apoyo Psicológico a familias y pacientes

Esta organización nacional trabaja específicamente en San Marcos, Guatemala y su labor depende de donaciones recibidas desde tres países; Bélgica, Estados Unidos y Guatemala, ellos, llevan a cabo actividades con el fin de recaudar fondos desde su única y principal sede en San Rafael Pie de la Cuesta.

A pesar de trabajar desde hace ya 11 años, Asociación Gissell aún no ha realizado ningún tipo de campaña de divulgación acerca del tema de la discapacidad o la inclusión de personas que sufren algún tipo de discapacidad a la sociedad laboral del país, pues no cuenta con los recursos para hacerlo.

El proceso de comunicación con voluntarios, donadores, colaboradores y/o practicante se lleva a cabo por medio de la presentación Power Point realizada por ellos desde hace ya varios años o por medio de la divulgación de la información en las redes sociales institucionales.



Fuente: Recuperado de Asociación Gissell. [2015]. Familia Morales. [Figura1].

2.1.3 FILOSOFÍA:

2.1.3a Visión:

Educar y orientar a la familia para que en unión y como sociedad se logre la inclusión de personas con discapacidad y enfermedades psicológicas o físicas para que tengan una vida digna y plena.

2.1.3b Misión:

Ayudar a personas que presenten cualquier tipo de discapacidad o que requieran de rehabilitación, brindando atención, cuidado y educación con atención personalizada y calidad profesional sin importar edad, sexo, raza, religión o condición económica.

2.1.4 DATOS DE LA ORGANIZACIÓN:

- Existe una única sede.
- Prestan servicio a 120 familias.
- Anualmente, el número de personas atendidas aumenta por 12.
- No poseen una imagen institucional.
- Existen 6 pacientes por cada trabajador.
- Trabajan con profesionales y voluntarios de Guatemala, Estados Unidos y Bélgica.
- Los pacientes son atendidos en un área de 400 m², la cual fue inaugurada en el año 2009. *



Fuente: Recuperado de Asociación Gissell. [2015]. Fachada Institución. [Figura2].

* Toda la información anterior fue recibida de Asociación Gissell

2.2 BENEFICIARIOS

2.2.1 PERFIL DEMOGRÁFICO:

2.2.1a Edad:

Las personas atendidas en la institución son:

- Niños y Niñas con discapacidad.
- Jóvenes en general, con discapacidad
- Adultos en general, con discapacidad.
- La discapacidad es física o mental.

2.2.1b Origen o Dirección:

San Marcos, Guatemala.

2.2.1c Nivel Educativo:

Para ser elegido como beneficiario no se requiere de ningún nivel educativo, pues pueden ser niños o personas mayores con algún tipo de discapacidad que no sepan leer o escribir.

2.2.1d Padres/Familiares:

Padres de familia con nivel educativo primario, sabe leer y escribir.

2.2.2 PERFIL SOCIOECONÓMICO:

2.2.2a Nivel Socioeconómico:

- Medio y Bajo (D y E)

Ingresos de Q. 2,500 o menos.

No es requisito, pues el servicio es gratis. Los padres de familia trabajan largas jornadas, generalmente todos los días.

El dinero que ganan no siempre es suficiente, tienen demasiadas prioridades.

En algunos casos los hijos (hombres) también trabajan.

2.2.2b Socialización:

Son personas que generalmente no salen mucho y conocen a las mismas personas. Van a la iglesia o el culto pues la religión es importante para ellos.

Su círculo social esta formado por familiares cercanos y personas con las que interactúa a diario

2.2.2d Núcleo Familiar:

Madre y/o Padre, y generalmente de 3 a 5 hijos.

El padre es el encargado de los ingresos económicos familiares.

Varios miembros contribuyen al ingreso familiar.

2.2.3 PERFIL PSICOLÓGICO (HÁBITOS DE CONSUMO):

2.2.3a Alimentación:

Satisfacen las principales necesidades alimentarias.

Se alimentan mayormente de cereales, frutas y verduras; son muy pocas las veces que pueden consumir carne.



2.2.3b Vestuario:

Utilizan ropa de segunda mano, ya sea que se las hayan regalado o que la hayan heredado de algún otro familiar o amigo cercano de la familia y la nueva la compran en mercados o tiendas de baratos.

2.2.3c Hábitos:

Algunos de los hijos [A pesar de ser menores de edad] deben trabajar para ayudar a la familia económicamente. El padre casi no está presente debido a las largas jornadas de trabajo.

2.2.3d Vivienda:

Si es propia, cumple con las necesidades básicas como agua y luz, no poseen más de 2 habitaciones.

Si no es propia, alquiler bajo o viven con los padres de alguna de las dos cabezas familiares.

No tienen lujos.

El medio de transporte es generalmente a pie y si viven en otro municipio por medio del servicio de moto taxis (Tuc-Tuc).

2.2.3e Recreación:

Generalmente con sus vecinos, fuera de sus casas, en la calle.

2.3 GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

PATROCINADORES Y DONADORES

2.3.1 PERFIL DEMOGRÁFICO:

2.3.1a Edad:

Hombres y mujeres de 40 años en adelante.

2.3.1b Origen o Dirección:

Guatemala, Estados Unidos y Bélgica

2.3.1c Nivel Educativo:

Profesionales especializados.
Propietarios y Ejecutivos de Empresas.
Hablan dos o más idiomas.

2.3.2 PERFIL SOCIOECONÓMICO:

2.3.2a Núcleo Familiar:

Familias formadas por ambos padres e hijos.
Dueños de comercios.
Priorizan la salud.

2.3.2b Nivel Socioeconómico:

- Medio Alto y Alto (C1 y AB)
Ingresos de Q.23,500 a Q. 49,500.

2.3.2c Socialización:

Son personas que utilizan sus fines de semana para salir a pasear en familia, salen de vacaciones familiares al extranjero. Socialmente activas y su círculo social pertenece al mismo nivel económico.

2.3.3 PERFIL PSICOLÓGICO / HÁBITOS DE CONSUMO:

2.3.3a Alimentación:

Compran abarrotes, en centros comerciales o tiendas especializadas, cada semana. Van a restaurantes de primera clase 1 o 2 veces por semana. Compran solamente productos de primera calidad y lo más sano posibles.

2.3.3b Vestuario:

Utilizan ropa de marca generalmente de las principales tiendas de los centros comerciales.

2.3.3c Hábitos:

Ambos padres trabajan, pero uno de los dos aporta más a la familia. Les importa su estatus y estar a la moda.

2.3.3d Vivienda:

Casa propia en residenciales de áreas principales de la ciudad. Luz, agua, aire acondicionado, todo tipo de electrodomésticos en el hogar. Tienen la capacidad de darse lujos. En el hogar ambos padres tienen un carro y en la mayoría de edad los hijos también.

2.3.3e Recreación:

Clubes privados y Casas de campo. Viajan en avión a lugares turísticos. Visitan países del extranjero por lo menos 1 vez al año.

2.4 GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

VOLUNTARIOS Y PRACTICANTES

2.4.1 PERFIL DEMOGRÁFICO:

2.4.1a Edad:

Hombres y mujeres de 22 años en adelante.

2.4.1b Origen o Dirección:

Guatemala y el extranjero.

2.4.1c Nivel Educativo:

Estudiantes Universitarios.

Profesionales Técnicos

2.4.2 PERFIL SOCIOECONÓMICO:

2.4.2a Núcleo Familiar:

Familias formadas por ambos padres e hijos.

Pequeños Comerciantes.

Profesionales independientes.

Priorizan la educación.

2.4.2b Nivel Socioeconómico:

- Medio Bajo (C2)

Ingresos de Q. 10,500 o más.

2.4.2c Socialización:

Son personas que salen a pasear, pero hacerlo no es prescindible.

Salen de vacaciones al interior del país.

Personas socialmente activas.

2.4.3 PERFIL PSICOLÓGICO / HÁBITOS DE CONSUMO:

2.4.3a Alimentación:

Se alimentan de la canasta básica pueden pagar por diversas carnes.

Comen en restaurantes por lo menos una vez cada dos semanas.

2.4.3b Vestuario:

Frecuentan centros comerciales y pueden darse ciertos lujos.

Visten ropa no necesariamente de marca, pero tampoco de segunda mano.

Les gusta verse bien.

2.4.3c Hábitos:

Generalmente sólo el padre trabaja.

Los padres poseen una licenciatura o terminaron estudios universitarios.

Los padres están presentes siempre.

2.4.3d Vivienda:

Casa propia en colonias o residenciales no exclusivas.

Luz, agua y unos cuantos lujos.

Electrodomésticos en el hogar.

Puede haber uno o dos autos.

2.4.3e Recreación:

Viajan al interior del país.

Ven televisión como pasatiempo.

Visitan cines, teatros, centros comerciales.

En alguna ocasión puede viajar al extranjero.

2.5 RELACIÓN INSTITUCIÓN - G.O

Asociación Gissell tiene una relación considerada dependiente para con el grupo objetivo, ya que de él salen los recursos económicos y algunos laborales, que permiten el constante funcionamiento de la institución y el pago para los colaboradores.

Informan constantemente sobre actividades llevadas a cabo de manera electrónica por medio de sus redes sociales. En los otros países esta información se comparte por medio de las personas encargadas en cada uno.

El método utilizado para tratar con las personas es por medios digitales o en las actividades de recaudación que realizan, mientras que en otras ocasiones se mantienen reuniones con las entidades que quieren apoyar a la institución.

**CAPÍTULO
NO.
3**

MARCO
TEÓRICO

ONG •
DISCAPACIDAD •
DISEÑO GRÁFICO •

3.1 ONG

3.1.1 ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES COMO APOYO A LA LABOR DE UN GOBIERNO:

La imposibilidad que tiene un gobierno de abordar todos los problemas sociales que afronta un país da lugar a que sociedades civiles se vean obligadas a “unir fuerzas” por la solución de alguno de esos problemas sociales. Se inician de esta manera organizaciones privadas, formadas por voluntarios de la sociedad en general que tienen como misión trabajar para mejorar condiciones de vida.

Es importante resaltar el hecho de que una ONG no puede reemplazar el trabajo de un gobierno, sino que su intención está en complementar sus labores.

A veces las organizaciones dependen de cierto presupuesto anual y se ven obligadas a la solicitud de los recursos económicos a determinado ente gubernamental, pero esto no las hace parte de ese gobierno, pues los recursos que dan no cubren el 100% de la necesidad y la organización se ve obligada a recurrir a otras personas o instituciones dentro de la misma sociedad.

3.1.2 ONG O ASOCIACIONES SIN FINES DE LUCRO

Se generan desde la sociedad y en ellas trabajan personas que no necesariamente reciben algo a cambio más que la satisfacción de apoyar a la solución de una problemática social.


3.1.2a Definición

Son asociaciones civiles con iniciativa social y fines humanitarios independientes de un gobierno para funcionar en una labor social determinada, basan su funcionamiento en el voluntariado y su interés está en mejorar un aspecto dentro de la comunidad.

Suelen recibir los recursos financieros a través de la colaboración ciudadana, aportes estatales y generación de ingresos propios.

3.1.2b Historia

El término Organizaciones no Gubernamentales (ONG) se comenzó a utilizar en el año 1945 al final de la Segunda Guerra Mundial, cuando la Organización de las Naciones Unidas (ONU) emitió la “Carta de las Naciones Unidas” en la que se de-



termina que se mantendrá relación con instituciones u organizaciones privadas y a estas se les conocerá como “organizaciones especializadas” y desde 1970 estas pasan a conocerse como Organizaciones no Gubernamentales.

3.1.2c Esencia de las ONG

Existe un sinfín de organizaciones que se hacen llamar ONG y ya que no existe una definición universal aceptada de lo que es una Organización no Gubernamental, se debe tomar en consideración algo que TODA ONG tiene en común.

- Ser independiente de un control directo de algún gobierno.
- Una ONG nunca será constituida como un partido político o un grupo criminal
- Toda ONG actuará siempre sin fines de lucro.

3.1.2d Labor de una ONG

La labor de una ONG puede ser centrada en una región específica o puede ser una labor global, algunas de las que hubiesen comenzado en determinada región pueden, gracias al desarrollo tecnológico, formar una alianza con otras organizaciones mayores y trabajar por la

solución o el mejoramiento de un problema social específico.


3.1.3 ONG NACIONALES EN PRO DE LA DISCAPACIDAD

En este proyecto se tomarán en cuenta cuatro grandes instituciones nacionales que tienen como objetivo educar a la sociedad, mejorar la calidad de vida, la inclusión dentro del entorno social y/o laboral de personas que sufren de diversas discapacidades.

3.1.3a Benemérito Comité Pro Ciegos y Sordos de Guatemala:

Institución Social no Lucrativa fundada en 1945; cuenta hasta el día de hoy con 36 programas y servicios médicos, de educación y de rehabilitación.

Su labor está dirigida a la población guatemalteca con problemas sensoriales, específicamente visuales y auditivos, su objetivo es facilitar la inserción de las personas dentro de la sociedad para que logren tener una vida digna.



La mayoría de los recursos económicos que permiten la función de los programas de esta institución provienen de la venta de boletos de Lotería Santa Lucía.

3.1.3b FUNDABIEM (Fundación Pro-Bienestar del Minusválido)

Organización nacional que funciona desde 1986, situada en Km 18.5 Carretera Panamericana, Mixco, Guatemala.

Centro de Rehabilitación y tratamiento de personas con discapacidad física en general, realizan su labor por medio del servicio de Terapias (Ocupacionales, de Lenguaje, Fisioterapia y de Estimulación Temprana), Consultas médicas (Clínica Neurológica y de psicología) y Servicios educativos (Educación Especial).

La finalidad de su labor es integrar a los pacientes en la sociedad y lograr la igualdad de derechos y oportunidades.

Cuentan anualmente con un programa de recaudación de fondos, llamado Teletón, es una recaudación masiva que toma lugar el mes de julio.

El evento cuenta con el patrocinio de varias entidades privadas y es televisado.

3.1.3c Fundación Margarita Tejada

Institución no lucrativa que atiende a personas con Síndrome de Down, fue organizada en 1998 por las madres de 10 hijos(as) con Síndrome de Down.

Cuenta con programas de salud y educación especializada por medio de terapias y escuelas que responden a las necesidades de sus beneficiarios y que, por el alto costo, las personas de escasos recursos no podrían recibir.

Su misión es mejorar la calidad de vida de las personas con Síndrome de Down y de sus familias promoviendo salud, educación y sensibilización a la sociedad en general.

3.1.3d FUNDAL (Fundación para niños con Sordoceguera Alex)

Fundada en 1997, cuenta con tres sedes. Los beneficiarios de esta fundación son niños con problemas o discapacidades auditivas y/o visuales.

La labor de esta institución no es solamente con los pacientes sino también con sus familias.



INTERPRETACIÓN PERSONAL SOBRE EL TEMA:

Tomando en cuenta la mentalidad socialista que enmarca el pensamiento de la nueva generación, es necesario no parecer indiferente ante los problemas que día a día vive el país y que van incrementando al mismo ritmo con el que incrementa la población, la pobreza, la ignorancia o la desinformación de las personas.

Día a día, el país se ve más afectado por diversas crisis dentro de las diferentes realidades; La necesidad de crear e implementar ONG's debido a la falta de recursos o incompetencia de un gobierno, se hace latente y estas instituciones se ven comprometidas a generar soluciones que permitan el desarrollo de la sociedad y den a sus beneficiarios la oportunidad de una vida digna.

El ser parte de un proyecto que apoye este tipo de instituciones permite que una persona, parte de esta sociedad se sienta comprometida y obligada a representar los mismos valores y principios que esta institución representa buscando así el mismo objetivo en sus labores, servir y transformar la vida de esos, que por circunstancias ajenas a ellos no tienen las mismas oportunidades que otra persona de distinta clase social.

El conocer la labor, el significado y la definición de una ONG se vuelve importante ya que todos somos parte de una sociedad que convive de manera diaria compartiendo cultura, tradición, criterios y problemas.

El no actuar, hace a las personas indiferente ante diversas situaciones, llegando al punto de la ignorancia. Buscar soluciones en unión con personas que tengan diferentes puntos de vista y provengan de diferentes realidades dentro del país, pero que tengan el mismo pensamiento de servir y solucionar problemas, permiten que como sociedad se llegue a un punto en el que se mejora la calidad de vida de la población en riesgo y se logre el desarrollo tanto de estas personas como del país al que pertenecen.

Una ONG, está formada por voluntarios; ciudadanos con intereses particulares o específicos en otros ciudadanos, animales o el ambiente.

3.2 DISCAPACIDAD

3.2.1 SOBRE LA DISCAPACIDAD:

3.2.1a Definición

Haciendo una búsqueda sobre el término discapacidad se encuentran diferentes definiciones del tema, pero que al final se refieren a la misma situación. La imposibilidad o dificultad de una persona de realizar tareas cotidianas dependiendo de su edad, género y cultura.

Dice la RAE sobre la palabra, “*Discapacitado: Dicho de una persona que padece una disminución física, sensorial o psíquica que la incapacita total o parcialmente para el trabajo o para otras tareas ordinarias de la vida.*”

Una discapacidad es una condición de salud crónica e irreversible que no se soluciona con tratamientos clínicos o quirúrgicos, causando una limitación funcional significativa permanente, objetiva y comprobable, para una o varias de las actividades de la vida diaria de una persona, que son habitualmente factibles de acuerdo con su edad, género, nivel educativo y entorno cultural.

[Dirección Nacional de Discapacidad Gobierno de Ecuador, 2014]

Debido a que no se cuenta en la página del Ministerio de Salud Pública de Guatemala con la información de una discapacidad, se toma en cuenta la definición de esta palabra en otras entidades y en conformidad con la página de los Ministerios de Salud de otros países.

3.2.1b Antecedentes de Discapacidad en Guatemala:

En Guatemala el ente encargado de la definición de la palabra Discapacidad sería el Ministerio de Salud Pública.

Dado que este no cuenta con información específica sobre el tema se recalca la importancia de recurrir al único ente nacional que en su historia ha hablado sobre la discapacidad en el país, siendo este el INE (Instituto Nacional de Estadística), que cuenta con una base de datos sobre estadísticas de discapacidad nacional; tomando en cuenta esta información, en la historia del país se ha llevado a cabo únicamente en una ocasión, una encuesta sobre el tema específico de la Discapacidad en Guatemala, esta fue realizada a nivel nacional en el año 2005.

Previo a esta información solamente se contaba con la información obtenida en censos poblacionales de 1994 y de 2002. En el 1994 se realizaron 2 preguntas sobre el tema [1. ¿Es inválido o tiene algún impedimento? ¿Uno o los dos brazos, Una o las dos piernas? y ¿Todo el cuerpo? Y 2. ¿Es Ciego, Sordo, Sordomudo o Retraso mental?] y en la del 2002 se realizó una sola pregunta [¿Alguien de este hogar tiene -Ceguera, Sordera, Pérdida o Discapacidad en extremidades, Deficiencia mental y Otra Discapacidad?].

Los resultados obtenidos fueron:

TABLA No.1		
Resultado del X Censo Nacional de Población y Vivienda (1994)		
Población con Discapacidad Según Área		
Área	Personas	Porcentaje
Urbana	22,347	37.3 %
Rural	37,494	62.7 %
Total	59,841	100%
Nota: Recuperada de www.ine.gob.gt Derechos Reservados 2013-2016. Por INE		

TABLA No.2		
Resultado del X Censo Nacional de Población y Vivienda (2002)		
Hogares donde una o más personas tienen alguna discapacidad según área		
Área	Personas	Porcentaje
Urbana	62,584	46.2 %
Rural	72,898	53.8 %
Total	135,482	100 %
Nota: Recuperada de www.ine.gob.gt Derechos Reservados 2013-2016. Por INE		

Según el INE la encuesta realizada en el año 2005 se llevó a cabo manteniéndose apegados a los criterios de clasificación de las discapacidades y minusvalías de la OMS y también a la Clasificación Internacional de Enfermedades.

Se definió la muestra y se llevaron a cabo las encuestas a nivel nacional.

La siguiente tabla es propia, en ella se tomó en consideración que el área más importante es la región Suroccidental del país, ya que es en la que se centra la labor de la institución en la que se llevó a cabo el proyecto de graduación, la información obtenida fue la siguiente:

TABLA No.3
Encuesta Nacional de Discapacidad [2005]
10,578,805 Habitantes 401,971 Con Discapacidad 66% Indígenas 34% No Indígena
196, 041 Mujeres 205, 930 Hombres
43 % - Nunca recibió atención médica 66% - Por falta de Dinero 13% - Porque no cuentan con un lugar cerca de ellos
57% Recibieron atención médica 22% Siguen recibiendo actualmente
2.5 % No pagaron nada por el tratamiento nada 0.5% Reciben tratamiento en centros públicos especializados
50.3% No saben leer ni escribir 49.7% Saben leer y escribir 50% No tienen ningún nivel educativo 10% Son universitarios
45 % de las personas discapacitadas trabajan por cuenta propia 3 de cada 10 de ellos gana menos de Q.200 mensuales.
REGIÓN SUROCCIDENTE: 111,956 HABITANTES CON DISCAPACIDAD 24 % DE LA POBLACIÓN NACIONAL
Nota: Recuperada de www.ine.gob.gt Derechos Reservados 2013-2016. Por INE

3.2.2 TIPOS DE DISCAPACIDAD:

Existen varios tipos de discapacidad y esta clasificación depende del área del cuerpo que se vea afectada.

3.2.2a Discapacidad Intelectual

Esta discapacidad se caracteriza por medio de una considerable disminución en las funciones mentales “simples” que debe realizar una persona afectada. Funciones como: lenguaje, aprendizaje o inteligencia, generando esto una limitación para la persona cuando esta debe realizar actividades cotidianas.

Esto comparado a la capacidad que presenta una persona convencional.

3.2.2b Discapacidad Física o Motriz

Condición que afecta el control y la movilidad del cuerpo, limitando el equilibrio, desplazamiento, manipulación de objetos y/o la respiración de una persona afectada.

Dentro de esta discapacidad se encuentra:

3.2.2b.1 Discapacidad Sensorial.

Aquella discapacidad que afecta cualquiera de los 5 sentidos de la persona, Una persona con alguna deficiencia o pérdida de uno o más sentidos presenta cierta dificultad en su comunicación.

3.2.3 DISCAPACIDAD INTELECTUAL:

La Discapacidad Intelectual es una serie de limitaciones en la habilidad intelectual de cierto individuo, se presenta en las actividades que pueden ser consideradas de rutina. La discapacidad depende de la persona y de la clase de obstáculos que tenga enfrente, afirmando que esta discapacidad es permanente.

Se debe señalar que:

- No es una enfermedad.
- Las personas tienen sueños, gustos y necesidades como cualquier otro individuo.
- Si se recibe apoyo a una edad temprana, la persona tiene la posibilidad de progresar.

La discapacidad intelectual únicamente indica que la persona afectada aprenderá de manera más lenta comparada con una persona de su misma edad que no presente ningún tipo de discapacidad, no se debe confundir y creer que la persona afectada no aprenderá nada nunca, es sólo cuestión de tiempo y paciencia.

3.2.3a Causas

Existen muchas causas de discapacidad intelectual, algunas se originan antes de nacer, otros por una enfermedad de la infancia y en algunos casos los médicos no pueden explicar el porqué de la discapacidad. Algo que se debe rescatar es que todas estas discapacidades se presentan antes de los 18 años.

3.2.3a.1 Antes del nacimiento


3.2.3a.1a Síndrome Alcohólico Fetal

Es el conjunto de discapacidades físicas y/o mentales que adquieren las personas afectadas, esto debido al consumo de alcohol de sus madres durante el estado de gestación.

El flujo del alcohol en la sangre, que pasa por la placenta y alcanza al feto, hace que la concentración del alcohol sea mayor en el feto de lo que es en la madre, el alcohol empeora la salida del oxígeno y la nutrición de los tejidos y órganos.

3.2.3a.1b Síndrome de Down

En cada célula del cuerpo humano existe un núcleo, dentro de él los genes que almacenan el material genético, estos se encargan de llevar los códigos responsables



de nuestros rasgos y se agrupan en un cromosoma. (Normalmente cada núcleo tiene 23 pares de cromosomas.)

El Síndrome de Down ocurre cuando un individuo tiene una copia extra del cromosoma 21.

Es una enfermedad genética, cuando las células de un individuo no son capaces de desempeñar su función correctamente, las proteínas (genéticas) son sintetizadas por los genes y estas ayudan durante los procesos llevados a cabo por las células. Cuando se produce una mutación en un gen, este es incapaz de sintetizar la proteína específica.

En el caso del Síndrome de Down existe una copia de más de uno de los genes.

A veces, esta enfermedad es heredada y en otros casos se da de manera súbita, sin que existan casos previos de alguna enfermedad genética en la familia.

3.2.3a.2 Durante la infancia

3.2.3a.2a Lesiones cerebrales

Se habla de un golpe fuerte en la cabeza; también conocido como traumatismo cerebral, implica que quien lo ha sufrido

permanece con ciertas discapacidades de conducta o comunicación y puede a su vez adquirir otra enfermedad, como la epilepsia.

El golpe causa algún daño al cerebro, algunas veces el daño es en un área específica o en múltiples áreas; lo cual termina afectando la posibilidad de realizar una o más actividades cotidianas.

3.2.3a.2b Desnutrición

Cualquier persona que hubiese sufrido desnutrición cuando niño, presenta un retraso en el coeficiente intelectual, ya que no logran tener los requerimientos de vitaminas, proteínas, micronutrientes, calcio, zinc o hierro necesarios.

La anemia, que es la falta de hierro en la sangre, es también la séptima causa de muerte infantil en la población mundial, esta afecta la actividad cerebral y la capacidad cognitiva del individuo.

La diferencia intelectual entre un niño con estas afecciones y un niño “convencional” es más o menos de 5 puntos en su C.I, afectando su desarrollo y competitividad en el futuro.

3.2.3a.2c *Autismo*

Trastorno que daña la capacidad de un individuo para relacionarse y comunicarse con otros, estas personas presentan patrones de comportamientos repetitivos y específicos; aun así, dos personas diagnosticadas con autismo se pueden comportar de manera diferente.

Un seguimiento educativo especializado y constante a temprana edad para la persona que presenta un grado de autismo suele ser efectivo para apoyarlo en su óptimo desarrollo.

Existen algunas personas con discapacidad grave o múltiple (presentan más de una discapacidad), estas requieren de un cuidado permanente; pero así también, hay personas que poseen un alto nivel de autonomía y no necesitan de mucha atención para llevar una vida considerada como normal.

3.2.3b Tratamientos efectivos para la discapacidad intelectual:

El propósito de un tratamiento es darle a una persona que se vea afectada, las herramientas para desarrollar al máximo su potencial y lograr llevar una vida de la manera más normal e independiente que le sea posible.

3.2.3b.1 Apoyo y educación Familiar

La familia es el eslabón más fuerte en la cadena de integración de una persona con discapacidad dentro de la sociedad, y la primera fase de la inclusión debe existir en la integración familiar.

Una familia con un miembro que presenta alguna discapacidad intelectual es una representación perfecta de que uno es capaz de salir adelante, demostrándole así a la persona por medio del ejemplo que ella también es capaz.

3.2.3b.2 Educación Especial

Modalidad de la educación en la que se entregan un conjunto de servicios y recursos especiales con el fin de asegurar el aprendizaje de calidad para niños con discapacidad intelectual para que ellos puedan participar y progresar dentro del entorno en el que están presentes.

3.2.3b.3 Grupos de apoyo

Un grupo de apoyo es un compendio de personas que se enfrentan a la misma situación que pueden ayudarse entre ellos por medio de la comprensión, el ánimo y el apoyo mutuo, ya que entienden la situación y tienen experiencias similares.

3.2.4 DISCAPACIDAD FÍSICA:

La discapacidad física es la presencia de ciertas limitaciones en la realización de movimientos durante las actividades cotidianas de un individuo, esto no solo representa la forma de llegar a algún lugar sino también afecta la manipulación de algunos objetos y el control sobre la postura corporal.

El no poder utilizar bien las extremidades, o el tronco debido a parálisis, rigidez u otras deficiencias es bastante común y la causa no siempre es la misma, tal como en la discapacidad intelectual algunos de los pacientes son y permanecerán siendo dependientes mientras que otros recibiendo tratamiento pueden, llegar a ser autosuficientes. En este caso se puede señalar que:

- Para un individuo con discapacidad la socialización es un desafío.
- Ellos tienen sueños, gustos y necesidades como cualquier otro individuo.
- El facilitar oportunidades favorece el desarrollo integral de estas personas.

3.2.4a Causas

También existe una gran cantidad de causas para este tipo de discapacidades, y estas pueden ser agrupadas en dos grandes grupos:

3.2.4a.1 De origen sanitario

Se refieren a las condiciones de salud en las que se desarrollaron los individuos. Estas condiciones causan enfermedades directamente a la madre e indirectamente al feto por medio de una enfermedad congénita en él.


3.2.4a.1a Pérdida del habla

Problemas que afectan las funciones orales de un individuo causadas por la pérdida auditiva, lesión cerebral, abuso de drogas, labio leporino o mal uso vocal.

3.2.4a.1b Sordoceguera

Discapacidad que resulta de la deficiencia o pérdida de dos de los cinco sentidos del ser humano, el oído y la visión; estos generan una dificultad en el proceso de comunicación de los individuos.

Algunas personas pueden tener una pérdida total de estos sentidos, o pueden también perder pequeños porcentajes de los mismos.



Esta discapacidad puede presentarse a una edad temprana como resultado de una enfermedad y no darse solamente desde el nacimiento.

3.2.4a.1b Enfermedades Congénitas:
Son anomalías que le ocurren al feto dentro del útero y estas son detectadas durante el embarazo, el parto o en un momento posterior de la vida. Implica que los órganos, miembros o alguna parte del cuerpo del bebé no se forme o tengan una deformación.

Por ejemplo: Espina bífida, pie deforme, dislocación de la cadera, Labio leporino.

3.2.4a.1 De origen Ambiental

En este grupo de causas se encuentran, por ejemplo, la violencia, traumas psicológicos y accidentes de tránsito, o la ausencia de una extremidad.

3.2.4a.1a Violencia

Esto se refiere a la violencia y el abuso del cual las personas que son parte de una sociedad, pueden ser víctimas. En este caso no solamente se habla de un abuso sexual, sino también un abuso de poder generado en el entorno intrafamiliar de cada individuo.


Las personas que sufren de discapacidad (Intelectual/ Física o ambas) se ven más propensas a sufrir estos abusos. Muchas veces, el hecho de tener un hijo con diferentes limitaciones puede provocar una pérdida del equilibrio emocional en la familia, lo cual lleva eventualmente a casos de abusos de progenitores u otros familiares.

El ser víctimas de abuso puede reflejarse en el comportamiento del individuo, problemas cognitivos y/o de actitud. Así también eventualmente sufren de problemas a largo plazo como lo son la depresión y el trauma.

3.2.4a.1b Traumas Psicológicos

Un suceso traumático es un acontecimiento negativo que pone en peligro la integridad física o psicológica de un individuo, eso unido a la intensidad del suceso y la ausencia de un estímulo que permita salir del shock, produce un efecto negativo en el comportamiento y la relación de la persona con su entorno.

Las personas que se ven afectadas psicológicamente terminan siendo afectadas de manera física también ya que, al vivir un trauma psicológico, las con-



secuencias se perciben físicamente, porque se vuelven incapaces de tener un desarrollo normal, como lo hacían antes de vivir esa situación.

3.2.4a.1c Accidentes laborales y de Tránsito

Los accidentes laborales son sucesos no previstos que generan daños a la salud, lesiones y en otras ocasiones la muerte.

El 50% de los accidentes de tránsito resultan en un traumatismo no mortal que tiene como resultado una discapacidad, según la OMS. Estos accidentes son causados por las excesivas velocidades, no utilizar cinturón de seguridad, manejar bajo los efectos del alcohol o alguna otra sustancia química, el uso de los dispositivos móviles u otras distracciones mientras se maneja un automóvil.

3.2.4b Tratamientos para la discapacidad Física:

3.2.4b.1 Apoyo Familiar

En casos extremos como el de amputación o la pérdida de alguna parte del cuerpo, los traumas provocados por la experiencia o la pérdida causan problemas al querer entablar una relación social, requieren del factor apoyo y a excepción de casos

en el que se es víctima de violencia intrafamiliar, la familia resulta siendo el soporte más grande para un individuo.


3.2.4b.2 Rehabilitación

Después de sufrir una lesión, trauma, enfermedad o la pérdida de un miembro, es necesario llevar un proceso de recuperación para volver a poner en práctica sus habilidades, encontrar nuevas maneras de hacer las cosas o simplemente recuperar fuerzas. Este proceso se lleva a cabo mediante la fisioterapia y la terapia ocupacional.

3.2.4b.3a Fisioterapia

Tratamiento, rehabilitación y prevención de inmovilizaciones, lesiones musculares, molestias del sistema respiratorio y/o del SNC [Sistema Nervioso Central], lesiones deportivas u otras afecciones que ocurren en un individuo y que afecten su capacidad de llevar a cabo acciones cotidianas.

Se debe tomar en cuenta que la fisioterapia no es una técnica, sino que dentro de ella existen diversas técnicas, como el tratamiento de lesiones a través del masaje o a través de choques eléctricos, así también la prevención y



tratamiento de lesiones a través del calor o contrario a esta a través del frío con la crioterapia, etc.

3.2.4b.3b Terapia Ocupacional

Facilita y mejora el desempeño de las personas en situación de discapacidad en las actividades que llevan a cabo en su diario vivir, esto significa que el que lleva a cabo una actividad es el individuo como tal y el terapeuta únicamente observa e interviene para facilitar la participación de este individuo, con su entorno.

3.2.4b.3c Terapia del Habla

Tratamiento de las discapacidades en la producción de sonidos, o las dificultades de combinar las palabras para expresar ideas.

La función principal de la terapia del habla es establecer o reparar la comunicación lingüística de un individuo por medio de la selección del mejor tratamiento para que este sea capaz de desarrollar estas habilidades de la mejor manera.



INTERPRETACIÓN PERSONAL SOBRE EL TEMA:

Si se toma en cuenta el hecho de que existe un aumento considerable en cuanto al número de personas que se ven afectadas con estos problemas, se llegará a comprender que la creación de oportunidades para que estas personas logren un desarrollo se hace necesaria.

Reconocer la labor de la institución, por medio del conocimiento de lo que implica el verse afectado por una discapacidad, ya que no se trata de que “cualquiera” pueda o quiera venir a tratar a las personas que sufren de esta condición.

Al comenzar con un proyecto de diseño, generalmente se piensa que se “tiene una pequeña idea” de lo que se va a realizar, pero a medida que uno va avanzando en el proyecto, topa con el hecho de que en realidad no es cierto, lo que se sabe solamente es una porción de lo que realmente es.

Una persona convencional se da cuenta de la necesidad de otra persona, al verla tratando de realizar las cosas que a uno normalmente se le dan bien. El haber conocido el tema previo a la realización del proyecto dio lugar a la reflexión de preguntas para que al momento de llevar a cabo las tareas fuera más fácil comprender las situaciones y sentir empatía hacia estas situaciones.

La información recopilada permite que quien realice el proyecto trate el tema con coherencia/pertinencia, y aunque la información presentada no da a conocer el problema de la discapacidad por completo, permite una correcta aproximación al mismo permitiendo que no se trate de leer únicamente, pues la participación también es importante.

Así también el estudio de este tema permite darnos cuenta de que, en Guatemala, la situación para este problema social es triste, pues se presenta una cadena de eventos que permiten definir que las personas de escasos recursos de las regiones más pobres del país se ven afectadas en grados mayores que las personas que se puede decir “están bien”, económicamente hablando; ya que no cuentan con los recursos para recibir atención médica, educativa y/o psicológica necesaria.

3.3 DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO GRÁFICO

El diseño gráfico es una profesión cuyo fin es la creación de mensajes visuales que logren resolver una posible necesidad comunicativa (dentro de una institución). Está destinado a ser experimentado de manera instantánea y existen muchas ramas en el diseño.

Hace uso de varios elementos, textos, imágenes, símbolos, texturas y/o colores; pero el elemento más importante en el diseño gráfico es la comunicación. La etapa del diseño que determina su funcionalidad es la que se lleva a cabo antes de la creación del mismo y esta, no es perceptible a la vista.

El interpretar de manera correcta lo que el cliente necesita, establecerá los pasos a llevar a cabo para comunicar visualmente al grupo objetivo.

3.3.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Herramienta utilizada para dar un orden sistematizado y coherente a los procesos de creación y solución de un diseño dándole también temporalidad al mismo.

3.3.1a Objetivo

Se trata de definir la finalidad del nuevo proceso comunicativo, esto quiere decir, qué es lo que se espera lograr por medio de la solución gráfica generada.

3.3.1b Grupo Objetivo

Es conocer y estudiar a la audiencia a la que está dirigida la campaña o el producto final. Este proceso permite que la solución del proyecto sea certera.

3.3.1c Canales

En esta parte, se determina por medio de un estudio de recursos, los medios por los cuales será difundida la campaña, explotar las posibilidades que los recursos permitan, da lugar a que se acapare la atención del G.O.

3.3.1d Implementación

Llego el momento de dar espacio a la creatividad, ya que esta es la etapa en la que se comienza la creación e implementación de las ideas que serán puestas a prueba.

3.3.1e Evaluación

Es el momento de poner a prueba el elemento final, por medio de esta se conoce la opinión del G.O y se llevan a cabo cambios y correcciones necesarias.

3.3.2 PROCESO CREATIVO

Se conoce como proceso a la secuencia de pasos para lograr un objetivo, y la creatividad es llevar a cabo una tarea de forma distinta a la tradicional.

Se afirma entonces que un proceso creativo es encontrar una solución fuera de lo común para una tarea siguiendo una secuencia de procesos para llegar al final de la misma.

Es un reflejo del avance de un proyecto, se hace uso de diferentes técnicas que permitan el desarrollo creativo, el proceso se divide en cuatro etapas.

3.3.2a Definición de problema

Para encontrar una solución debe de existir un problema [Enunciado].

3.3.2b Técnica de generación de ideas

Selección de alguna técnica para llevar a cabo soluciones innovadoras o diferentes como, por ejemplo: Lluvia de ideas, mapas conceptuales, ideart, microdibujos, etc.

3.3.2c Valoración de ideas

Una vez encontradas las ideas por medio de las técnicas, se comienza a valorar

y elegir las ideas para ser llevadas al siguiente nivel de proceso que es ya la producción gráfica.

3.3.2d Producción Gráfica

Proceso por medio del cual se implementa, crean y diseñan los elementos gráficos que van dar la solución al problema definido anteriormente.

3.3.3 DISEÑO EDITORIAL

Esta rama del diseño gráfico se encarga de maquetar, diagramar y arreglar las publicaciones llevadas a cabo por una institución, pueden ser publicaciones periódicas o una única en y por determinada ocasión.

Estas publicaciones pueden ser, por ejemplo: revistas, periódicos, libros, brochures, etc.

La maquetación del elemento diseñado depende exclusivamente de la naturaleza del tema, del tipo de diseño, del grupo al que va dirigido, de la línea gráfica con la que se debe diagramar, o el enfoque que se le pretende dar a la información contenida dentro de la publicación, etc.

3.3.3a Material Impreso

3.3.3a.1 Libros

Impreso encuadernado que desarrolla un tema en específico.

Están formados por varias partes: portada, contraportada, páginas de texto, índice, folios, lomo, glosario etc.

3.3.3a.2 Revistas

Publicaciones periódicas que tratan un tema en particular y que da espacio a una serie de artículos sobre el mismo tema, la temporalidad de esta puede ser semanal, mensual, bimestral o anual, etc.

3.3.3a.3 Folleto

Es una publicación utilizada comúnmente para publicitar los servicios que presta una empresa, u organización, los folletos son cortos, estos están divididos en secciones y dependiendo de esta cantidad de divisiones obtienen su nombre [folleto simple, bifoliar, trifoliar, etc.]

3.3.3a.4 Boletín

Son publicaciones, como las revistas, pero con la diferencia de que estos tratan sobre temas internos y que afectan a una comunidad, empresa, institución u organización.

3.3.3a.5 Manual

Es una publicación técnica que por la importancia de su contenido debe de estar a la mano siempre ya que el usuario debe comprender la forma de aproximación a la finalización de una tarea, el manual define las decisiones que el usuario debe tomar.

3.3.3a.6 Diagramación

3.3.3a.6a Espacio

Es el análisis de colocación de cada uno de los elementos presentes en el diseño, la distancia que tendrán unos de otros, la dimensión y el tamaño de los mismos. En otras palabras, el área entre y/o alrededor de las cosas.

3.3.3a.6b Jerarquía Visual

Permite que, al diseñar, se dé un orden a la información o lo elementos, la importancia que debe dar quién esta observando el diseño depende de la forma en la que se utilizó la jerarquía, pues esta es una guía en un recorrido de comprensión para la información plasmada.

Permite que la comunicación sea efectiva y que el mensaje llegue con claridad y. La Jerarquía se puede hacer más notoria por medio de:

3.3.3a.6c Tamaño

Un objeto de mayor tamaño se percibe de manera más rápida que uno de menor tamaño.

3.3.3a.6d Forma

En una diagramación, la presencia de un elemento que tenga una forma diferente a las que ya han sido colocadas, rompe con la monotonía del diseño y llama la atención del lector.

3.3.3a.6e Color

El color permite distinguir una diferencia dentro del diseño, lo que permite que la vista se enfoque ahí y el lector dirija su vista espontáneamente a el área.

3.3.3a.6f Movimiento

Este funciona como una guía de dirección de la vista del lector, está marcada por el movimiento que se debe hacer para ver el diseño en su totalidad y distinguir el mensaje.

3.3.3a.6g Retícula

Se podría definir como la base “Invisible” sobre la cual están colocados los elementos de la publicación, gracias a la existencia de una retícula se logra la armonía en diseño de la publicación, esta toma en cuenta la orientación y el tamaño de la página, la

cantidad de columnas a utilizar, así como el espacio definido para los márgenes y los espacios entre columnas.

3.3.3a.6h Textos

Este es el contenido de la publicación, es el lenguaje escrito representado por medio de las tipografías seleccionadas por el autor, los textos deben cumplir con los objetivos de la publicación y con la expectativa que el G.O tenga sobre el mismo.

3.3.4 DISEÑO INSTITUCIONAL

Son todas las características y rasgos de comportamiento e interacción que tiene una institución hacia sus clientes, esperando una respuesta similar por parte de los individuos a quienes se dirigen.

3.3.4a Identidad Visual

Son todos esos elementos visuales y representativos para el G.O que funcionan como un código de identificación para las organizaciones o instituciones, que responden a su estrategia comunicativa y que actúan como un reflejo sus valores, principios y filosofía.

3.3.4b Identidad Institucional

Es el concepto global interno que se genera tomando en cuenta la historia, valores, filosofía, imagen y principios que tiene una institución u organización.

Siempre debe de existir una entidad encargada de la gestión de acciones a tomar para la correcta proyección y uso de la imagen institucional y que asimismo haga un seguimiento de la audiencia con el fin de generar nuevos mensajes y que para difundir la cultura, valores, y los principios institucionales.

3.3.4c Cultura Institucional

Son los principios de comportamiento que una institución define como pautas de conducta, son las creencias y valores que representa cada uno de los miembros de la organización en la que labora.

3.3.4c.1 Pautas de Conducta

Modelos de comportamiento y definición de límites que da la institución, estos modelos son observados en todos o sino la mayoría de los empleados.

3.3.4c.2 Creencias

Son las convicciones que comparten los

miembros de una institución sobre ciertos aspectos de la misma.

3.3.4c.3 Valores

Conjunto de principios de interacción que demuestran las personas tanto con los compañeros como hacia los clientes.

3.3.4d Filosofía Institucional

Es el reflejo del pensamiento que tiene una institución en cuanto a la respuesta a tres preguntas esenciales, ¿Qué hago?, ¿Cómo lo hago? y ¿Adónde quiero llegar? Esto permite que se refuerce el pensamiento central y lo que haría diferente a esta institución comparada con las otras.

3.3.4d.1 Misión


Definición específica de todas las actividades que llevan a cabo dentro de una institución y estableciendo su labor.

3.3.4d.2 Visión

Perspectiva del futuro que tiene la institución sobre sí misma, dicho de otra forma, es su meta y a la vez se considera un reto.

3.3.4d.3 Valores

Estos valores definen el cómo hace la organización para presentar y prestar sus



servicios, esto define también cómo se relacionan con su público audiencia.

3.3.4e Imagen Institucional

Esta es la asociación mental que tiene una audiencia sobre algún servicio, producto o marca. Se podría decir que la imagen no es cuestión de enviar sino más bien de recibir. Algunas características de esta son, [tomando en cuenta que viene del grupo objetivo]:

3.3.4e.1 Abstracción

Las personas realizan una “reconstrucción” de la marca basada en su experiencia personal.

3.3.4e.2 Unidad

Vuelven a la institución/producto, un ente con características centrales específicas.

3.3.4e.3 Siempre hay una imagen

los clientes siempre tienen una idea previa, aunque no conozcan personalmente la organización, esta imagen es producida por lo que han escuchado o lo que se imaginan.

3.3.4e.4 No es definitiva

Las imágenes pueden cambiar conforme

las experiencias y expectativas de una persona sobre la organización, esta puede también con el tiempo, reafirmarse.

3.3.4e.5 Beneficios


La existencia de una imagen permitirá que un individuo tenga la posibilidad de formar un juicio sobre la organización, esto para lograr una diferenciación de la organización con otra y así también permitir que la imagen que tengan sobre dicha organización sea positiva/negativa.

3.3.5 MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

Herramienta que ayuda a una institución/ Empresa a definir los elementos de la identidad gráfica de manera puntual, este, permite aumentar y conservar la integridad de la organización ayudando también a que la audiencia la entienda. Los elementos mínimos que deben ser parte de un manual son.

3.3.5a Información General

En esta etapa aún no se considera una parte gráfica de la imagen institucional, sino que más bien se trata de todos esos datos o información que la institución o



Empresa considere importante sobre ella misma, como: Nombre, historia, misión, visión, objetivos, valores y principios, etc.

3.3.5b Identidad Gráfica

Esta parte ya abarca una imagen institucional como tal, se habla de algo más gráfico y se colocan elementos como: El logotipo (Isologotipo, Isotipo, etc.), los colores, las prohibiciones de uso, las fuentes a utilizar, las características o atributos de las imágenes, el tono de voz de la institución, etc.

3.3.5c Aplicaciones de la Imagen

En este apartado se colocan ejemplos de uso específico de la imagen sobre publicidad impresa, digital, noticias, etc.

3.3.6 ELEMENTOS ESTILÍSTICOS

Son todos los elementos que dan lugar a la presentación de un servicio o producto ya sean estos por medio de códigos visuales y/o lingüísticos que evocarán un significado dentro del mensaje enviado.

3.3.6a Código lingüístico

Se trata del conjunto de reglas y signos

utilizados en el lenguaje para elaborar e interpretar un mensaje, estos dependen de un idioma y la comunicación puede ser oral y escrita.

3.3.6a.1 Insight

Son las situaciones, conocimientos y experiencias de la audiencia; es un tema más psicológico, la idea se vuelve obvia al descubrirla. La ventaja de obtener un insight es el vínculo emocional que se produce producto-servicio/cliente.

3.3.6a.2 Concepto

El concepto es la idea principal que encierra el mensaje a enviar, esta idea permite que el receptor se vea identificado con el producto/servicio ofrecido y genere la respuesta deseada.

3.3.6a.3 Tono del discurso

Este habla sobre las características que como institución se utilizan para llegar a la audiencia. Por ejemplo: Fresco, natural, formal, claro y directo, etc.

3.3.6a Código Visual

Son todos esos elementos gráficos que se utilizan y dan apoyo y significado al mensaje transmitido.



3.3.6a.1 Medida

Es el tamaño de las formas dentro del diseño, permite identificar la magnitud de estos al ser comparados.

3.3.6a.2 Color

Este elemento permite identificar y separar los elementos por medio del uso de variaciones en tonalidad y valor.

3.3.6a.3 Textura

Se refiere a la superficie de una forma.

3.3.6a.4 Dirección

Esta depende de la interacción con la persona que aprecia el diseño, y depende también de cómo se relaciona esta con los demás elementos y formas dentro del diseño.

3.3.6a.5 Forma

Todo elemento que se vea dentro del diseño posee una forma que puede ser identificada por la audiencia.



INTERPRETACIÓN PERSONAL SOBRE EL TEMA:

Mientras que los dos temas anteriores dan a conocer temas sociales como, la labor de la institución y el tema al cual pretende dar fin, este por su parte es un tema ya específico que trata sobre la visualización de un elemento que pretende ayudar y apoyar a la institución en el logro de sus objetivos.

Los 3 temas sirven como apoyo a las decisiones tomadas por la estudiante para llevar a cabo su elemento de diseño final, estos temas fueron tratados durante toda su etapa como aprendiz hasta que llega el momento en el que se deben poner en práctica. Se define también un orden cronológico en la generación de esa solución visual y de comunicación.

A pesar de que los temas son tratados de manera rápida, es importante recalcar que la información colocada en este documento no es toda la información que hay, pero si es una parte fundamental que funciona como la base de los conocimientos mínimos que se deben tener para llevar a cabo un proceso creativo como el que se realizó.

El gasto de recursos en vano es un lujo que una ONG no puede darse, por esto las decisiones que se toman a continuación fueron tomadas en base a fundamentos correctamente aplicados. La etapa previa a la creación gráfica del material es la más importante ya que es necesario comprender el problema para darle una solución.

La comunicación es un tema importante en todos los ámbitos de la vida, en especial cuando se atienden determinados problemas y el hecho de que el diseño gráfico sea una forma de comunicación visual permite que se genere una solución gráfica a una necesidad comunicativa.

A pesar de las creencias de muchos sobre el diseño gráfico como un tema comercial, es necesario afirmar que se tiene también la capacidad de crear una solución con un fin social ya que este estudio permite una conexión emocional del proyecto para con la audiencia.

**CAPÍTULO
NO.
4**

DESARROLLO DE
PROPUESTA
GRÁFICA

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ●
DESARROLLO CREATIVO ●
1ER. NIVEL DE VISUALIZACIÓN ●
2DO. NIVEL DE VISUALIZACIÓN ●
3ER. NIVEL DE VISUALIZACIÓN ●
CAMBIOS APLICADOS ●

4.1 DESAROLLO CREATIVO

4.1.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

4.1.1a Objetivo:

Generar una estrategia integral de comunicación para Asociación Gissell, con el fin de divulgar logros y necesidades que den lugar a la gestión de voluntariado y patrocinio para el constante funcionamiento de la organización

4.1.1b Estrategia:

Implementar un material editorial (Manual de normas gráficas) que defina las pautas de utilización de la imagen institucional de Asociación Gissell en torno a la audiencia y a las necesidades de iniciar procesos de comunicación que permitan la gestión de fondos monetarios por medio de la participación social con el fin de permitir a la institución continuar con su labor en el departamento de San Marcos, Guatemala.

4.1.1c Táctica:

Imagen Institucional
Pautas de uso de Imagen
Material Gráfico
Uso de tecnología

4.1.1d Curso de Acción:

Manual de normas gráficas institucionales que defina las pautas de uso de la imagen

y que sea también una herramienta para generar nuevos procesos comunicativos, por medio piezas que la institución puede utilizar en todas sus actividades.

4.1.1e Medios:

Divulgación por medio de las redes sociales de la institución, y eventualmente en algunos proyectos añadir piezas que puedan ser impresas, siempre respetando las normas definidas en el material entregado.

4.1.1f Tiempo:

- Manual de imagen institucional: 3 meses.
- Última revisión de piezas internas del manual
- Diagramación del manual
- Creación de piezas internas del manual: 1.5 meses
- Creación e implementación de elementos de la línea gráfica
- Diseño y diagramación de piezas internas
- Revisión si es necesaria,
- Implementación de nuevas piezas: 1.5 meses

INSIGHT

4.1.2 INSIGHT:

Un insight es un elemento intangible de características que definen lo que el grupo siente y piensa, dando al diseñador la oportunidad de ofrecer un producto o servicio de una manera más original.

Dicho esto, cabe aclarar que un insight es parte clave de una solución, no es la solución al problema.

Pasar tiempo con el grupo objetivo es una forma de recopilar insight pues, es la forma más fácil de conocer sus pensamientos y sentimientos.

INSIGHT #1:
“Quiero ayudar, pero no sé cómo hacerlo”

Son personas activas que tienen las capacidades económicas de ayudar a otras personas, pero por otras circunstancias de la vida no cuentan con el tiempo.

Estas personas pertenecen a un grupo con un mejor nivel socioeconómico precisamente porque dependen de largas jornadas de trabajo bien pagado.

NOTA:

Al haber definido 3 insights de los más fuertes del grupo objetivo, se siguió a la siguiente fase del proyecto que consiste en la creación de un concepto para el diseño de las piezas.

INSIGHT #2:

“Me gusta ser parte de nuevos proyectos”

Muchas personas se sienten afortunadas de tener lo que tienen, pues saben o conocen personas que están en una situación peor que la de ellos mismos, saben lo que es pasar por situaciones complicadas y es por esto tienen cierto grado de compasión y empatía hacia los demás.

Saben que su ayuda es importante pero no tienen idea de cómo o dónde hacerlo.

INSIGHT #3:

“Son capaces de trabajar en equipo”

Al hacer preguntas sobre cómo alcanzar las metas que se han propuesto, muchas de estas personas, dicen que a pesar de que las metas son propias, no hubieran podido hacerlo solos y sin el apoyo, tanto de las familias como de los amigos.

Así que se puede inferir que saben trabajar en equipo, les guste o no, saben hacerlo y esto permite que cumplan las metas propuestas.

CONCEPTO

4.1.3 CONCEPTO CREATIVO:

CONCEPTO #1

4.1.3a Técnica:

Relaciones Forzadas *[Ver Anexo 6.5.1a]*

Se utiliza como una técnica para combinar algún objeto o palabra con otra con la que no tienen nada en común y de esa manera forzar una nueva solución, dando así soluciones completamente inesperadas.

El objeto más cercano a mí al comenzar este proceso fueron los audífonos del teléfono por eso utilicé ese objeto.

Objeto:

Audífonos

Características:

- Se enredan
- Son tres líneas unidas en un punto
- Son la conexión entre dos elementos
- Su función es: Aclarar y amplificar el sonido.

Luego de analizar estos elementos se obtuvieron los siguientes conceptos:

1. El equipo perfecto
- 2. Enlazando tu apoyo
3. Conectando a la vida
4. El sonido del amor
5. Amplificando el apoyo
6. Aclarando el futuro
7. Sonando con el alma

De esos conceptos se eligió el más funcional, el cual fue:

EL EQUIPO PERFECTO

CONCEPTO #2

4.1.3b Técnica:

Mapa Mental *(Ver Anexo 6.5.1b)*

Método utilizado para formar conexiones lógicas y creativas que a su vez son fáciles de memorizar. Estos giran alrededor de una idea principal y de aquí parten los nuevos conceptos o ideas que generan una nueva conexión.

Con esta técnica se lograron los siguientes conceptos:

1. Mejorando sus condiciones
2. Cambiando el destino
3. Estas es tu oportunidad
- 4. El cambio comienza con vos
5. La capacidad de mejorar
6. Construyendo oportunidades

De esos conceptos se eligió el más funcional, el cual fue:

EL CAMBIO COMIENZA CON VOS

CONCEPTO #3

4.1.3c Técnica:

Palabras Aleatorias *[Ver Anexo 6.5.1c]*

Resulta una técnica muy útil para encontrar nuevas ideas porque genera un punto de vista diferente.

Se da por medio de la asociación de una palabra aplicada a una situación que poco tenga que ver con esta. En esta situación, la labor social.

Por medio de un generador de palabras se utilizaron las palabras:

1. León
2. Gotas
3. Libre
4. Cerebro

León	Gotas	Libre	Cerebro
Fuerza	2 fuerzas	Vuelo	Idea
Poder	Agua	Alas	Pensar
Salvaje	Fluidez	Movimiento	Sinapsis
Rey	Mar	vida	Importante
Líder	Lagrima	Acción	Centro
Razón	Constancia	Voluntad	Control
Paciencia	Medida	Expresión	Reacción
Sabiduría	Pequeña	Ave	Recuerdo
Protección	Simple	Naturaleza	Cabeza
Justicia	volumen	madurez	Enciclopedia

Con estas características se formaron nuevas ideas, para la creación del concepto nuevo.

1. La unión de todas las fuerzas
2. Lo pequeño de la vida
- 3. Activando los corazones dormidos
4. Pensando con el corazón
5. El poder de la constancia

De estas frases se eligió el nuevo concepto, y esta fue:

ACTIVANDO LOS CORAZONES DORMIDOS.

NOTA:

En este caso la palabra acción nos ayudo en el proceso de creación del conepto específico que creamos.

FINAL

INSIGHT:

“QUIERO AYUDAR, PERO NO SE CÓMO HACERLO”

Estando en este tipo de organizaciones es común encontrar personas que dicen querer ayudar, pero no conocen la forma de hacerlo, esto puede darse por diferentes razones y estas dependen de la persona.

Algunos incluso lo consideran una excusa para no hacerlo.

En este caso se hará uso de este insight, porque es lo que se desea, como objetivo del proyecto, que la gente deje de decir “no sé cómo hacerlo”

CONCEPTO:

“EL CAMBIO COMIENZA CON VOS”

Se eligió este concepto para ser el centro del proyecto debido no solo a las posibilidades gráficas que da sino también porque está muy unido al objetivo buscado.

La necesidad de Asociación Gissell por recursos económicos, día a día se vuelve más importante, ya que las personas necesitan del tratamiento o la educación, así que este cambio que se busca es una forma de mejorar la obtención de recursos.

4.2 PRIMERA VISUALIZACIÓN

4.2.1 PROPUESTAS GRÁFICAS:

PROPUESTA #1

GRÁFICA: FLOR DE LOTO

Formato: Media Carta (Horizontal)

Es un documento de fácil lectura propone una diferencia tanto en el tamaño como en la diagramación modular y permite una rápida visión de lo que se espera lograr.

Margen: Normal

El libro va a ser cocido en la parte interior el margen será mayor en esta parte del documento.

Retícula: Modular

Esto debido a que puede facilitar la lectura y permite la inserción de jerarquía en el documento.

Imágenes: Íconos y fotografías

Estos solamente de ser necesarios, pero no se colocarán si no lo son y estarán basados en el logotipo creado.

Color: Una sola tinta

Se utilizarán en esta opción tonalidades del mismo color, en este caso el rojo. Ya que esto permitirá que los costos bajen para la organización.

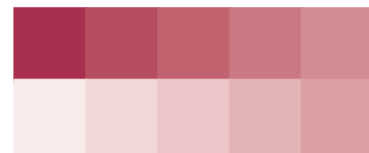
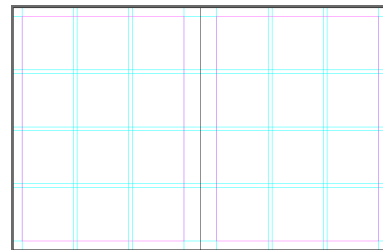
Tipografía (LATO Y AVENIR)

Estas 2 tipografías se utilizaron debido a

su simplicidad y a la facilidad de lectura que proporcionan ambas.

LATO
LATO
Lato
Lato

AVENIR
AVENIR
Avenir
Avenir



Gissell
Asociación



PROPUESTA #2

GRÁFICA: ÁNGEL

Formato: Carta

Es el más común de los documentos escritos, permite una facilidad de lectura que no implica un tamaño pequeño de tipografía o imágenes.

Book Antiqua, tiene serifas y denota más seriedad que la Candara, es por esto que sería utilizada para escribir los titulares del documento.

Margen: 1 pulg

Retícula: por columnas

Esta retícula da lugar a una facilidad de lectura por medio de la división de la gran cantidad de texto.

Imágenes: Iconos y fotografías

Estos solamente de ser necesarios, pero no se colocarán si no lo son.

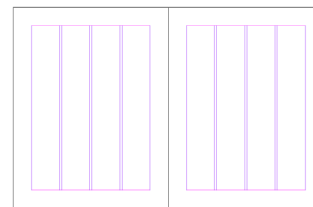
Color: Full color

Los colores de impresión serán full color ya que podría darse una confusión al mantener las piezas diseñadas en un solo color, por el significado del mismo o simplemente por no aplicarse de la manera correcta.

Tipografía:

En este caso se utilizó una que permita una lectura clara y fácil del documento, pues este será largo y debería de tener una tipografía amigable al ojo del lector.

CAMBRIA	CANDARA
CAMBRIA	CANDARA
Cambria	Candara
Cambria	Candara



**ASOCIACIÓN
G ISSELL**



PROPUESTA

#3

GRÁFICA: MARIPOSA

Formato: 8*8

Con este formato se sale un poco de lo común para realizar un manual de marca, se utilizará una opción que de un nuevo aire a la diagramación del manual y lo más importante será tomar en cuenta la jerarquía de los elementos.

propuesta debido a la facilidad de lectura, en este caso el contraste será otorgado por la variable de la tipografía que se utilice, tomando en cuenta que cada tipografía tiene más de tres variables.

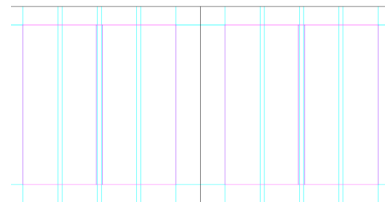
Margen: 0.75 Y 1 Pulg

Es un margen que da lugar a que se pueda mantener un buen espacio para la colocación de textos e imágenes.

CORBEL	GEOMANIST
CORBEL	GEOMANIST
Corbel	Geomanist
Corbel	Geomanist

Retícula: Modular y por columnas:

En este caso se decidió ir por una mezcla entre dos opciones, la de columnas y la modular con el fin de dar más espacio en la diagramación en el texto.

**Imágenes: Iconos y fotografías**

Estos solamente de ser necesarios.

**Color: Full color**

Al igual que en la propuesta anterior se realizarán artes full color, ya que es necesario remarcar el significado y la razón de estos en todo el documento,

**Tipografía: [CORBEL Y GEOMANIST]**

Se utilizarán estas tipografías en esta



EVALUACIÓN DE PROPUESTAS

4.2.2 AUTOEVALUACIÓN:

PROPUESTA #1

Preguntas:

1. *¿Toma en cuenta el objetivo general del proyecto?*
2. *¿Busca el logro de los objetivos específicos?*
3. *¿Aporta elementos innovadores a la estrategia de comunicación?*
4. *¿Es capaz de destacar sobre los de sus competidores?*
5. *¿Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo?*
6. *La paleta de color ¿favorece la connotación de los mensajes en función de los objetivos de comunicación y diseño?*
7. *La paleta tipográfica ¿favorece la lectura, retiene la atención y se vincula con el objetivo de diseño?*
8. *¿Es viable de obtener los resultados planteados en los canales de comunicación disponibles?*
9. *¿Toma en cuenta los principios fundamentales de diseño para su construcción?*
10. *¿Evidencia el uso de principios estéticos en la definición de las retículas?*

OG	OE	INN	COMP	CUL.VI	COL
3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	1	2
TIPO	CANAL	PRI. DI	ESTET		TOTAL
3	3	3	3		30
3	3	3	3		26

Se llevará a cabo un manual que termine siendo de fácil utilidad para la institución con el fin de que está dé lugar a nuevos procesos de comunicación que llamen la atención y que reflejen al 100% a la institución, lo cual no es muy común en las instituciones de Guatemala.

Esto generará un impacto en el grupo objetivo por medio de mensajes que los haga cambiar de opinión sobre el ayudar o no, el uso del color en estas piezas es tomado en cuenta por la facilidad de reproducción para la institución ya que es a una sola tinta.

PROPUESTA #2

Preguntas:

1. *¿Toma en cuenta el objetivo general del proyecto?*
2. *¿Busca el logro de los objetivos específicos?*
3. *¿Aporta elementos innovadores a la estrategia de comunicación?*
4. *¿Es capaz de destacar sobre los de sus competidores?*
5. *¿Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo?*
6. *La paleta de color ¿favorece la connotación de los mensajes en función de los objetivos de comunicación y diseño?*
7. *La paleta tipográfica ¿favorece la lectura, retiene la atención y se vincula con el objetivo de diseño?*
8. *¿Es viable de obtener los resultados planteados en los canales de comunicación disponibles?*
9. *¿Toma en cuenta los principios fundamentales de diseño para su construcción?*
10. *¿Evidencia el uso de principios estéticos en la definición de las retículas?*

OG	OE	INN	COMP	CUL.VI	COL
3	3	3	3	3	3
3	3	1	2	1	1
TIPO	CANAL	PRI. DI	ESTET		TOTAL
3	3	3	3		30
3	1	2	2		19

En cuanto al producto de esta propuesta, el cual siempre seguirá siendo un manual; se cumplirán los objetivos por medio de la funcionalidad del elemento a diseñar.

Esta funcionalidad será medida por la forma en la que llegue el mensaje a la población y como este sea recibido por el grupo objetivo.

Esta pieza es innovadora en cuanto a lo que el material representa para una institución de esta índole, ya que a pesar de que ya existen varias instituciones que ayudan a personas con discapacidades, estas no cuentan con un manual de normas gráficas o definitivamente no lo hacen público y en cuanto al color de las piezas este se hizo full color ya que representa una mayor gama de posibilidades.

PROPUESTA #3

Preguntas:

1. *¿Toma en cuenta el objetivo general del proyecto?*
2. *¿Busca el logro de los objetivos específicos?*
3. *¿Aporta elementos innovadores a la estrategia de comunicación?*
4. *¿Es capaz de destacar sobre los de sus competidores?*
5. *¿Toma en cuenta y es pertinente a la cultura visual del grupo objetivo?*
6. *La paleta de color ¿favorece la connotación de los mensajes en función de los objetivos de comunicación y diseño?*
7. *La paleta tipográfica ¿favorece la lectura, retiene la atención y se vincula con el objetivo de diseño?*
8. *¿Es viable de obtener los resultados planteados en los canales de comunicación disponibles?*
9. *¿Toma en cuenta los principios fundamentales de diseño para su construcción?*
10. *¿Evidencia el uso de principios estéticos en la definición de las retículas?*

OG	OE	INN	COMP	CUL.VI	COL
3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	1	3
TIPO	CANAL	PRI. DI	ESTET		TOTAL
3	3	3	3		30
3	3	2	3		26

Un manual permite a una institución tener una guía del tipo de mensaje a enviar al público en general, permite que esta, tenga una metodología al enviar un mensaje y que este sea funcional para llegar a quien tenga que llegar.

Una de las características más importantes de esta pieza es que de por si marca una innovación ya que no todas las instituciones tienen uno y como trabajan con personas que van donando ciertos elementos, pues estos los hacen de cualquier forma y no respetan el hecho de la existencia de una línea gráfica si es que la hay.

El grupo objetivo lo tomará como algo nuevo y esto despertará la curiosidad en ellos y hará que les presten atención a las publicaciones.

TOMA DE DECISIONES

4.2.3 TOMA DE DECISIONES:

En base a los resultados que se obtuvieron haciendo uso objetivo del conocimiento sobre las características solicitadas, durante el proceso de autoevaluación de las propuestas y a pesar de un empate entre la funcionalidad de dos de ellas, se optó por trabajar con la No.1, [La Flor de Loto], esto pensando en beneficio de la organización y en los bajos costos que esto podría representar para esta.

A parte del color, el elemento gráfico que aparte de ser diferente a todos los demás [por lo que representaba], funcionaba correctamente para cumplir con los objetivos del proyecto, tanto el general como los específicos.

En cuanto a la disposición de los canales de comunicación disponibles se toma en cuenta que la mayor parte del tiempo será utilizado digitalmente y esto permitirá que sea fácil de utilizar ya que solo se copiara y pegara en las piezas que puedan existir.

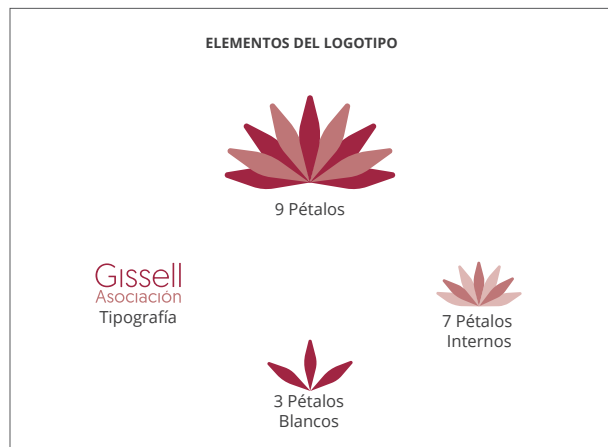
Cuando el elemento grafico se utilice impreso, las especificaciones de uso estarán disponibles para quien deba

utilizarlo y esto permitirá que no existan sorpresas en cuanto a la colorimetría del elemento.

Este logotipo, por ende, su línea gráfica toma en cuenta los principios del diseño para su utilización y creación, lo cual lo hace funcional y pertinente y finalmente el producto de diseño es estéticamente agradable.

4.3 SEGUNDA VISUALIZACIÓN

4.3.1 PROCESO DE BOCETAJE:





7 PÉTALOS INTERNOS



Estos 7 pétalos dentro de la flor pretenden representar la base fundamental de la organización. Los valores que manifiestan a diario las personas que aquí trabajan.

*Compasión
Fe
Amor
Humanismo
Inclusión
Paciencia
Confianza*

3 PÉTALOS BLANCOS



Representan la columna vertebral de toda organización, el equipo y las personas que hacen posible el trabajo de la organización por medio de su trabajo, ya sea dentro de la organización como las personas que desde lejos la apoyan en sus actividades, brindando así nuevas oportunidades.

*Equipo y Voluntarios.
Donadores y Patrocinadores.
Beneficiarios y Familias.*

TIPOGRAFÍA



La tipografía principal de la organización se llama Geomanist, esta tipografía será utilizada cuando se este refiriendo a información interna de la organización (Encabezados, Pie de página, ect).

Esta tipografía es palo seco y geométrica, lo cual permite una clara definición en la lectura de de las palabras.

Se utilizará en todas sus versiones y estas se aplicaran dependiendo de la jerarquía del texto.

ABCDEF GHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ñopqrstuvwxyz

0123456789
...: {} ' - + * / ¿?

ABCDEF GHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ñopqrstuvwxyz

0123456789
...: {} ' - + * / ¿?

la versión utilizada dentro del logotipo de la tipografía Geomanist es Light.

La razón por la que se utilizó es porque permiten una clara legibilidad a pesar del grado de la reducción del tamaño en su mínima resolución.



TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
 O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n ñ
 o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 : ; ¿ ? () ! + - * /

Una organización debe cumplir con diferentes elementos gráficos, dentro de estos se encuentra una gama diferente de papelería o información solicitada de manera digital o impresa (presentación de la organización, Página web, Diferente tipo de Cartas, etc.)

Independientemente de quien solicite tal información, con el fin de mantener una unidad visual se hará uso de una tipografía que tenga las mismas características de la tipografía de la organización, pero que a la vez la complemente.

La tipografía se llama: Open Sans.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
 O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n ñ
 o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 : ; ¿ ? () ! + - * /

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
 O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n ñ
 o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 : ; ¿ ? () ! + - * /

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
 O P Q R S T U V W X Y Z
 a b c d e f g h i j k l m n ñ
 o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 : ; ¿ ? () ! + - * /

La tipografía Open Sans, es una tipografía, al igual que la de la organización, geométrica, lo cual permite un buen barrido de lectura y una clara definición de las palabras utilizadas.

Se utiliza con el fin de para que complementen ambas y así lograr una armonía visual tanto en elementos impresos como en elementos digitales.

Esta se usará como cuerpo de los elementos gráficos (Cartas, Presentaciones, trífolios, hojas de trabajo, etc.)

Asimismo se tienen todas las versiones posibles con el fin de jerarquizar la información.

COLOR

Gissell
Asociación

Como se definió anteriormente se hizo uso de tonalidades rojas y rosadas debido al significado de estos en las flores (rojo - representa la inocencia pura del corazón, el amor, la pasión y la compasión. Rosado - este esta mas unido a la existencia de Dios y a la espiritualidad de las personas).

Asimismo el color en sus tonalidades rojas pastel o rosadas representan la femeneidad y la inocencia, en este caso de Gisselle, la niña quien dio nombre a la organización.

COLOR
 PANTONE (LABORATORIO)


PANTONE 194C (100%)
 Gissell

PANTONE 194C (25%)


PANTONE 194C (60%)
 Asociación



COLOR
CMYK




Gissell
Asociación




Gissell

C = 30
M = 95
Y = 55
K = 20




C = 10
M = 30
Y = 15
K = 0




Asociación

C = 20
M = 55
Y = 35
K = 0

COLOR
WEB




Gissell
Asociación




Gissell

R = 99
G = 16
B = 36




R = F9
G = CC
B = CB




Asociación

R = CC
G = 65
B = 66

COLOR
ESCALA DE GRISES




Gissell
Asociación




Gissell

NEGRO (80%)



NEGRO (20%)



Asociación

NEGRO (45%)

PORTADA



MANUAL DE IMAGEN
INSTITUCIONAL



Gissell
Asociación

EVALUACIÓN POR PARES

4.3.2 HERRAMIENTA:



Como parte de proceso de graduación del estudiante Alba Hernández de décimo ciclo de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se lleva a cabo el proceso en Asociación Gissell, San Marcos Guatemala.

Se propone un manual de normas gráficas, en el que se pautara el uso de la imagen institucional.

A continuación se presenta una serie de preguntas que deberá responder luego de observar el manual que se le presenta.

1) La primera consideración sobre el material:

Llama la atención.
Se ve interesante.
No llama la atención.

2) El concepto "El cambio comienza con vos" en el Logotipo y demás material:

Está presente.
Podría verse más.
No se observa.

3) ¿Considera que las piezas de este material conservan una unidad entre ellas?

Suficiente.
Deficiente.
Desacuerdo.

4) Los elementos del concepto, están distribuidos

Coherentemente, tienen relación entre ellos.
Medianamente, hay partes que confunden y no se perciben.
Ilógica, los elementos no se relacionan.

5) Las piezas dentro del manual

Apoyan y dan coherencia y pertenencia.
Pertenecen a una unidad.
No apoyan ni le dan unidad.

6) Las transparencias y los tamaños de los elementos en las piezas dentro del manual:

Refuerzan y dan jerarquía.
Pasan desapercibidos.
No apoyan y causan confusión.

7) Crees que el color del material

Es funcional.
Es medianamente Funcional.
No es para nada funcional.

8) La paleta de colores en el material

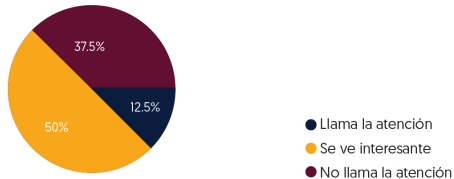
Refuerza el concepto y da unidad.
Apoya el concepto.
No apoya el concepto ni da unidad.

9) La tipografía seleccionada como principal:

Es funcional.
Es medianamente Funcional.
No es para nada funcional.

4.3.3 RESULTADOS

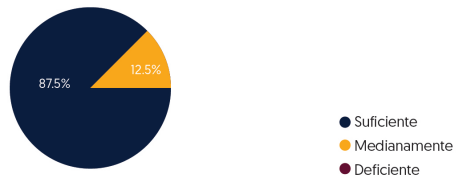
1.) La primera consideración sobre el material...



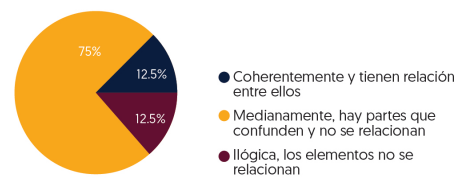
2.) El concepto "El cambio empieza por vos" en el material...



3.) ¿Considera que las piezas conservan una unidad entre ellas...



4.) Los elementos del concepto, están distribuidos...



5.) Las piezas dentro del manual...



6.) Las transparencias y los tamaños de los elementos en las piezas dentro del manual...



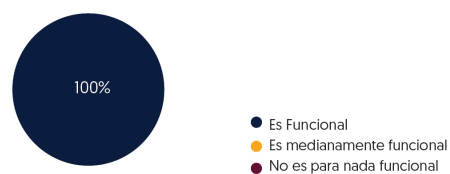
7.) Crees que el color del material es...



8.) La paleta de colores en el material...



9.) La tipografía seleccionada como principal...



TOMA DE DECISIONES

4.3.4 DECISIONES:

Se llevo a cabo un proceso de evaluación de las piezas gráficas por medio de una encuesta a 8 estudiantes de la carrera de diseño gráfico y en base a los resultados obtenidos en la encuesta se pudo definir que:

En cuanto al cumplimiento de los objetivos mediante la aplicación del diseño del logotipo, en las piezas gráficas, está existiendo un error, ya que según varios de los encuestados la imagen no le “hace justicia” a los ideales, principios y labores de la institución.

El material no se veía tan interesante para muchos y por ende no llamaba la atención.

El concepto no se veía tan obvio, al preguntarles más a fondo sobre esta pregunta lo que decían era que no conocían el proceso de una flor de loto, que, si bien era “bonito”, no entendían porque una flor.

Las piezas presentadas si mantenían una unidad visual y esto daba lugar a que se entendiera que era parte de un solo material.

Por la misma razón que no conocían el proceso de una flor de loto, los elementos del concepto estaban aplicados de manera que en algunas ocasiones confundían al espectador.

La tipografía si estaba aplicada de manera correcta y funcionaba para el propósito del proyecto.

Existía un error de aplicación del color. En este caso, rápidamente se aplicó un cambio [de color] y se les volvió a preguntar si la imagen era funcional.



Para lo que respondieron que no lo era y se cambió de esta manera la imagen por completo, ya que el error no era únicamente en cuanto a la aplicación del color sino en todos los elementos visuales; Volviendo así a lo que era la propuesta No.3.

4.4 TERCERA VISUALIZACIÓN

4.4.1 PROCESO DE BOCETAJE:

En esta etapa del diseño se comenzó a trabajar con la nueva propuesta, la opción 3 de la que anteriormente se habló, con esta propuesta se busca cumplir los objetivos de comunicación pertinentes a la institución y sus procesos comunicativos.

Diagramación de Manual:

Características:

En cuanto a la diagramación del manual de imagen permanece la idea de trabajar con una retícula base de columnas y módulos ya que esto permite que los elementos del documento sean imágenes o textos se coloquen de manera flexible, pero siempre manteniendo un orden y efectividad para hacer llegar el mensaje.

Tipografía:

En cuanto a la tipografía de textos, se realizaron cambios de tamaños en cuatro situaciones diferentes:

Titulares de portadillas
Titulares
Texto y
Notas

Asesoría:

Se colocaron las columnas a nivel y se equilibraron los textos de las portadillas; en cuanto a la tipografía se le dio jerarquía en cada una de las cuatro partes en las que está dividido el manual:

Institución.
Identidad Visual
Aplicaciones de Imagen
Look & Feel

Esta jerarquía se consideró y se demostró por medio de las variaciones de la tipografía ya que en los textos del manual se utiliza siempre la misma tipografía.

Elementos de apoyo en la línea gráfica:

En cuanto a las piezas y los elementos gráficos de la institución se utilizó como objeto principal el color ya que el hecho de haberlo puesto en degradado permite que se aplique de diversas formas.

Finalmente, para hacer uso de estos en muchas otras piezas, se realizaron imágenes institucionales en las que se usó el logotipo como elemento principal.

Portada y Contraportada:

Se realizó una portada y una contraportada para el documento, en este caso con la presencia de los colores institucionales y utilizando como imagen principal únicamente el logotipo creado.

Ahora, ¿Por qué la mariposa?:

La propuesta 1 tenía el símbolo de la flor de loto y esta fue una de las características que hizo que la audiencia creyera que se trataba de una institución que trabajaba específicamente con mujeres.

En el proceso de autoevaluación, en la primera visualización, las opciones 1 y 3 tenían una puntuación idéntica [26]. Esto dio lugar a que se pudiera elegir esta opción

Lo que se pretende en estos nuevos procesos de aproximación es que las personas dejen de pensar que no pueden o no saben cómo ayudar y que por el contrario comiencen a participar.





La mariposa es el símbolo perfecto de una transformación natural.





Colores Corporativos

HTML

 HTML: #f6906	 HTML: #ec811
 HTML: #8a0c1b	 HTML: #31b7bc

Área de Respeto

Tipografía Principal

<p><u>Corbel Regular</u></p> <p>ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn ñopqrstuvwxyz 0123456789 .:;+*/&()'" ¡¿?[]* </p>	<p><u>Corbel Italic</u></p> <p>ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn ñopqrstuvwxyz 0123456789 .:;+*/&()'" ¡¿?[]* </p>
<p><u>Corbel Bold</u></p> <p>ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn ñopqrstuvwxyz 0123456789 .:;+*/&()'" ¡¿?[]* </p>	

Tipografía Secundaria

<p><u>Geomanist Book</u></p> <p>ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn ñopqrstuvwxyz 0123456789 .:;+*/&()'" ¡¿?[]* </p>	<p><u>Geomanist Extra Light</u></p> <p>ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn ñopqrstuvwxyz 0123456789 .:;+*/&()'" ¡¿?[]* </p>	<p><u>Geomanist Black</u></p> <p>ABCDEFGHIJKLMN ÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmn ñopqrstuvwxyz 0123456789 .:;+*/&()'" ¡¿?[]* </p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Resolución Mínima

ASOCIACIÓN GISELL 0.75 ln

ASOCIACIÓN GISELL 0.75 ln

Versiones del Logotipo

Versiones del Logotipo

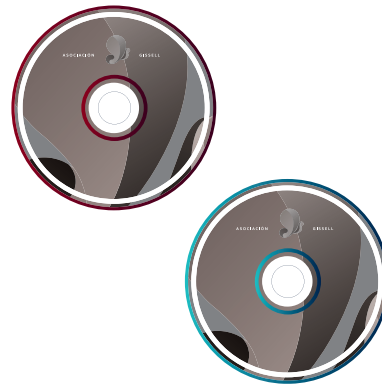
Hoja Membretada



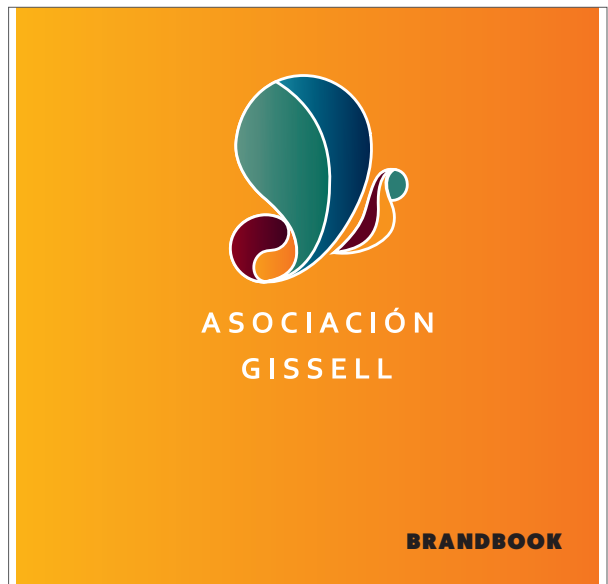
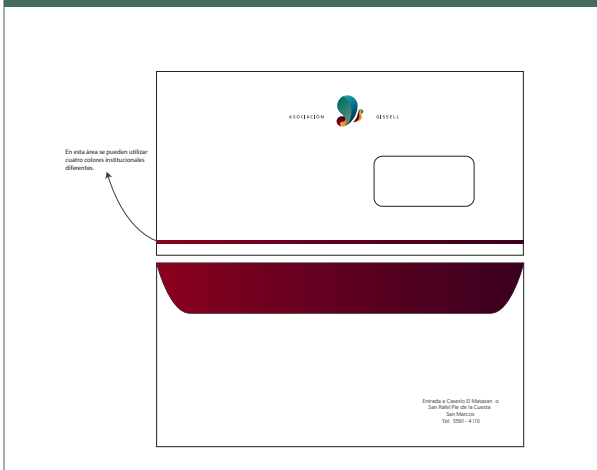
Tarjeta de Presentación



Carátula Discos



Sobres Institucionales




EVALUACIÓN EXPERTOS


Se realizó un pequeño proceso de validación a pares del diseño nuevamente, esta vez se hizo más rápido y con la esperanza de que esta vez funcionara tanto como la vez anterior, se llevó a cabo con 4 personas y esto dio lugar a nuevos puntos de vista y permitieron

cambios para cumplir con los objetivos, sin tener que aplicar una gran cantidad de cambios esta vez y sin tener que cambiar los principios de diseño aplicados.

4.4.2 HERRAMIENTA:



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Como parte de proceso de graduación del estudiante Alba Hernández de décimo ciclo de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se lleva a cabo el proceso en Asociación Gissell, San Marcos Guatemala.

Se propone un manual de normas gráficas, en el que se pautara el uso de la imagen institucional.

A continuación se presenta una serie de preguntas que deberá responder luego de observar el manual que se le presenta.

1) La primera consideración sobre el material:
Llama la atención.
Se ve interesante.
No llama la atención.

2) El concepto "El cambio comienza con vos" en el Logotipo y demás material:
Está presente.
Podría verse más.
No se observa.

3) ¿Considera que las piezas de este material conservan una unidad entre ellas?
Suficiente.
Deficiente.
Desacuerdo.

4) Los elementos del concepto, están distribuidos
Coherentemente, tienen relación entre ellos.
Medianamente, hay partes que confunden y no se perciben.
Ilógica, los elementos no se relacionan.

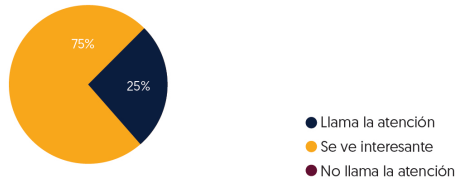
5) Las piezas dentro del manual
Apoyan y dan coherencia y pertenencia.
Pertenecen a una unidad.
No apoyan ni le dan unidad.

6) Crees que el color del material
Es funcional.
Es medianamente Funcional.
No es para nada funcional.

7) La paleta de colores en el material
Refuerza el concepto y da unidad.
Apoya el concepto.
No apoya el concepto ni da unidad.

4.4.3 RESULTADOS

1.) La primera consideración sobre el material...



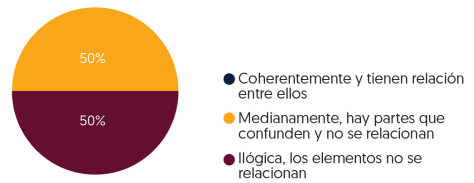
2.) El concepto "El cambio empieza por vos" en el material...



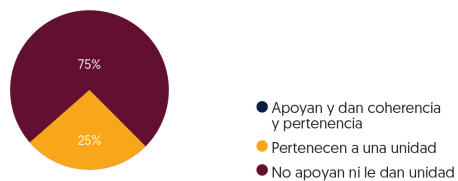
3.) ¿Considera que las piezas conservan una unidad entre ellas...



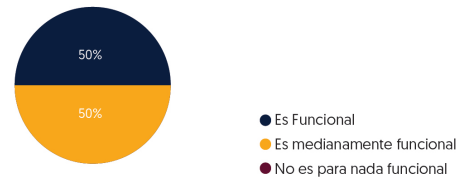
4.) Los elementos del concepto, están distribuidos...



5.) Las piezas dentro del manual...



7.) Crees que el color del material es...



8.) La paleta de colores en el material...



TOMA DE DECISIONES

4.4.4 DECISIONES:

En base a esta nueva validación, se puede identificar que:

El material llama la atención, según los encuestados porque consideran que tiene un mejor tamaño, que ya no se ve tan simple como el anterior.

La imagen que se utilizó en esta propuesta es más conocida que la anterior por ende “la transformación” se hace más evidente y es más simple de comprender.

En cuanto a la respuesta obtenida sobre la unidad de las piezas, según el grupo objetivo estas no presentan una unidad suficiente debido a que los colores que se aplican no funcionan.

Existen varios elementos que forman parte de la línea gráfica que para los encuestados no tienen ninguna relación.

Según ellos las piezas del manual no apoyan a la unidad del concepto debido a que los colores aplicados hacen un “corte” brusco en la imagen.

No permiten que se aprecie de manera completa ni correcta las imágenes con sus complementos.

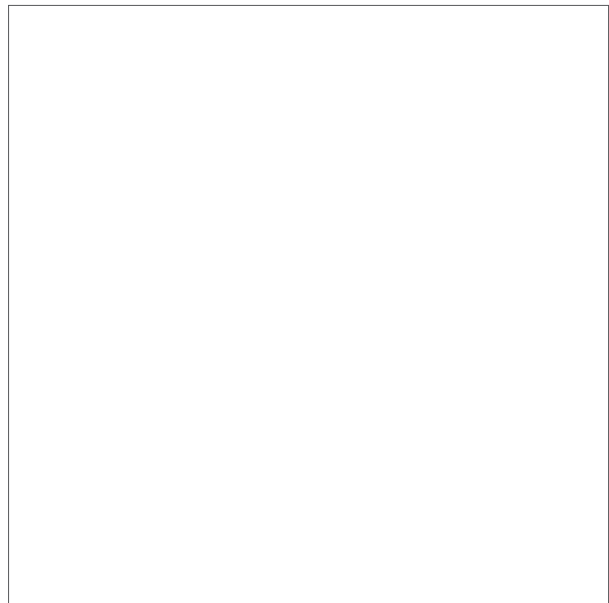
En cuanto al color, aparentemente en esta situación se aplicó de manera incorrecta y según los encuestados la parte difícil de comprender es en el uso de gradientes ya que esto no permite claridad en la imagen.

LOS CAMBIOS POR REALIZAR:

1. Colores planos en el logotipo.
2. Simplificar la imagen o darle más sentido.
3. Buscar mejor la función de los colores secundarios.

4.5 DESPUÉS DE LOS CAMBIOS

4.5.1 CAMBIOS APLICADOS:





RESOLUCIÓN MÍNIMA

0.6 in 0.75 in

0.25 in 0.4 in

0.25 in 0.4 in

0.2 in

SOBRES INSTITUCIONALES

CARATULA DE DISCOS

NOMBRE AÑO

NOMBRE AÑO

NOMBRE AÑO

SOBRES CARTA INSTITUCIONAL



LOGOTIPOS SOBRE IMÁGENES



LOGOTIPO SOBRE IMÁGENES 2

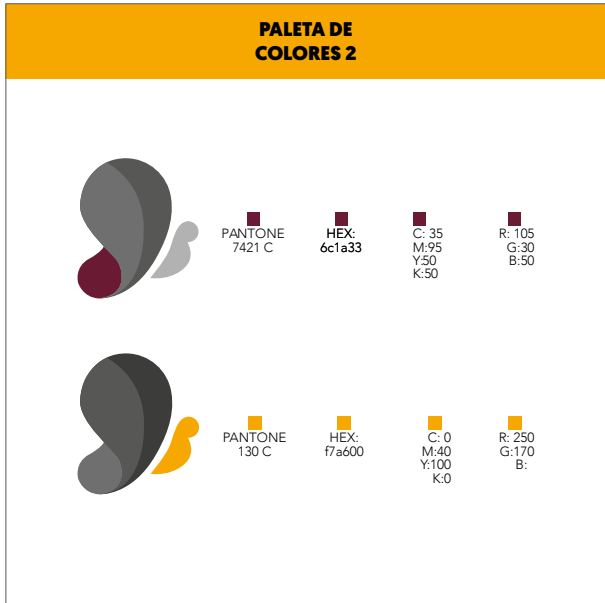
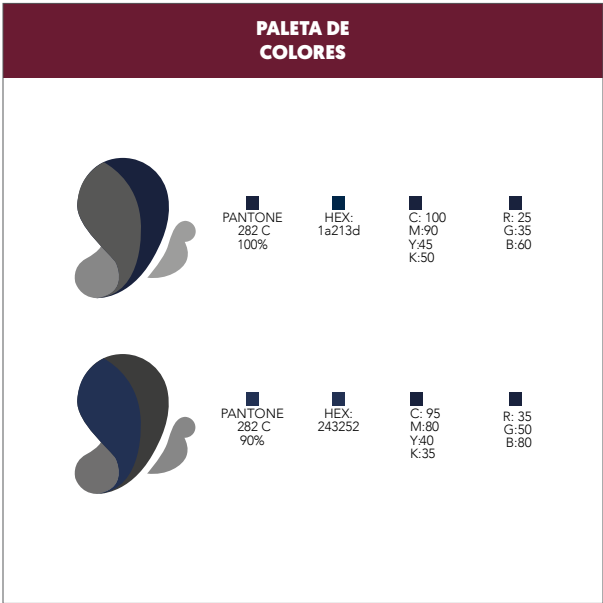
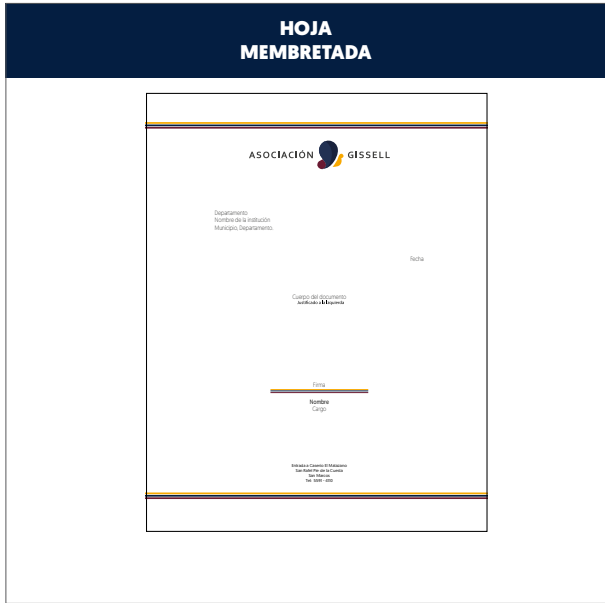


COLORES SECUNDARIOS



REPORTES ANUALES





EVALUACIÓN GRUPO OBJETIVO

4.5.2 HERRAMIENTA:



Como parte de proceso de graduación del estudiante Alba Hernández de décimo ciclo de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se lleva a cabo el proceso en Asociación Gissell, San Marcos Guatemala.

Se propone un manual de normas gráficas, en el que se pautara el uso de la imagen institucional.

A continuación se presenta una serie de preguntas que deberá responder luego de observar el manual que se le presenta.

1) Lo primer o que piensas al ver el material es

Me llama la atención.
No me interesa verlo.
No me llama la atención.

2) El concepto " El cambio comienza con vos " en el Logotipo y demás material :

Se entiende .
No se observa.

3) ¿Consideras que las piezas de este material conservan una unidad entre ellas?

Suficiente.
Le falta algo.
Deficiente.

4) Los elementos , están distribuidos

Coherentemente, tienen relación entre ellos.
Medianamente, hay partes que confunden y no se perciben.
Ilógica, los elementos no se relacionan.

5) El material lo asocias con:

Confianza.
Apoyo.
Participación.

6) Las piezas dentro del manual

Incrementan su coherencia y le dan pertenencia .
Pertenecen a una unidad .
No apoyan ni le dan unidad .

7) Los tamaños de los elementos en las piezas dentro del manual:

Refuerzan y dan jerarquía.
Pasan desapercibidos.
No apoyan y causan confusión.

8) La paleta de colores en el material

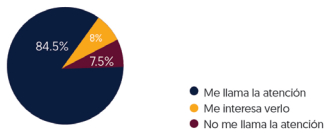
Funciona .
Apoya el concepto.
No Funciona .

9) Tomando en cuenta que es una institución benéfica considera:

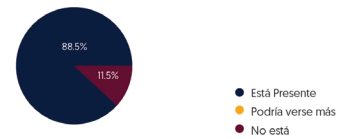
Que no necesitaba de este material.
Que podría darle importancia a otras cosas .
Que necesitaba de este material.

4.5.3 RESULTADOS

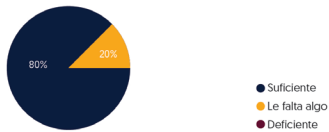
1.) Lo primero que ves al ver el material...



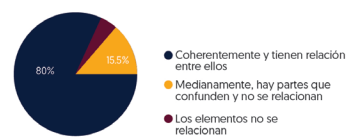
2.) El concepto "El cambio empieza por vos" en el material...



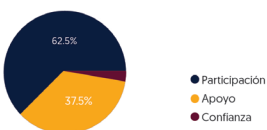
3.) Considera que las piezas conservan una unidad entre ellas...



4.) Los elementos, están distribuidos...



5.) El material se asocia con...



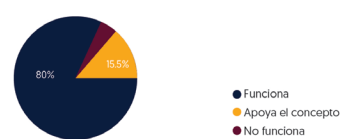
6.) Las piezas dentro del manual...



7.) Los tamaños de los elementos en las piezas dentro del manual...



8.) La paleta de colores del material



1.) Tomando en cuenta que es una institución benéfica considera



TOMA DE DECISIONES

4.5.4 DECISIONES:

En cuanto al último proceso de evaluación, este se llevó a cabo con 25 personas del grupo objetivo, primario y secundario, haciendo uso de la información obtenida se puede determinar que:

Se cumple el objetivo principal del proyecto de graduación el cual implica una invitación a la participación del G.O dentro de la institución.

Es muy importante que una imagen institucional tenga coherencia en todas y cada una de las piezas que forman parte de él, y que al ver una única pieza se debe distinguir que es parte de toda una institución y esta representa a la misma.

En cuanto a la aplicación de los colores, esta es más funcional y correcta ya que le da una facilidad de lectura a la imagen, no como en la anterior y se define el uso y la funcionalidad de los colores institucionales y los colores secundarios.

En este caso tanto el tamaño como la aplicación de la portada del manual si logro captar la atención de las personas que lo vieron.

Según los encuestados y al preguntar más a fondo si entendían el concepto “el cambio comienza con vos” respondieron que si lo entendían porque es una mariposa y el proceso que esta lleva para convertirse en una mariposa es conocido y esto lo hace bastante comprensible para el G.O

**CAPÍTULO
NO.
5**

**PROPUESTA
FINAL**

**FUNDAMENTACIÓN ●
PROPUESTA FINAL ●
CUANTIFICACIÓN ●**

5.1 FUNDAMENTACIÓN

5.1.1 PALETA TIPOGRÁFICA:

La fuente de uso principal en la papelería Institucional de Asociación Gissell es llamada Geomanist.

A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o
p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
() ¡ ! ¿ ? , ' ; : .

Esta tipografía, con estructura geométrica, facilita el recorrido de lectura y al ser tipografía Sans Serif permite que las palabras sean claras y fáciles de identificar. Debido a la cantidad de información del documento, Geomanist permite que la revisión del texto no sea exhaustiva para el lector.

No habrá una tipografía secundaria para no complicar el proceso de realización e impresión de artes finales.

Esta decisión se tomó considerando que la institución será la encargada de realizar sus propias piezas.

Esta fuente tiene un número de variables y estas mostrarán la jerarquía o relevancia de los textos.

El tamaño mínimo de uso de la fuente

dentro del manual y las piezas a realizar (a excepción de las vallas) es de 8pt. [Por Ejemplo: Tarjeta de presentación, Algunas páginas del manual, etc.] La fuente utilizada permite que la lectura sea posible, sin forzar la vista.

El tamaño máximo de la fuente está colocado en las portadillas del manual y es de 52pt con peso Black. En los titulares la tipografía también será grande y se utilizará con un tamaño de 28pt en su versión Regular.

La mayor parte del texto será escrito en tamaños de 11 y 12pt, dependiendo de la pieza a realizar.

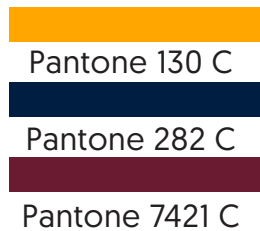
El dar un tamaño específico de uso es permitir así la facilidad de aplicación de la tipografía para las personas encargadas de hacerlo.

En cuanto al logotipo, se utilizó, Corbel con un tracking de 250 para lograr una separación en cada carácter

A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q
r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
() ¡ ! ¿ ? , ' ; : .

5.1.2 PALETA CROMÁTICA:

En cuanto a la paleta cromática utilizada a lo largo de todo el manual y piezas, los colores institucionales de Asociación Gissell están basados en los colores primitivos, pero con una alteración en sus matices para no hacer uso de los colores brillantes:



Esto, como el uso de una sola tipografía, genera una unidad visual que permite tener identificadores en las piezas y forman parte de la imagen que presenta la institución.

Además de estos tres colores esta la existencia de los colores secundarios, colores seleccionados con el fin de hacer resaltar la imagen y darle relevancia a los intereses de comunicación que presente la institución.

La aplicación cromática de la imagen institucional se determinó con la ayuda de la psicología del color, la cual permite entender que cada color desencadena dentro de nuestra cabeza la percepción de determinados colores, dependiendo la cultura y situación en la que se encuentra el individuo.

Tomando en cuenta que los colores son polisémicos [Ósea que pueden tener varias connotaciones] se hace uso de la retórica como elemento para persuadir a la audiencia a considerar únicamente las connotaciones positivas [Tomando en cuenta el entorno de la audiencia].

Los colores rojo, amarillo y azul son el principio de los colores ya que son los colores que no se pueden crear a partir de mezclas.

Al aplicarlos se toma en cuenta los valores que representan los tres grandes grupos que forman parte de la institución, como lo son:

5.1.2a Beneficiarios:

Rojo - VALENTÍA [Cada día es un reto y estas personas siempre demuestran su capacidad para levantarse después de las caídas]

Amarillo - FELICIDAD [Se hace visible en cada una de las sonrisas al aprender algo nuevo]

Azul - PACIENCIA [Sobre todo de los padres o encargados, para entender que el proceso es lento, pero es efectivo para el desarrollo de cada una de las personas]



5.1.2b Colaboradores

Rojo - PASIÓN [Demostrada en la labor realizada día a día con cada Paciente/Estudiante]

Amarillo - OPTIMISMO [Al encontrar que existe una oportunidad de ayudar a quienes lo necesitan, cada día]

Azul - RESPONSABILIDAD [Con los pacientes y patrocinadores en cuanto al uso de los recursos, económicos y materiales]



5.1.2c Patrocinadores

Rojo - AMOR [Incondicional hacia las personas que se ven beneficiadas por la institución en la que colaboren]

Amarillo - ENERGÍA [Con su participación en actividades de recaudación de fondos]

Azul - CONFIANZA [Hacia la labor de la Institución y el uso de sus recursos]



5.1.3 RETÍCULA:

La retícula utilizada en el manual de imagen institucional pretende generar una solución de diseño moderno y efectivo que permita que las personas que interactúen con él lo entiendan con facilidad.

El diseño del manual es en un formato cuadrado (8*8 Pulgadas), esto lo hace un elemento portable para ser entregado a quien interese, el tamaño pequeño permite que no haga estorbo o sea una carga para quien lo reciba.

Se establecen los márgenes de las páginas, definiendo un espacio suficiente para presentar la información.

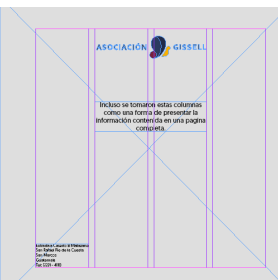
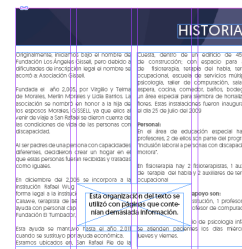
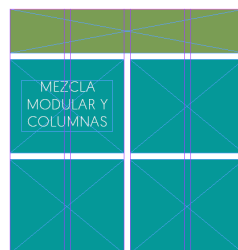
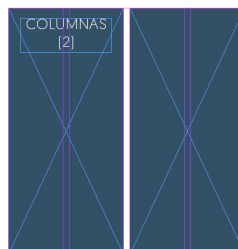
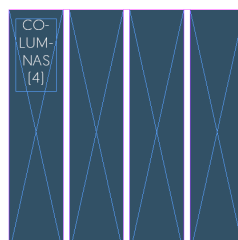
Los márgenes son:

- Interno 1 Pulgada**
- Externo 0.75 Pulgadas**
- Superior/Inferior 0.75 Pulgadas.**

Esto genera un espacio blanco en la página y no abruma a quien lo está revisando.

Se hace uso de una mezcla de módulos y columnas, con el fin de mantener un orden dentro de los elementos del

texto, cada página tendrá un cintillo para colocar el titular, un espacio para colocar imagen y otro espacio para colocar texto (si es necesario el uso de ambos).

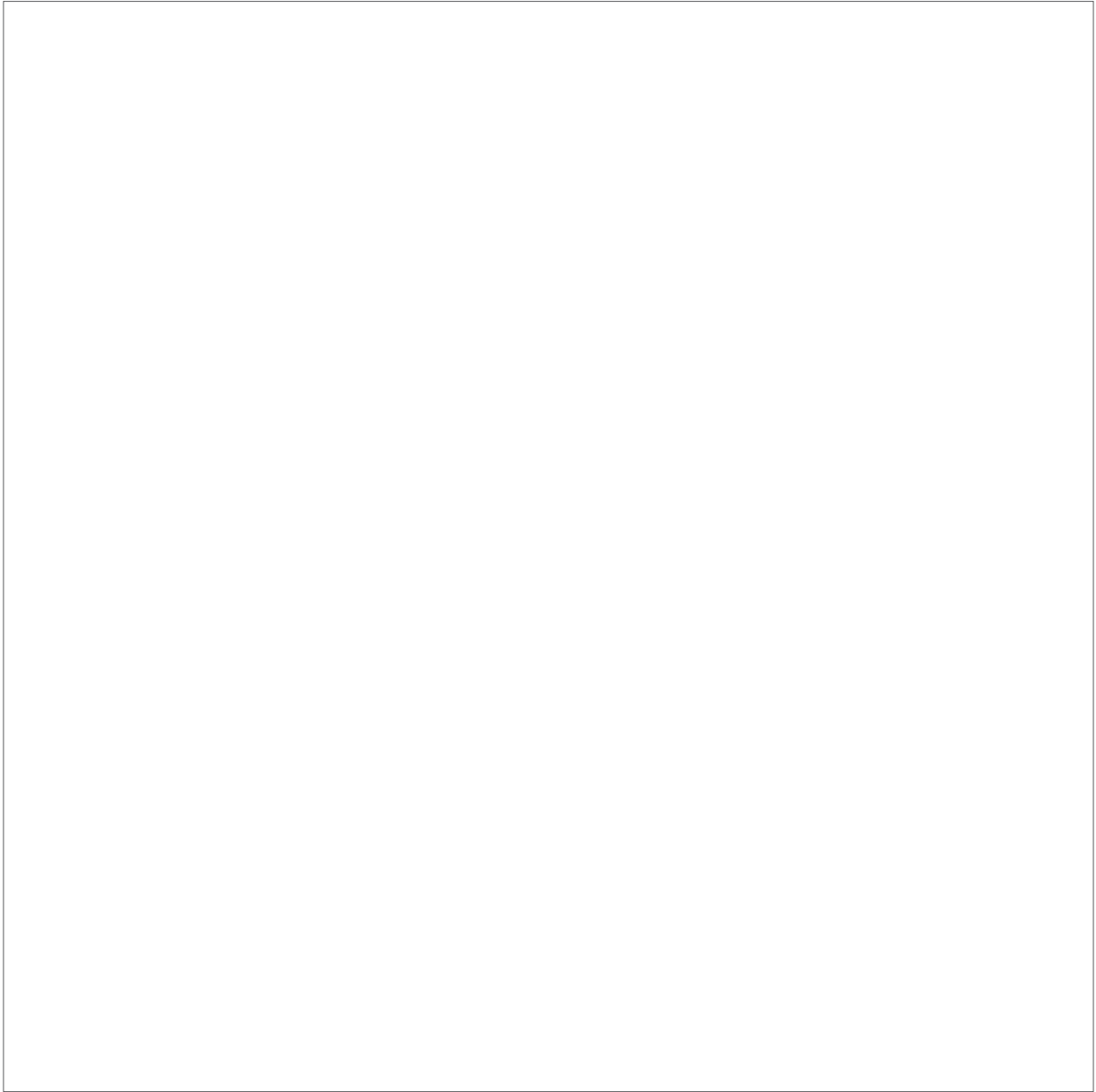


5.2 DISEÑO FINAL

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

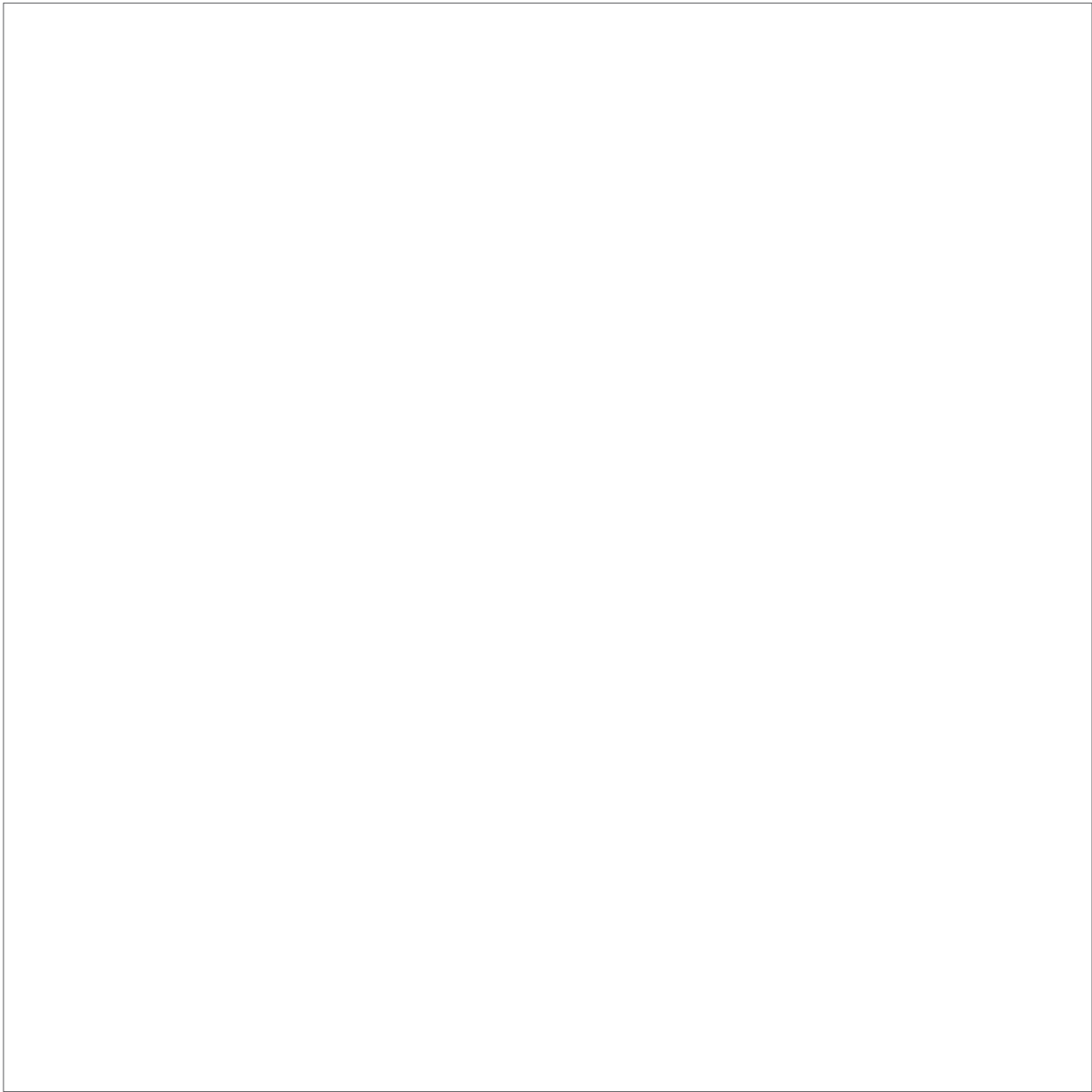


ASOCIACIÓN
GISELL





Entrada a Aldea El Matasano
San Rafael Pie de la Cuesta
San Marcos
Guatemala
Tel: 5591 - 4110



INTRODUCCIÓN

Día con día las organizaciones sin fines de lucro necesitan ser percibidas, como tales, tanto por personas que se ven beneficiadas por ellas como por quienes quieren ser parte de las mismas.

La marca, es una de las variables estratégicas de comunicación más importante para cualquier ONG ya que esta representa la personalidad y características que diferencian a la institución de otras que actúan en el mismo sector. Esta da lugar a la generación de un vínculo entre ellas y su grupo objetivo.

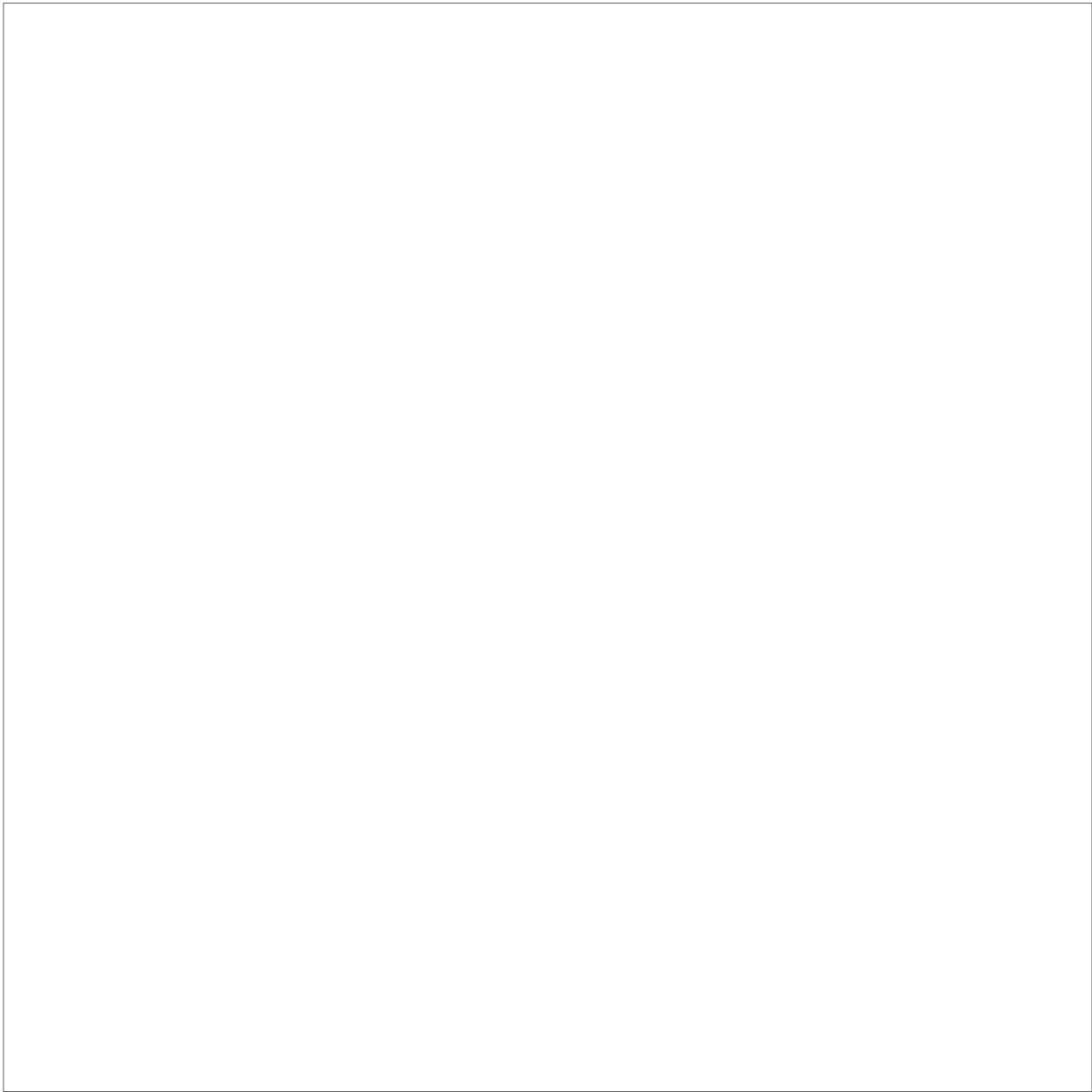
La construcción de una imagen institucional para Asociación Gissell pretende lograr la identificación de la labor y por medio de nuevos procesos de comunicación, presentar las necesidades de la institución a un público objetivo, de manera clara, directa y unificada.

Este manual es una herramienta que permite lograr una unificación, identificación y coor-

dinación de la nueva imagen de Asociación Gissell, con él se busca generar una norma de aspectos importantes a tomar en cuenta, durante la aplicación de la imagen en diversos contextos, dependiendo de los objetivos que se pretendan alcanzar.

Dentro de esta herramienta se encontrarán los criterios básicos de interacción con la imagen institucional; criterios que permitan generar una coherencia visual y que al ser bien producidos, coordinados, dirigidos y aplicados permitan el reconocimiento de la marca previniendo también la devaluación de su imagen.

El uso del diseño gráfico para la creación de una imagen institucional da lugar a una visualización efectiva de la organización como una unidad y permiten lograr el correcto funcionamiento de los procesos de comunicación que la institución pretenda poner en marcha.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL	9-18
HISTORIA	
MISIÓN Y VISIÓN	
OBJETIVOS	
VALORES	
IDENTIDAD VISUAL	19-35
EL LOGOTIPO	
OTRAS VERSIONES	
EXPLICACIÓN DEL LOGOTIPO	
CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO	
PARTES DEL LOGOTIPO	
USOS MONOCROMÁTICOS	
PALETA DE COLORES	
COLORES SECUNDARIOS	
TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL	
TIPOGRAFÍA EN TEXTOS	
TIPOGRAFÍA DE APOYO	
USOS DEL LOGOTIPO	36-44
ÁREA DE RESPETO	
RESOLUCIÓN MÍNIMA	
RELACIÓN CON OTROS LOGOS	
USO SOBRE FONDOS DE COLOR	
SOBRE FONDO FOTOGRÁFICO	
PROHIBICIONES DE USO	
FONDOS INSTITUCIONALES	
APLICACIÓN DE LA IMAGEN	45-74



ELEMENTOS DE APOYO
HOJA MEMBRETADA
TARJETA DE PRESENTACIÓN
INFORMES LABORALES
SEPARADOR
SOBRE MEDIA CARTA
SOBRE CARTA
CARPETA
FOLDER
DIPLOMA INSTITUCIONAL
GAFETES
RECIBOS
TRIFOLIAR
VALLAS
AFICHES
CARATULAS DISCO
CAJAS DISCO
INVITACIONES
BANNERS
PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL
ALCANCÍA INSTITUCIONAL
ETIQUETA ARTESANÍA
PÁGINA WEB

PERFILES EN REDES SOCIALES _____ **75-79**

FACEBOOK
TWITTER
YOUTUBE

UNIFORMES _____ **80-83**

VOLUNTARIOS
PROFESORES/TRABAJADORES
ESTUDIANTES

LOOK & FEEL _____ **84-94**



INFORMACIÓN
INSTITUCIONAL



CONTACTO

Nombre: **“Asociación Gissell”**

Fecha de creación: **2005**

Número de empleados: **20 - 25 Aprox.**

Nombre de representante legal: **Inocente Rafael Wug Rodríguez**

Nombre de contacto en la institución: **Merlin Morales**

E-mail: **asociaciongissell.sanrafael@gmail.com**

Teléfono: **5591 - 4110 / 4895 - 6167**

País: **Guatemala**

Departamento: **San Marcos**

Municipio: **San Rafael Pie de la Cuesta**

Dirección: **Entrada a Aldea “El Matasano”, San Rafael Pie de La Cuesta, San Marcos.
Guatemala, C.A**

Horario de Atención: **lunes a viernes de 8:00 a 13:00 hrs**

HISTORIA

¿Quiénes somos?:

Asociación Gissell es una institución no lucrativa que se constituyó en San Rafael Pie de la Cuesta, con el fin de brindar servicios de educación especial y rehabilitación a todas aquellas personas con discapacidades o que hubiesen sufrido de algún accidente o enfermedad y que a causa de ello requieran de terapias y/o tratamiento.

Un poco de historia:

Al visitar San Rafael Pie de la Cuesta, los esposos se dieron cuenta de las condiciones de vida de las personas con discapacidades.

Fundada el año 2,005, por Virgilio y Telma de Morales, Merlin Morales y Lidia Barrios. La institución recibió el nombre en honor a la hija de los esposos Morales, GISSELL.


Originalmente, el proyecto se conocía bajo el nombre de Fundación Los Ángeles Gissell, pero por dificultades en la inscripción legal el nombre se acortó a: Asociación Gissell.

Los pacientes eran atendidos en el garaje de la familia Morales, quienes se encargaron de la búsqueda de nuevos lugares en los que pudieran ser tratados de mejor manera.

El ser padres de una persona con capacidades diferentes les permitía tener un grado de experiencia en el trato de estas personas y por esta razón decidieron crear un hogar en el que personas con estas condiciones fueran recibidas y tratadas como iguales.

En diciembre del 2,006 se incorpora a la institución Rafael Wug con el fin de darle legalidad a la institución y en el 2,007 Kim Caluwe, terapeuta de Bélgica, decide brindar ayuda con personal capacitado por medio de Fundación El Tumbador, Bélgica. Ayuda que se mantuvo hasta el año 2,011 cuando se sustituyó por donaciones económicas.

Actualmente, la institución se ubica en una aldea de San Rafael Pie de la Cuesta, en un edificio de 450 m2 de construcción; con es-



pacio para las áreas de: fisioterapia, terapia del habla, terapia ocupacional, escuela de servicios múltiples, psicología, taller de computación, sala de espera, cocina, comedor, baños, bodega y un área especial para siembra de hortalizas y flores.

Estas Instalaciones fueron inauguradas el 25 de julio del año 2009.

Personal:

En el área de educación especial hay 9 profesores, 2 de ellos, parte del programa "Inclusión laboral a personas con discapacidad motora". [Quienes fueron pacientes de la institución].

2 fisioterapeutas, 1 auxiliar de terapia del habla y 2 auxiliares de terapia ocupacional.

La directora de la institución, 1 profesor de educación física, 1 profesor de computación y 1 psicóloga.

Servicios:

Se cuenta con tres grandes áreas de servicio [Terapia y Rehabilitación, Educación Especial, Servicios Varios] para los aproximadamente 120 pacientes que se tienen actualmente

Servicio de Terapia y Rehabilitación:

En el área de terapia, se atiende a aproximadamente 60 pacientes, estos pueden ser personas que también asisten al área de educación especial o personas externas a la institución que debido a una enfermedad o accidente requieren de los servicios de terapia, que pueden ser:

Terapia Física:

Rehabilitación por medio de ejercicios terapéuticos de los pacientes en general.

Terapia Ocupacional:

Complemento del área de terapia física, trabaja motricidad fina/gruesa del paciente.

Terapia de Lenguaje:

Área que se encarga de atender personas que presentan problemas del habla.



Servicio de Educación Especial:

El servicio de Educación atiende aproximadamente a 60 niños, jóvenes y/o adultos que presentan problemas de aprendizaje, Este funciona en función de 5 niveles de enseñanza, de acuerdo con la discapacidad, edad y habilidad de cada paciente.

Los niveles de educación especial son:

Estimulación Temprana:

Niños menores de 6 años, que requieran de cuidados especiales.

Preescolar

Cuenta con 2 niveles que se dividen de acuerdo a discapacidad y habilidad del estudiante.

Avanzado 1 y 2:

Alumnos que trabajan de manera aislada y alumnos independientes.

Refuerzo y Alfabetización:

Alumnos que asisten a la escuela regular y que requieren reforzar conocimientos es un área específica y alumnos inscritos en el programa de alfabetización de CONALFA.

Escuela para sordos:

Alumnos no oyentes de todas las edades; personas que hacen uso del lenguaje de señas en su proceso comunicativo.

Servicios Varios:

Se presta orientación y gestión de ayuda médica fuera de la institución.

Transporte diario del parque central de San Rafael hacia la institución.

Atención psicológica que incluye escuela y talleres para padres de familias y/o encargados.

Ayuda económica para intervenciones quirúrgicas de algunos pacientes, alimentación, vivienda o vestuario, de los mismos.

Talleres de orientación laboral de: agricultura, panadería, manualidades, carpintería, crianza de animales, cocina y Mantenimiento (Limpieza).

Financiamiento del proyecto:

Asociación Gissell trabaja con un presupuesto anual de Q.2 millones, gastos que incluyen gastos administrativos y de operación.



Los recursos se obtienen de diferentes formas, siendo estas:

En Estados Unidos:

Con el apoyo de Virgilio y Telma de Morales, se reciben aportaciones de personas, que patrocinan a algunos niños específicamente o que colaboran en las actividades que se realizan para recaudar fondos.

En Bélgica:

Fundación el Tumbador que en el pasado aporó por medio de voluntarios en las áreas de trabajo, actualmente ayudan cubriendo ciertos gastos del presupuesto anual. El padre Alfonso coordina ayuda de municipalidades y parroquias de Bélgica.

Donadores Varios:

Amigos y/o paisanos, residentes en diferentes lugares del país y el extranjero con donaciones particulares, asimismo donaciones de diferentes iglesias o instituciones nacionales.

Municipalidad de San Rafael, con un aporte fijo mensual.

Fundap: (Institución Quetzalteca)

Aporta económicamente y profesionalmente con personal para el área de agricultura.

Actividades varias:

Radio maratones anuales en San Rafael, San Pablo y Malacatán, ventas varias, actividades de los padres de familia, donaciones en especie de diferentes instituciones, actividades culturales, eventos durante la feria, recaudación de víveres y útiles escolares, etc.

MISIÓN Y VISIÓN

MISIÓN:

Ayudar a personas que presenten cualquier algún tipo de capacidad especial o que requieran rehabilitación, brindando atención, cuidado y educación con atención personalizada y de calidad profesional sin importar edad, sexo, raza, religión o condición económica.

VISIÓN:

Educar y orientar a la familia y comunidad en general, para que unidos se logre la inclusión e inserción de las personas con capacidades diferentes y que sufren distintas enfermedades para que tengan una vida digna y plena.



OBJETIVOS

- Garantizar la independencia de personas con discapacidades físicas y/o mentales en la realización de tareas cotidianas con el fin de lograr una inclusión y aceptación de estas personas dentro de la sociedad.
- Estar presente en el desarrollo de una persona con capacidades diferentes, por medio de una respuesta inmediata a la satisfacción de sus necesidades principales.
- Poner en marcha nuevos programas de educación con el fin de que los estudiantes con necesidades especiales logren obtener la mayor cantidad de información sobre los temas impartidos en las escuelas y cumplan con su proceso de aprendizaje.

VALORES

PASIÓN - Cada una de las personas que conforman nuestro equipo representa este valor en cada actividad llevada a cabo, la pasión y la entrega dan lugar al cumplimiento de metas de la institución.

OPTIMISMO - Cada día es un nuevo día, es un nuevo comienzo, tanto para las personas que se hacen presente a recibir tratamiento como de las personas que conforman nuestro equipo. El optimismo nos permite creer que la ayuda vendrá cuando la necesitemos.

RESPONSABILIDAD - Para con la sociedad, las personas con capacidades diferentes y así también para con las personas que día a día creen en la labor que llevamos a cabo.

RESPECTO - Porque sabemos que nuestras diferencias hacen de nosotros un mejor lugar, respeto por las diferentes opiniones, por las decisiones tomadas por quien se relaciona con nosotros y así también respeto hacia cualquier ser vivo, en especial nuestros beneficiarios.

AMOR - ¿Cómo ser una organización de ayuda al prójimo, si sentir amor?, la principal base de nuestras creencias. La pasión por cada uno de nuestros movimientos viene del corazón y es ahí donde reside nuestra mayor fortaleza.





EL LOGOTIPO



El logotipo es una imagen que representa la labor de Asociación Gissell para la sociedad, ya que su fin es la lucha por la inclusión, desarrollo e independencia de personas con capacidades diferentes.

Esta es la versión principal del logotipo, horizontal y full color, esta debería de ser la que se utilice en todas las piezas llevadas a cabo, preferiblemente.

El logotipo está formado por tres elementos principales, que son a su vez los que le dan sentido a la imagen:

IMAGEN - Abstracción de una mariposa que representa la transformación que se da en la institución.

TIPOGRAFÍA - Presente en el logotipo como nombre de la institución, dentro del logotipo será siempre escrito en mayúsculas.

COLOR - Cada color representa características importantes para la institución.

OTRAS VERSIONES

VERSIÓN VERTICAL



Siempre es necesario contar con una versión vertical del logotipo, ya que se puede presentar el caso en el que el espacio horizontal sea limitado.

El uso de la versión tipográfica es exclusivo para la impresión de artículos delgados como lápices o lapiceros únicamente, por esta razón a este no se le dará mucha importancia en el documento ya que solamente existe una versión del mismo.

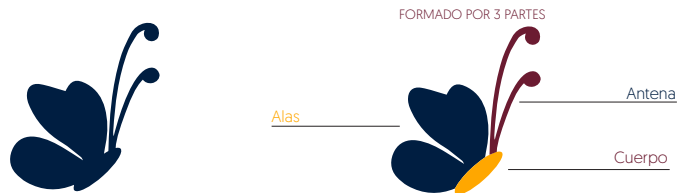
VERSIÓN TIPOGRÁFICA

ASOCIACIÓN GISSELL

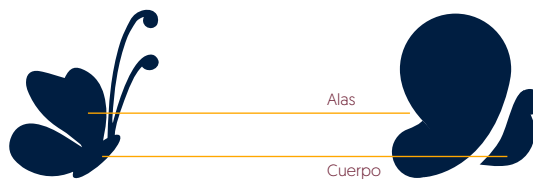
NOTA: En caso de que la versión utilizada como principal fuese la vertical, es necesario hacer la versión horizontal por la misma razón.

EXPLICACIÓN DEL LOGOTIPO

Icono comúnmente reconocido como una mariposa



Abstracción

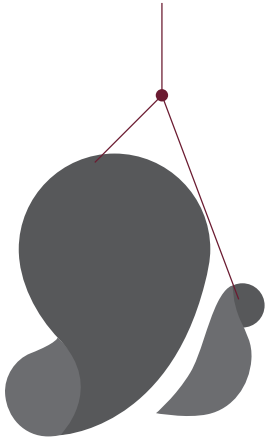


* En este caso las antenas fueron removidas ya que le daban a la imagen un sentido infantil y ese no era el objetivo.





Esta forma pretende ser la representación de un doblez ya que este implica la transformación que sufre una figura, que en este caso es un óvalo.

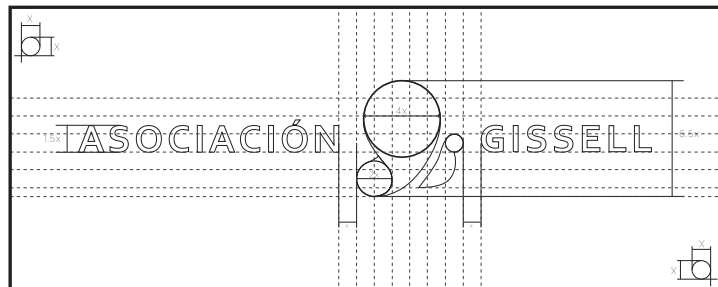


Una mariposa es la perfecta representación de una transformación, esto por el proceso por el que debe pasar, desde su principio al ser un gusano y hasta convertirse en una mariposa.

Asociación Gissell es un centro educativo y de rehabilitación al que personas con capacidades limitadas y/o diferentes asisten con el fin de recibir la atención necesaria para aprender y convertirse en seres independientes y capaces de aportar su parte a la sociedad; razón por la cual se puede afirmar que sufren una transformación.

Tomando en cuenta la transformación como un proceso de cambio también se espera que las personas que sean parte del grupo de colaboradores y patrocinadores acepten el reto del cambio en sus corazones y actitud, tanto para la aceptación de estas personas como para su aporte a la institución, sea este económico como también de labor voluntaria.

CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO



PARTES DEL LOGOTIPO

ISOTIPO



El isotipo de la imagen de Asociación Gissell es una mariposa ya que esta es la representación perfecta para el concepto principal de la marca, el cual es la transformación.

LOGOTIPO

**ASOCIACIÓN
GISSELL**

La parte del logotipo es el nombre institucional, escrito todo en mayúsculas para formar una línea recta que represente la vida y en el centro de esta el logo de la institución. [VERSIÓN HORIZONTAL]

Esto, como una referencia a ese suceso que cambia la vida con el cual empieza a existir un antes y un después.

USOS MONOCROMÁTICOS

El uso monocromático de un logotipo es ese que da lugar a que, por necesidad de costos de reproducción o por la naturaleza de aplicación este se reproduce como una figura continua en una sola tinta.

MEDIOS TONOS

VERSIÓN HORIZONTAL



VERSIÓN VERTICAL





POSITIVO / NEGATIVO

VERSIÓN HORIZONTAL



VERSIÓN VERTICAL



PALETA DE COLORES

Una forma de representar a la institución como un ente serio y competente es por medio de la unificación visual de sus elementos, en este caso se realizó el uso unificado del color, la combinación de los colores seleccionados es funcional por su facilidad de reproducción.

Los colores tienen un significado y estos, representan valores, tanto de la institución como de las personas que son parte de ella.

Beneficiarios

Rojo - Valentía

Amarillo - Felicidad

Azul - Paciencia

Institución

Rojo - Pasión

Amarillo - Optimismo

Azul - Responsabilidad

Colaboradores

Rojo - Amor

Amarillo - Energía

Azul - Confianza



PANTONE
282 C
100%



C: 100
M: 90
Y: 45
K: 50



R: 25
G: 35
B: 60



HEX:
1A213D



PANTONE
282 C
90%



C: 95
M: 80
Y: 40
K: 35




R: 35
G: 50
B: 80




HEX:
243252




PANTONE
7421 C
100 %



C: 35
M: 95
Y: 50
K: 50



R: 105
G: 30
B: 50



HEX:
6C1A33




PANTONE
130 C
100%


C: 0
M: 40
Y: 100
K: 0


R: 250
G: 170
B: 0


HEX:
F7A600





COLORES SECUNDARIOS

TONOS VERDES

	C: 90 M: 25 Y: 70 K: 30
	C: 85 M: 25 Y: 70 K: 10
	C: 75 M: 0 Y: 55 K: 0
	C: 25 M: 0 Y: 75 K: 0
	C: 55 M: 20 Y: 100 K: 5

TONOS ROJOS

	C: 0 M: 90 Y: 55 K: 0
	C: 0 M: 65 Y: 60 K: 0
	C: 0 M: 80 Y: 40 K: 0
	C: 20 M: 100 Y: 80 K: 10

TONOS MORADOS

	C: 65 M: 100 Y: 35 K: 50
	C: 0 M: 80 Y: 0 K: 40
	C: 50 M: 75 Y: 0 K: 0

TONOS ANARANJADOS

	C: 0 M: 30 Y: 70 K: 0
	C: 10 M: 55 Y: 85 K: 0
	C: 45 M: 65 Y: 90 K: 65
	C: 25 M: 80 Y: 100 K: 20
	C: 0 M: 70 Y: 95 K: 0

TONOS AZULES

	C: 90 M: 50 Y: 30 K: 15
	C: 90 M: 45 Y: 45 K: 35
	C: 50 M: 25 Y: 25 K: 0
	C: 70 M: 40 Y: 5 K: 0

TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

Esta tipografía es la utilizada en el logotipo institucional, será asimismo la utilizada en nuevos proyectos de creación de logotipos para áreas específicas dentro de la institución.

Corbel Regular

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
.:;+ - * / = & " ' "
() ! i ¿ ? ° ´

Corbel Bold

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
.:;+ - * / = & " ' "
() ! i ¿ ? ° ´

Corbel Italic

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
.:;+ - * / = & " ' "
() ! i ¿ ? ° ´

Corbel Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
.:;+ - * / = & " ' "
() ! i ¿ ? ° ´

TIPOGRAFÍA EN TEXTOS

Esta tipografía será utilizada en todos los textos institucionales siendo algunos ejemplos: informes de labor, manual de normas, cartas, vallas, diplomas, reportes anuales, trifoliales, etc.

Geomanist Regular

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789
.:;+ - * / = & " ' "
[] ! i ¿ ? ° ° ' °

Geomanist Bold

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789
.:;+ - * / = & " ' "
[] ! i ¿ ? ° ° ' °

Geomanist Light

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789
.:;+ - * / = & " ' "
[] ! i ¿ ? ° ° ' °

Geomanist Ultra

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789
.:;+ - * / = & " ' "
[] ! i ¿ ? ° ° ' °

TIPOGRAFÍA DE APOYO

De ser otra institución la encargada de hacer el diseño y de no contar con la tipografía de textos de la institución por diversos motivos, la tipografía a utilizar será Arial.

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
. : ; + - * / = & " ' "
() ! , ¿ ? ° ´

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
. : ; + - * / = & " ' "
() ! , ¿ ? ° ´

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
*. : ; + - * / = & " ' "*
() ! , ¿ ? ° ´

Arial Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
nopqrstuvwxyz
0123456789
. : ; + - * / = & " ' "
() ! , ¿ ? ° ´



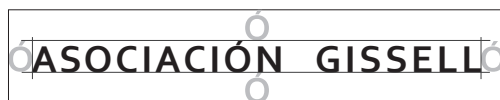
USOS DEL **LOGOTIPO**

ÁREA DE RESPETO



Como medida de área de respeto para el logotipo se utilizará el espacio que ocupe la letra **O** de la palabra **ASOCIACIÓN**.

NOTA:
En el logotipo vertical se colocará: lado derecho de la letra **A** de la palabra **Asociación**, lado izquierdo de la letra **L** de la palabra **Gissell** y se colocará en el punto más alto y el más bajo del isotipo.



RESOLUCIÓN MÍNIMA

Es necesario definir una resolución mínima para el logotipo debido a la distorsión que sufre este al tener cierto tamaño, definir esta medida da lugar a su correcta comprensión.

Versión Horizontal



Versión Vertical



La resolución mínima de cada versión del logotipo está especificada en esta página

NOTA: La versión tipográfica será utilizada únicamente cuando se imprima el logotipo en lápices o lapiceros, por ejemplo.

Versión Tipográfica



RELACIÓN CON OTROS LOGOS



En la ilustración anterior se define la distancia que debe haber en relación con los logotipos que forman parte de la actividad a realizar o en caso de ser colocado en una valla para la institución de parte de otra institución.

USO SOBRE FONDOS DE COLOR

Tomar en cuenta que existen diversas versiones del logotipo, en este caso lo que se pretende es que el logotipo resalte por sobre el fondo, dio esto, los colores del fondo serán únicamente los seleccionados como colores secundarios.



SOBRE FONDO FOTOGRÁFICO

ASOCIACIÓN  GISELL

ASOCIACIÓN  GISELL

ASOCIACIÓN  GISELL

Se llevaron a cabo tres listones para ser utilizados en las fotografías, estos listones tienen los colores institucionales, con el fin de mantener la uniformidad visual de la institución.

Los listones son de la misma longitud de la imagen y 0.5 Pulgadas de alto. El logo está a 1 Pulgada desde el borde izquierdo de la imagen misma. Tienen una opacidad de 90%

NOTA: Se usará específicamente una versión del logotipo, para fondos fotográficos, este cuenta con color de texto blanco, esto, para realzar el nombre de la institución.



PROHIBICIONES DE USO



 No cambiar ni intercambiar los colores del logotipo



 No forzar el logotipo, ni en sentido vertical ni en horizontal.



 No alterar proporciones, ni cambiar lo establecido.



 No modificar la orientación del logotipo/ isotipo y no agregar sombras u otros efectos



NOTA: Es necesario dejar claras las prohibiciones de uso del logotipo institucional.

Esto debido a que las modificaciones que distorsionen la imagen pueden provocar no ser reconocido y aparte, algunas de las modificaciones pueden resultar estéticamente incorrectas.



FONDOS INSTITUCIONALES



NOTA: Estos fondos usan como base los colores secundarios únicamente, los fondos con los colores institucionales primarios son de uso exclusivo de los documentos de texto de la institución. [TITULARES]





APLICACIÓN **DE LA IMAGEN**

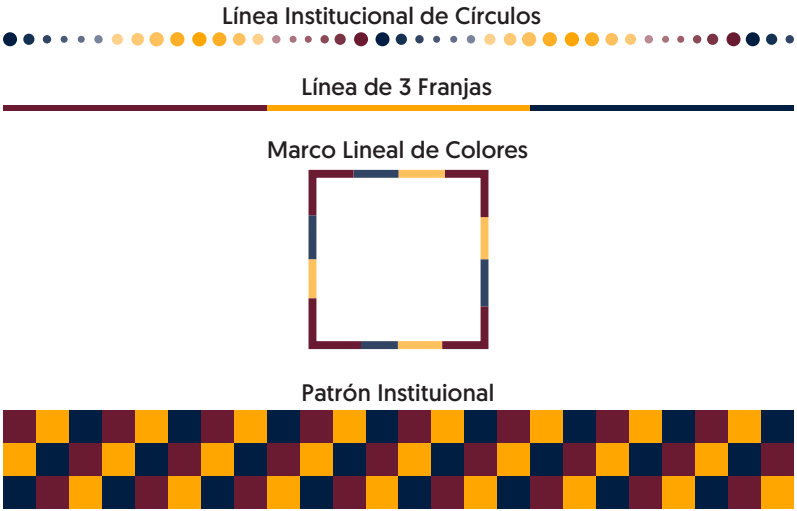




ELEMENTOS DE APOYO

SIN FORMATO

Se crearon a partir del uso de los colores institucionales diversos elementos de apoyo visual, estos permitirán dar lugar a una unificación visual a todas las piezas gráficas contenidas dentro del manual.
Los elementos de apoyo son:



HOJA MEMBRETADA

ASOCIACIÓN  GISELL

Departamento [Escuela Especial, Terapia, Directiva, etc.]
Asociación Gissell
San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos.

Fecha

Cuerpo del documento
JUSTIFICADO A LA IZQUIERDA

Firma _____
Nombre
Cargo

Entrada a Caserio El Matanzano
San Rafael Pie de la Cuesta
San Marcos
Tel: 5591 - 4110

**FORMATO:
CARTA**

Logotipo centrado y con la misma dimensión que la línea de círculos de la institución, al final de la página.

El texto del documento es a 11 pt, a exceptuando el de la dirección, donde se aplicó a 8 pt.

todo el documento es centrado respecto a los márgenes los cuales son:
Inferior/ Superior: 1 Pulg
Izquierdo/ Derecho: 1.5 Pulg

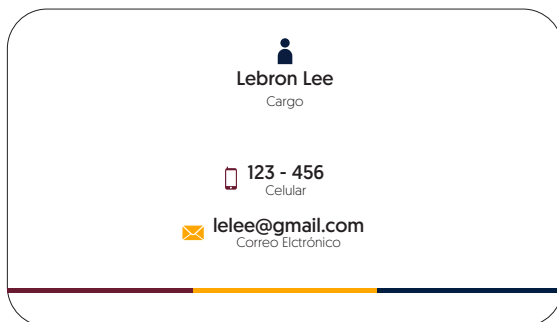
TARJETA DE PRESENTACIÓN



FORMATO:
4 * 2.25 Pulgadas

Frente:

Línea institucional de círculos, logotipo [Fullcolor] vertical, Dirección de la institución.



Reverso:

Línea institucional de 3 franjas, información específica de la persona [Nombre, cargo, teléfono móvil y correo electrónico].



INFORMES LABORALES



FORMATO:
Carta

Portada/Contraportada:
Fondo institucional con colores secundarios, título y año del documento y en contraportada un resumen de lo que contiene el documento.

Hojas Internas:
En cuanto a la diagramación interna. [Fuente: Geomanist]

Texto:
2 columnas, 11 pt, Regular, Justificado a la izquierda.

Titulares:
Blanco, 48 pt, Book, Centrado, se colocan sobre fondo de los colores institucionales.

Numeración:
debajo de la línea institucional de 3 franjas al pie de página.

SEPARADOR



FORMATO:
2 * 4 Pulgadas

Frente:

Isotipo [Fullcolor] con diseño de patrón institucional al fondo y una frase célebre dentro de un marco lineal de colores institucionales

Reverso:

patrón institucional que se usa como fondo.

NOTA: Este separador es un pequeño souvenir entregado a algún donador de la institución, en forma de agradecimiento por su colaboración.

SOBRE MEDIA CARTA



FORMATO:
8.5 * 5.5 Pulgadas

Frente:

Sobre banco con Logotipo institucional, línea de 3 franjas de colores.



Reverso:

Dirección institucional a 0.5 Pulg. del margen inferior y derecho.

Logo tipográfico a 2.75 Pulgadas del borde superior. La solapa tiene el diseño del patrón institucional.

SOBRE CARTA



FORMATO:
19.5 * 15.25 Pulgadas

Frente:

Logotipo vertical al centro del sobre, al pie del sobre un listón de 1 Pulg. de alto con el patrón a lo largo de ambas caras del sobre.

Al centro y por debajo del logotipo la línea institucional de círculos.

Reverso:

En ambas caras del sobre, al centro del mismo y recorriendo toda la línea central colocar la línea institucional de círculos.

En la solapa la línea de 3 franjas de colores.

CARPETA



FORMATO:
20.25 * 15.25 Pulgadas

En esta carpeta se colocará información institucional.

Exterior:

Al centro de la carpeta, se colocará la línea institucional de círculos y en la cara frontal el logotipo vertical.

Interior:

En la parte interior de la carpeta se colocaron dos solapas, una de ella especial para que quien haga entrega de la carpeta entregue su tarjeta de presentación y la otra sostendrá los papeles de información institucional que se entreguen.



FOLDER



FORMATO:
18.5 * 14 Pulgadas

El folder también será utilizado para colocar información institucional.

Exterior:
Se utilizarán bloques de los colores institucionales para el diseño de este, y el logotipo vertical.

Interior:
En la parte interior del folder habrá también dos solapas para sostener los papeles de información institucional que se entreguen.

DIPLOMA INSTITUCIONAL



FORMATO:
11 * 8.5 Pulgadas

Este diploma institucional será entregado a personas o instituciones que dentro de Asociación Gissell consideren necesario entregar, agradeciendo por su colaboración con la institución y su labor en determinado evento.

GAFETE VISITANTES



FORMATO:
2.25 * 3.75 Pulgadas

Frente:
Línea institucional de círculos, línea institucional de 3 franjas, logotipo [Fullcolor] vertical, fondo institucional especial para gafete de visitas.

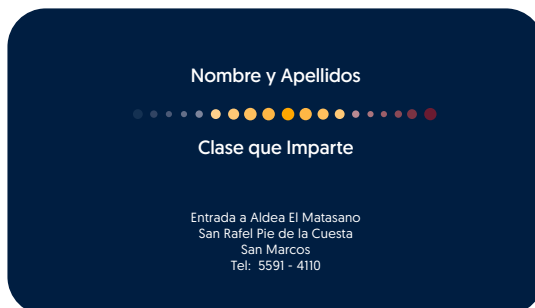
GAFETE PROFESORES



FORMATO:
4 * 2.25 Pulgadas

Frente:

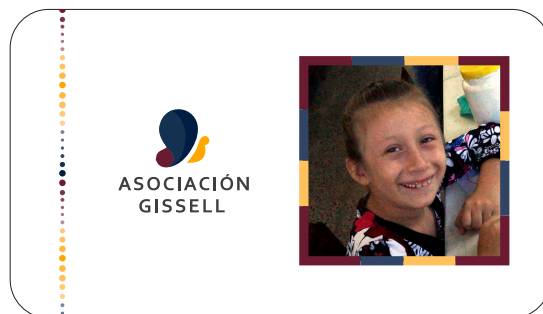
Fondo azul institucional, línea institucional de círculos, logotipo [Blanco] vertical, fotografía del profesor.



Reverso:

Línea institucional de círculos, nombre y apellidos del profesor, clase que imparte y dirección de la institución.

GAFETE ESTUDIANTES



FORMATO:
4 * 2.25 Pulgadas

Frente:

Línea institucional de círculos, logotipo [Fullcolor] vertical, fotografía del estudiante.




Reverso:

Línea institucional de círculos, nombre y apellidos del estudiante, número de estudiante y dirección de la institución.




RECIBOS

 Fecha: _____ Donación Por: _____ <small>(En número)</small> Nombre: _____ _____ _____ Teléfono: _____	Asociación Gisell Entrada y Aldea El Masasano San Rafael Pie de la Cuesta San Marcos Tel: 5591 - 410	ASOCIACIÓN GISSELL
	RECIBO POR DONACIÓN	
	Donación de: <input type="checkbox"/> Individuo <input type="checkbox"/> Organización /Compañía	
	Fecha: _____	
	Donación Por: _____ <small>(En número)</small> _____ <small>(En Letras)</small>	
	Nombre de Organización /Compañía: _____ Nombre: _____ Dirección: _____ Teléfono: _____ E-mail: _____	

**FORMATO:
8 * 3 Pulgadas**

Este documento se entregará a personas y/o instituciones que hagan algún donativo a la institución.

 Fecha: _____ Donación Por: _____ <small>(En número)</small> Nombre: _____ _____ _____ Teléfono: _____	Asociación Gisell Entrada y Aldea El Masasano San Rafael Pie de la Cuesta San Marcos Tel: 5591 - 410	ASOCIACIÓN GISSELL
	RECIBO POR DONACIÓN	
	Donación de: <input type="checkbox"/> Individuo <input type="checkbox"/> Organización /Compañía	
	Fecha: _____	
	Donación Por: _____ <small>(En número)</small> _____ <small>(En Letras)</small>	
	Nombre de Organización /Compañía: _____ Nombre: _____ Dirección: _____ Teléfono: _____ E-mail: _____	

La razón por la que se realiza en blanco/negro es para disminuir los costos, asimismo considerando esto, se pueden imprimir 3 recibos en una hoja carta.

TRIFOLIAR

<p>Centro Educativo y de Rehabilitación</p> <p>Misión Ayudar a personas que presentan cualquier tipo de discapacidad o que requieren de rehabilitación (física, intelectual, conductiva y educación con atención personalizada y calidad profesional en respuesta a sus necesidades, en un ambiente de respeto, equidad, justicia, equidad y cohesión económica.</p> <p>Visión Educar y orientar a la familia y comunidad en general para que obtenga logros e inclusión de personas con discapacidad en su vida cotidiana para que tengan una vida digna y plena.</p> 	<p>Centro Educativo y de Rehabilitación</p> <p>¿Quiénes somos? Asociación GisSELL es una institución no lucrativa que se constituye en San Rafael Pito de la Cuesta, San Marcos, para brindar atención de educación especial y rehabilitación física, intelectual, conductiva y educación con atención personalizada a personas que tienen alguna discapacidad o que tienen algún accidente de naturaleza física que a causa de esto requieren de terapia de rehabilitación.</p> <p>Los servicios se prestan en espacios rústicos, saludables, seguros, limpios, prácticos y cómodos y con estándares profesionales.</p> <p>El personal se financia a través de: • Donaciones provenientes de ELSO, Proceadec, de la Unión de Padres de Familia y otros. • Fundación El Tamborero, con donación en efectivo.</p> <p>• FUNDAR, con donación en Cuatreciénqueros. • Municipalidad de Malacatán y San Rafael Pito de la Cuesta. • Asesoramientos en San Rafael, San Pedro y Macuspan. • Actividades Venas de Rehabilitación de Fomento, Venas y sales orgánicas. • Donaciones de diferentes iglesias, instituciones y personas particulares.</p> <p>ASOCIACIÓN GISSELL</p>	<p>Centro Educativo y de Rehabilitación</p> <p>Con servicios de: • Rehabilitación Físico • Rehabilitación Psicológica • Rehabilitación Psiquiátrica • Rehabilitación Neurológica • Terapia de lenguaje</p>  <p>Horario de Atención: Lunes a Viernes de 8 de la mañana a 1 de la tarde. Sábados: 8:00 - 11:00 / 14:00 - 16:00 Móvil: 0999-410248855 Correo: GisSELL@gmail.com asociaciongisSELL@gmail.com</p> <p>Dirección: Calle 14 y Calle 15, San Rafael Pito de la Cuesta, San Marcos, Guatemala, C.A.</p> <p>ASOCIACIÓN GISSELL</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

FORMATO: CARTA

Este trifoliar queda como un diseño inicial informativo sobre la institución y su labor.

Exterior:
Se colocará información sobre la institución [Misión, Visión, Información General y Un poco de información sobre cómo se logran los recursos y en qué son utilizados].

Interior:
En el interior se coloca información más específica, sobre el área en el que está presente y un poco de su historia.

NOTA: De ser necesario cambiará la información, más al hacer otro trifoliar, tomar en cuenta que no se deben cambiar los bordes.

<p>HISTORIA</p> <p>En 2004 por iniciativa de María Francisca Hernández de León, Sofía Lidia Barrios y María Mercedes Castellanos con la colaboración de otras personas discapacitadas los cuales inicialmente fueron atendidos en el tamborero San Marcos.</p> <p>En el 2005 empezamos a desarrollarlo en el terreno de la finca de San Marcos y luego de trasladar a la Iglesia Sagrada, posteriormente a la casa de Don Andrés Barrios y por último a la casa de Don Rafael Mag. Asisten a Terapia y a la Escuela de Educación Especial (E.E. Especial).</p> <p>En 2006 se inicia el proceso de inscripción legal del proyecto bajo el nombre de San Marcos GisSELL, quedando tramitado hasta el 29 de octubre de 2008 como: "Asociación Civil San Marcos GisSELL". El 28 de junio del 2008 comienza la construcción del edificio que se termina en enero del 2009 y es inaugurado el 22 de agosto del mismo año.</p>  <p>ASOCIACIÓN GISSELL</p>	<p>EDUCACIÓN ESPECIAL</p> <p>El área de Educación Especial brinda atención a cinco niveles educativos de acuerdo a la discapacidad física e intelectual de cada estudiante. Estos niveles son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación Preescolar • Nivel primario de 1er a 5to grado que tienen dificultades de aprendizaje. • Educación Secundaria • Educación Superior <p>Además contamos con un programa de atención a alumnos con discapacidad intelectual y a personas con discapacidad física y psicosocial.</p> <p>Además contamos con un programa de atención a alumnos con discapacidad física e intelectual que requieren de terapia de rehabilitación.</p> <p>Además Asociación GisSELL cuenta con el servicio de orientación psicopedagógica para maestros, estudiantes y padres de familia.</p> <p>Talleres de Orientación Laboral: Actividades, Manualidades, Fomento, Oficina de Asesoría, Cálculo, Carpintería y Mecanismo (Sustentado).</p> <p>En vista de nuestra labor ofrecemos también los cursos de Computación y Educación Física.</p>	<p>TERAPIAS</p> <p>Área donde se presta el servicio que atiende a la educación, rehabilitación y orientación de personas con discapacidad física e intelectual. Los servicios que se ofrecen son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terapia Físico Rehabilitadora y mantenimiento de pacientes en gimnasio. • Terapia Ocupacional • Compensación del uso de la lengua escrita, uso de tecnología de apoyo, movilidad física y gestión del paciente. • Terapia de Lenguaje • Atención a personas con discapacidad física e intelectual que presentan dificultades de comunicación oral y escrita. 
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



VALLAS

ASOCIACIÓN GISELL

Centro Educativo y de Rehabilitación

Con servicio de:

- Escuela de Educación Especial
- Estimulación Temprana
- Orientación Psicológica
- Fisioterapia
- Terapia Ocupacional
- Terapia de Lenguaje

HORARIO DE ATENCIÓN
Lunes a Viernes de 8 de la mañana a 1 de la tarde

Teléfonos
5591-4110 / 4895-6167

Correo Electrónico
asociaciongissell.sanrafael@gmail.com

"La vida te pondrá obstáculos, pero los límites los pones tú"

FORMATO:
4 * 2 Metros

En terreno:
En ella se colocará la información general de la institución para que las personas sepan a dónde avocarse.

ASOCIACIÓN GISELL

Publicitaria:
Ya sea llevada a cabo por medio de donativos o por interés institucional, en el área gris se colocará el diseño.

AFICHE HORIZONTAL

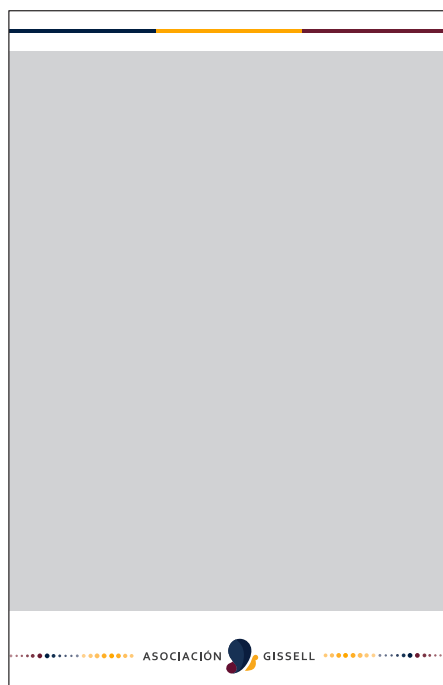


FORMATO:
17 * 11 Pulgadas

En este caso se ven también las dos líneas institucionales, y la versión principal del logotipo.

En ambos casos el diseño o la información se deben colocar en el área gris del documento.

AFICHE VERTICAL



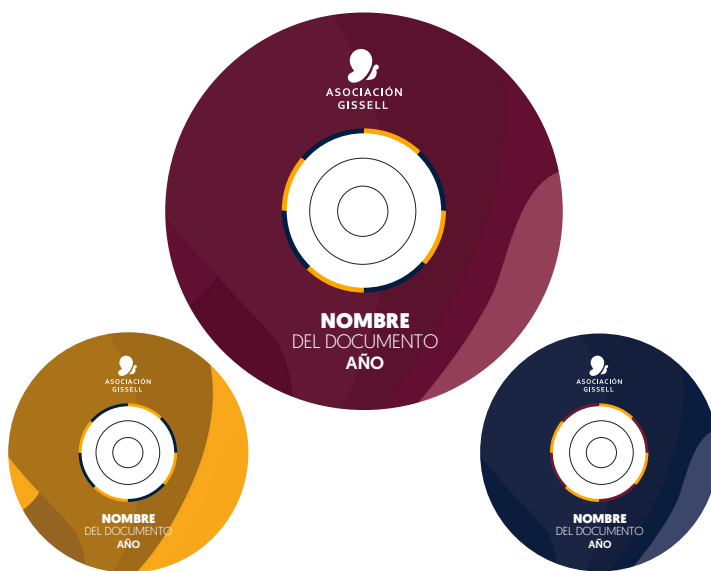
FORMATO:
11 * 17 Pulgadas

La finalidad del afiche es para colocar información sobre los nuevos eventos llevados a cabo por la institución.

Esto con la finalidad de lograr colocarlo en la mayor cantidad de lugares posibles.

En el diseño de estos se ven las líneas institucionales de tres franjas y la de círculos, en este caso el espacio permite utilizar la versión horizontal del logotipo (Fullcolor).

CARATULAS DISCO



FORMATO:
4.75 * 4.75 Pulgadas

En caso de que la institución se vea en necesidad de entregar archivo por medio de un CD, se colocará el siguiente diseño de portada en el disco.

Tomar en cuenta la información requerida para la edición de la carátula del disco.



CAJAS DISCO



FORMATO:
11.25 * 9.5 Pulgadas

NOTA: Esta invitación también le será entregada a una persona específica en caso de ser un evento especial en homenaje a su labor dentro de la institución. Cuando sea entregado uno de los discos mencionados anteriormente, se entregarán en cajas especiales para estos.

INVITACIÓN FORMAL



FRENTE

FORMATO:
8.25 * 5.25 Pulgadas

Esta invitación es para las personas que se podrían considerar importantes dentro de la institución ya sea por los donativos entregados a la institución o por ser personalidades invitadas a determinados eventos.

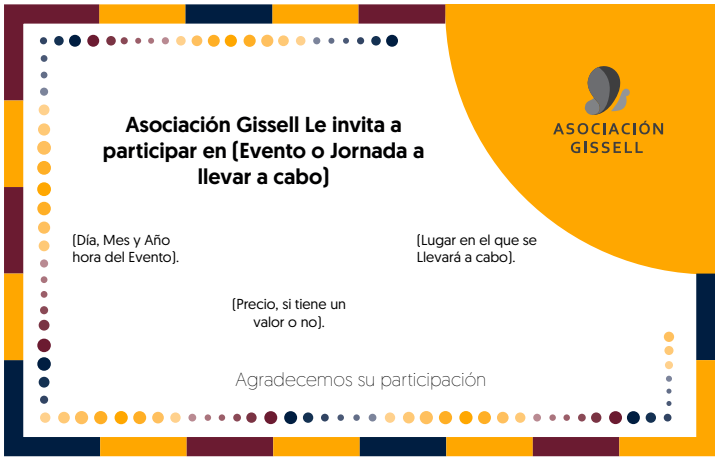


REVERSO

NOTA: Esta invitación también le será entregada a una persona específica en caso de ser un evento especial en homenaje a su labor dentro de la institución.



INVITACIÓN INFORMAL



FORMATO:
8.25 * 5.25 Pulgadas

Esta será la invitación compartida por las redes sociales de la institución para compartirla con las personas interesadas en participar en el evento.

BANNER ROLL-UP



FORMATO:
1 * 2 Metros

Estos anuncios serán colocados en los lugares que se lleven a cabo las actividades a realizar, delante de ellos se pueden colocar alcancías institucionales.

En ellos se colocará la actividad que se está llevando a cabo.

NOTA: Las imágenes serán sacados de los fondos institucionales de colores secundarios que están disponibles.



BANNER WEB

LEADERBOARD LONG



RASCACIELO

FORMATO:

Rascacielo: **160 x 600 pixeles**

Leaderboard long: **984 x 170 pixeles**

Estos elementos serán utilizados en medios digitales.

Existen varias razones para utilizar estos elementos:

- Llegar de manera más pronta a los usuarios.
- Para lograr reconocimiento de la institución.

Pero la razón más importante es que es un banner interactivo por medio del cual el usuario llegará a la página institucional en la cual podremos recibir sus donativos.

PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL



Historia



En 2003 por iniciativa de Thea de Morales, Lucía Arce y María de los Angeles Cuatrecasas, se funda la Asociación Gissell con el propósito de brindar apoyo a las niñas y niños con discapacidad en el municipio de San Mateo.

Para el 2005 empezamos a recibir apoyo del gobierno de San Mateo, luego en 2006 y en 2007. Actualmente contamos con el apoyo de la Municipalidad de San Mateo y del Gobierno de Chile a través de Donación Gissell. Hoy contamos con más de 100 niños y niñas en el municipio de San Mateo.

En 2006 se da el proceso de investigación legal del proyecto, el cual se concluye el 28 de octubre de 2008 como resultado del cual se funda Gissell. El 28 de octubre se constituye la comisión del edificio, para ser inaugurado el 29 de octubre del 2008.

ASOCIACIÓN GISELL

FORMATO:
1280 * 800 Pixeles

La presentación se realizó con el fin de tener un documento que respalde la información específica sobre a institución, esto, para que un representante de Asociación Gissell sea capaz de hacer presentaciones en las que comparta información sobre gastos, servicios, contactos y el área de cobertura de la institución, frente a nuevos donadores y patrocinadores para que así se logre recibir más ayuda económica de parte de estos.

Historia



En 2003 por iniciativa de Thea de Morales, Lucía Arce y María de los Angeles Cuatrecasas, se funda la Asociación Gissell con el propósito de brindar apoyo a las niñas y niños con discapacidad en el municipio de San Mateo.

Para el 2005 empezamos a recibir apoyo del gobierno de San Mateo, luego en 2006 y en 2007. Actualmente contamos con el apoyo de la Municipalidad de San Mateo y del Gobierno de Chile a través de Donación Gissell. Hoy contamos con más de 100 niños y niñas en el municipio de San Mateo.

En 2006 se da el proceso de investigación legal del proyecto, el cual se concluye el 28 de octubre de 2008 como resultado del cual se funda Gissell. El 28 de octubre se constituye la comisión del edificio, para ser inaugurado el 29 de octubre del 2008.

ASOCIACIÓN GISELL

Educación Especial



Educación Especial: Niños con 5 niveles, entre los cuales se encuentran: autismo y síndrome de Down.

Comunicación Temprana
Psicomotricidad
Rehabilitación y Alfabetización
psicomotricidad
psicomotricidad para mejorar el nivel de vida de los niños.

Asociación Gissell cuenta también con servicios de: comunicación, rehabilitación, para mejorar el nivel de vida de los niños.

Tabla de Orientación Laboral
Atención y rehabilitación de niños, niñas y adolescentes.
Alfabetización, Comunicación y Habilidades Sociales.

En todos los niveles se imparten también los cursos de Comunicación y Educación Física.

ASOCIACIÓN GISELL



GRACIAS POR HACER ESTO POSIBLE

ASOCIACIÓN GISELL

ALCANCÍA INSTITUCIONAL



FORMATO:
8.25 * 5.25 Pulgadas

Estas serán utilizadas por los colaboradores durante las actividades de recaudación de fondos, con el fin de lograr recibir una mayor cantidad de donativos de personas particulares.

ETIQUETA ARTESANÍA

REVERSO



FRENTE



FORMATO:
3.5 *3.5 Pulgadas

Esta etiqueta acompañará cada artesanía realizada por los estudiantes en los diferentes talleres impartidos.

Frente:

En el frente de la etiqueta se coloca una fotografía del estudiante junto al mensaje: "Gracias por tu apoyo".

Reverso:

Aquí se colocará el logotipo vertical (Fullcolor) la frase "Esta artesanía fue realizada por:", El nombre del estudiante y la discapacidad que presenta.

NOTA: Esto con el fin de que quien está adquiriendo la artesanía conozca a quién la está realizando.



PÁGINA WEB



FORMATO:
1024 * 768 Pixeles

El diseño de la página web de la institución, por medio del cual las personas estarán enteradas de las actividades y eventos realizados.

El Banner Web enviará a esta página al Área de Aporta a Gissell.



PERFILES EN **REDES SOCIALES**





PERFIL DE TWITTER



PERFIL DE YOUTUBE

YouTube

- Inicio
- Mi Canal
- Suscripciones
- Historial
- Ver más tarde 4

LISTAS DE REPRODUCCIÓN

- Videos que me gustar...

SUSCRIPCIONES

- Asociación Gissell

- Explorar Canales

The screenshot shows the YouTube channel page for 'Asociación Gissell'. At the top, there is a search bar and an 'Upload' button. Below the search bar is a banner image showing a group of people in yellow and blue athletic gear. The channel name 'Asociación Gissell' is displayed with a subscriber count of 1,563,368. Below the channel name are navigation tabs for 'Inicio', 'Videos', 'Listas', 'Canales', and 'Acercas de'. The main content area is divided into 'Recomendado' and 'Videos Destacados'. The 'Recomendado' section features a video titled 'Entrenando' with 324 views and a 'Videos Destacados' section with four featured videos: 'Amistad Verdadera', 'El mejor equipo', 'El ingreso de la bandera', and 'Los Amigos de Asociación Gissell'. The footer includes the YouTube logo, language settings (Idioma: Español), content settings (U. Contenido: Estados U.), and a 'Historial' button.



VOLUNTARIOS



CUELLO V



NORMAL



Esto para identificar que forman parte del equipo de trabajo de la institución en las actividades realizadas o dentro de las instalaciones, pero no son profesores o parte de la directiva.



Para estas personas habrá 2 tipos de cuello V y Normal.

El color será siempre blanco con el logotipo Fullcolor.

y en actividades fuera de la institución pueden llevar la gorra institucional.



PROFESORES/TRABAJADORES



Estas playeras serán tipo polo, exclusivas para el equipo de profesores y trabajadores de la institución.

Para estas playeras habrá 3 colores diferentes, tomando en cuenta que estos las utilizarán todos los días.

- Azul
- Corinto/Rosado
- Blanca

y en actividades fuera de la institución pueden llevar la gorra institucional con alguna playera como la de los voluntarios. (Dependiendo de la formalidad del caso)

ESTUDIANTES



Estas playeras serán utilizadas de lunes a viernes dentro de las instalaciones de la institución durante sus clases (a excepción de días de educación física, en los que utilizará playera cuello normal blancas.)

El color será siempre gris.

Los estudiantes utilizarán gabachas los días en lo que reciban talleres educativos y/o técnicos.





ALCANCÍA INSTITUCIONAL





PAPERERÍA DE OFICINA





SELLO INSTITUCIONAL





FOLDER DE PRESENTACIÓN





PAGINA WEB





TRIFOLIAR FRENTE





TRIFOLIAR REVERSO





DISCO INSTITUCIONAL





INFORMES





GAFETE VISITANTES





MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

2º EDICIÓN



ASOCIACIÓN
GISSELL

Entrada a Caserío El Matasano
San Rafael Pie de la Cuesta
San Marcos
Guatemala
Tel: 5591 - 4110

5.3 CRITERIOS TÉCNICOS

5.3.1 ESPECIFICACIONES DE REPRODUCCIÓN DEL MANUAL:

- **Formato:**
Cuadrado
- **Tamaño:**
8" * 8" Cerrado,
16" * 8" Abierto.
- **Número de Páginas:**
94 Páginas / Tinta Cera
- **Portadillas:**
7 Portadillas / Tinta Cera
- **Tipografías/ Fuentes Utilizadas:**
Geomanist
Corbel [Logotipo]
- **Número de Tintas:**
3 Pantone y Negro
- **Portada/Contraportada:**
Papel Husky / Tinta Cera
- **Tipo de Encuadernado:**
Pegado/Empastado.

5.4 CUANTIFICACIÓN

5.4.1 CUANTIFICACIÓN DEL APORTE ECONÓMICO A LA ORGANIZACIÓN:

Tomando en cuenta que el proceso de creación de diseño del principio hasta su final fue de 520 horas laboradas, este es el presupuesto

Descripción	Tiempo (Horas)	Costo/Hora	TOTAL
Recursos Humanos			
Diseñador/Epesista	520	°Q. 63.68	* El desglose horas/gsatos de diseñador está en el área de recursos técnicos
Recursos Materiales			
Energía Eléctrica	300	Q. 5.00	Q. 1,500.00
Transporte/Viáticos*	216	Q. 480.00 [Por viaje 3]	Q. 1,440.00
Computadora	300	Q. 5.00	Q. 1,500.00
Impresora	10	Q. 4.00	Q. 40.00
Servicio Telefónico	4	Q. 60.00	Q. 240.00
Internet	10	Q. 3.00	Q. 30.00
Impresiones Prueba*´	-	-	Q. 475.00
Útiles de Oficina	-	-	Q. 50.00
			Q. 5,275.00
Recursos Técnicos			
Diagnóstico de Problema	25	Q. 63.68	Q. 1,592.00
Estrategia Creativa	20	Q. 63.68	Q. 1,273.60
Conceptualización	90	Q. 63.68	Q. 5,731.20
Bocetaje	100	Q. 63.68	Q. 6,368.00
Digitalización	237	Q. 63.68	Q. 15,092.16
Validaciones	48	Q. 63.68	Q. 3,056.64
			Q. 33,131.60
TOTAL			Q. 38,406.60
<small>LOS PRECIOS INCLUYEN IVA ANTICIPO DE 50% Y 50% CONTRAENTREGA LA OFERTA TIENE VALIDEZ DE 7 DÍAS</small>			

° El cobro por hora del trabajo realizado por la estudiante se toma de la tabla de presupuesto del diseño gráfico realizada tomando en cuenta el precio por hora de un técnico en diseño gráfico. [Pag. 205]

*Asociación Gissell está en San Rafael Pie de la Cuesta, San Marcos, se realizaron 3 viajes de 72 horas cada viaje aprox.

*´La impresión de prueba es parte de la entrega final, tomando eso en cuenta se imprime una sola copia.

5.4.2 COTIZACIÓN DE IMPRESIÓN DE MATERIAL :

Cantidad	Descripción Material a Imprimir	Costo Unidad	TOTAL
1000	Hojas Membretadas 8.5"*11", Full Color, Tiro, Bond 90	Q. 1.457	Q. 1,457.00
500	Tarjetas de Presentación 2"*3.5", Full Color, Tiro, Bond 120	Q. 0.972	Q. 486.00
1000	Sobres Tipo Manila 19.5"*14", Full Color, Troquelado, Bond 90	Q. 6.172	Q. 3,086.00
1000	Diplomas 8.5"*11", Full Color, Tiro, Smooth	Q. 2.652	Q. 2,652.00
1000	Trifoliales Institucionales 8.5"*11", Full Color, Tiro y Retiro, Bond 90 [Doblados]	Q. 3.144	Q. 1,572.00
500	Stickers Promocionales 1"*1", Full Color, Tiro, Adhesivo	Q. 1.572	Q. 786.00
1	Manual de Marca Institucional 80 páginas (40 impresiones) 8"*8", Full Color, Tiro Retiro Portada (Husky 80) Interna [Couche mate 80]	Q. 15.00	Q. 600.00
1	Manual de Marca Institucional DIGITAL Grabado Disco, Troquel Full Color, Tiro, Opalina	Q. 75.00	Q. 75.00
2	Sello Institucional 1*1, Sello de caucho Redondo, Base Madera	Q. 40.00	Q. 80.00
TOTAL			Q. 10,794.00
<small>LOS PRECIOS INCLUYEN IVA * VER COTIZACIONES EN ANEXOS</small>			

En cuanto a la reproducción del material a realizar, tomando en cuenta que es un manual de marca, la impresión física del material probablemente se realice una única vez, ya que esto es de uso interno de la institución.

Se cuentan con piezas internas que la institución esté interesada probablemente en imprimir y llevar a cabo y se presentó el precio de algunas de las piezas.

CAPÍTULO NO. 6

CONCLUSIONES •
RECOMENDACIONES •
LECCIONES APRENDIDAS •
ANEXOS •

CONCLUSIONES

- 1.** El estudio de cada nuevo proceso de comunicación llevados a cabo por parte de la institución, así como el conocimiento de su G.O garantizan la funcionalidad y efectividad del mensaje.
- 2.** La correcta aplicación de la imagen institucional, respetando los lineamientos propuestos dentro del manual, permitirán que los procesos llevados a cabo permitan el reconocimiento de la institución y sean efectivos al llegar a G.O.
- 3.** El uso de las piezas gráficas por parte de la institución como forma de enviar un mensaje al G.O sobre las necesidades de la misma, será sinónimo de aprovechamiento tanto de recursos económicos y mediáticos y a la vez cumplirá con un correcto proceso de comunicación para que el mensaje sea captado de la forma esperada.
- 4.** La creación de una imagen institucional para Asociación Gissell, representa un identificador que diferencie la labor de esta institución, con relación a otras instituciones que pretendan el mismo objetivo.
- 5.** La correcta comunicación entre las ONGs y su grupo objetivo, es un elemento importante para que ésta se mantenga a flote y logre realizar su labor social.
- 6.** A pesar de ser considerado “comercial”, el diseño gráfico, bien utilizado, puede ser un apoyo para la disminución de un problema social.

6.2 RECOMENDACIONES

- 1.** Es de suma importancia tomar en cuenta la temporalidad que se tiene, para realizar un proyecto de la mejor manera.
- 2.** Llevar siempre de la mano la redacción del informe con el proceso de diseño, ya que el atrasarse en uno de ellos implica la imposibilidad de graduación.
- 3.** Darle la importancia que se merece el proceso de investigación para contar así con las herramientas y el conocimiento necesario para resolver el problema con una fundamentación válida.
- 4.** Se recomienda al estudiante de diseño gráfico que lleve a cabo desde el principio una buena organización de su tiempo. Y, por último, ama lo que estás haciendo, de lo contrario será simplemente un proceso muy tedioso.
- 5.** Debe existir en la institución una persona encargada de llevar a cabo la labor de editar las piezas del manual, quien tenga el conocimiento de los objetivos del proyecto que se llevará a cabo y asimismo las características principales del G.O

6.3 LECCIONES APRENDIDAS

- 1.** Los procesos de reconocimiento y relación con el grupo objetivo son siempre los más importantes para llevar a cabo cualquier proyecto de diseño, esta información dará lugar a que el diseñador gráfico de el primer paso en la dirección correcta, la solución y cumplimiento de los objetivos propuestos.
- 2.** La realización de una buena herramienta de evaluación de parte del diseñador permite que este sepa lo que está mal en el proceso de diseño y no tenga que comenzar desde cero, ya que el comenzar desde cero genera únicamente un gasto innecesario de recursos.
- 3.** Una de las más grandes lecciones ha sido la de tomar en cuenta cada una de las asesorías recibidas, estar a tiempo e ir preparada tanto con las dudas como con las molestias sobre el proceso llevado a cabo.
- 4.** Uno pretende tener todo perfecto, pero no toma en cuenta que la experiencia que los asesores tienen en el campo del diseño permite evitar caer en errores de principiante.

6.4 REFERENCIAS

Tablas y Formas:

Tabla 1

- Instituto Nacional de Estadística. [2016]. Resultado del X Censo Nacional de Población y Vivienda [1994]. Encuesta Nacional de Discapacidad 2005, [Tabla 1]. Recuperada de <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/01/16/U3l8MepiRtatBurbPSoTVxo56SY9pqs0.pdf>

Tabla 2

- Instituto Nacional de Estadística. [2016]. Resultado del X Censo Nacional de Población y Vivienda [2002]. Encuesta Nacional de Discapacidad 2005, [Tabla 2]. Recuperada de <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/01/16/U3l8MepiRtatBurbPSoTVxo56SY9pqs0.pdf>

Tabla 3

- Instituto Nacional de Estadística. [2016]. Encuesta Nacional de Discapacidad [2005]. Encuesta Nacional de Discapacidad 2005, [Tabla 3]. Recuperada de <https://www.ine.gob.gt/sistema/uploads/2014/01/16/U3l8MepiRtatBurbPSoTVxo56SY9pqs0.pdf>

Páginas Web:

- American Academy of Pediatrics. [2015]. Discapacidad Intelectual – Tratamiento. Healthy Children Organization. Estados Unidos. Recuperado de: <https://www.healthychildren.org/english/health-issues/conditions/developmental-disabilities/pages/intellectual-disability.aspx> el día 30 de Agosto de 2016.
- Autism Speaks Inc. [2016]. ¿Qué es el Autismo? Una Descripción. Canadá. Recuperado de: <https://www.autismspeaks.org/qu%C3%A9-es-el-autismo> el día 30 de Agosto de 2016.
- Centro para padres, Información y Recursos. [2016]. Discapacidades Intelectuales. Departamento de Educación de Estados Unidos. Newark, New Jersey, Estados Unidos. Recuperado de <http://www.parentcenterhub.org/repository/discapacidadesintelectuales/> el día 30 de Agosto de 2016.
- Centro para padres, Información y Recursos. [2016]. Lesión Traumática Cerebral. Departamento de Educación de Estados Unidos. Newark, New Jersey, Estados Unidos. Recuperado de: <http://www.parentcenterhub.org/repository/lesioncerebral/> el día 30 de Agosto de 2016.

- Comisión Nacional de Derechos Humanos. [2016]. Discapacidad- Tipos de Discapacidad. Ciudad de México, México. Recuperado de http://www.cndh.org.mx/Discapacidad_Tipos el día 19 de Septiembre de 2016.
- Comité Prociegos y Sordos Guatemala. [2014]. Nosotros. Benemérito Comité Prociegos y Sordos de Guatemala. Recuperado de <http://www.prociegosysordos.org.gt/loteria.html> el día 17 de Septiembre de 2016.
- Confederación Plena Inclusión. [2014]. Qué es la Discapacidad Intelectual. Madrid, España. Recuperado de <http://www.plenainclusion.org/discapacidad-intelectual/que-es-discapacidad-intelectual> el día 30 de Agosto de 2016.
- Dirección de Discapacidades. [2014]. Discapacidad DND, Ministerio de Salud Pública. Quito, Ecuador. Recuperado de <http://www.salud.gob.ec/direccion-nacional-de-discapacidades/> el día 16 de Septiembre de 2016.
- ECOM. [2016]. ¿Qué es un fisioterapeuta?. Valencia, España: Clínica ECOM. http://www.clinicaecom.com/es/que_es_un_fisioterapeuta.html Recuperado el día 01 de septiembre de 2016.
- Fundabiem. [2007]. ¿Quiénes Somos?. Fundabiem Recuperado de <http://fundabiem.weebly.com/quienes-somos.html> El día 17 de Septiembre de 2016.
- Gupta, C. [2014]. Malformaciones Congénitas. Delaware, Estados Unidos: The Neumors Foundation <https://kidshealth.org/es/parents/birth-defects-esp.html#> Recuperado el día 01 de septiembre de 2016.
- Margarita Tejada. [2013]. ¿Quiénes Somos?. Fundación Margarita Tejada. Recuperado de <http://www.fundacionmargaritatejada.org/wsite/index.php> El día 16 de Septiembre de 2016
- Medlineplus. [2016]. Síndrome de Alcoholismo Fetal. Maryland, Estados Unidos: Medlineplus. <https://medlineplus.gov/spanish/ency/article/000911.htm> Recuperado el día 31 de agosto de 2016.
- Medlineplus. [2016]. Rehabilitación. Maryland, Estados Unidos: Medlineplus. <https://medlineplus.gov/spanish/rehabilitation.html> Recuperado el día 01 de septiembre de 2016.
- Medwave. [2014]. Anomalías Congénitas. Santiago, Chile: Medwave. <http://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/PuestaDia/Practica/5537> Recuperado el día 01 de septiembre de 2016.
- National Down Syndrome Society. [2012]. ¿Qué



- es el síndrome de Down?. Nueva York, Estados Unidos: NDSS. Recuperado de: <http://www.ndss.org/Resources/NDSS-en-Espanol/Sobre-de-Sindrome-de-Down/Que-es-el-Sindrome-de-Down/> el día 31 de agosto de 2016.
- OMS. [2016], Lesiones causadas por el tránsito. Geneva, Suiza. WHO [World Health Organization] Centro de prensa de la OMS. <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs358/es/> Recuperado el día 01 de septiembre de 2016.
- Patino, E. [2014]. Qué necesita saber sobre la terapia del habla. Estados Unidos: Understood. Org <https://www.understood.org/es-mx/learning-attention-issues/treatments-approaches/therapies/what-you-need-to-know-about-speech-therapy> Recuperado el día 01 de septiembre de 2016.
- Pérez, J. & Gardey, A. [2009]. Definición de ONG, Definición.de. Recuperado de <http://definicion.de/ong/> El día 17 de Septiembre de 2016.
- Samperio, Dora. [2011]. Desnutrición infantil y Discapacidad, un peligroso vínculo. Autismo Diario. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de: <https://autismodiario.org/2011/02/10/desnutricion-infantil-y-discapacidad-un-peligroso-vinculo/> el día 31 de Agosto de 2016.
- Sánchez, M. [2016]. La familia el mejor refugio en tiempos difíciles. Periódico La Nación Versión Digital, Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1898157-la-familia-el-mejor-refugio-en-tiempos-dificiles> el día 01 de septiembre de 2016.
- Shillington College [2016]. What is Graphic Design, Graphic Design n a nutshell. Estados Unidos: Shillington College <http://www.shillingtoncollege.com.au/graphic-design-course/what-graphic-design> Recuperado el día 19 de septiembre de 2016.
- SN. [2014]. Discapacidades Físicas. Estados Unidos: Iglesia de Jesucristo de los santos de los últimos días. <https://www.lds.org/topics/disability/list/physical-disability?lang=spa>. Recuperado el día 01 de septiembre de 2016.
- Willets, P. [2002]. Artículo de City University London, ¿Que es una Organización No gubernamental?| What is a Non-Governmental Organization, NGOs for UNESCO Encyclopedia Recuperado de <http://www.staff.city.ac.uk/p.willets/CS-NTWKS/NGO-ART.HTM> El día 17 de Septiembre de 2016.
- Universidad de los Andes. [2016]. ¿Qué es la terapia ocupacional?. Santiago, Chile: UNADES. http://www.clinicaecom.com/es/que_es_un_fisioterapeuta.html Recuperado el día 01 de



septiembre de 2016.

Libros:

- Amate, A. [2006], Discapacidad: Lo que todos debemos saber. Washington D.C, Estados Unidos. Organización Panamericana de la Salud [OPS].
- Álvarez, D. [s.f], Diseño Editorial: Lo que debes saber. The Sign Haus.
- Filipini & Hoogerwerf, Lució y Rodrigues, Diaz y Royo, Fyca. [2004], Infancia, Discapacidad y Violencia. Bolonia, Italia. Comisión Europea bajo el programa Daphne.
- La Academia, [Real Academia de la Lengua Española]. Discapacitado. Diccionario de la Lengua Española. [Vigesimotercera Edición]. Madrid, España.
- Luisannet. [2016]. Identidad corporativa, Diseño de imagen de empresa, creación de marcas, Branding, Logos de empresas. Madrid , España: Luisannet. <http://www.luisan.net/identidad-corporativa/identidad-corporativa.html> Recuperado el día 01 de septiembre de 2016.
- Peri, C. P. [2009], Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Santiago, Chile. Andros Impresores.

Tesis:

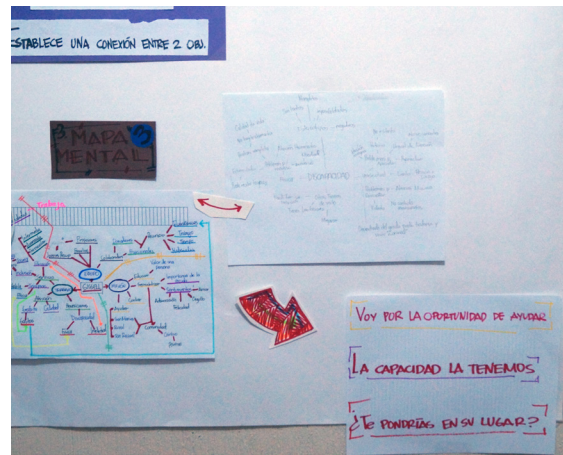
- Conteras F., Valentina. [2013]. Familia y Discapacidad Intelectual: Guía de Apoyo para mejorar la competencia Parental [Tesis Doctoral en Educación]. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid, España.
- Meoño, M. [2015]. Estrategia de comunicación que dé a conocer las labores de FUNDAL [Tesis de Grado de Licenciatura de Diseño Gráfico]. Universidad de San Carlos de Guatemala, Guatemala.

6.5 ANEXOS

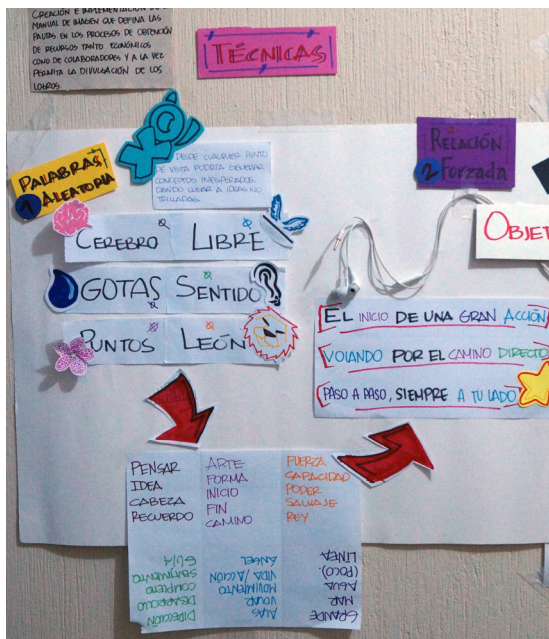
6.5.1 Conceptualización:



6.5.1a Relaciones Forzadas



6.5.1b Mapa mental



6.5.1c Palabra Aleatoria



6.5.1d Conceptualización

6.5.2 Perfiles:

Definición de Niveles Socio Económicos (Áreas Urbanas, Zona Metropolitana)					
	Nivel Alto AB (4.2%)	Nivel Medio-Alto C1 (5.5%)	Nivel Medio-Bajo C2 (32.5%)	Nivel Bajo D (38.3%)	Nivel Popular E (19.5%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49,600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitán en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas).	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.



6.5.2a Definición NSE_ÁreaMetropolitana.MultivexSigma.Guatemala.2016

La información para llevar a cabo los perfiles de los grupos, de Voluntarios y Practicantes así como de Colaboradores y Patrocinadores se obtuvo de la tabla de definición de nivel socioeconómico mostrada anteriormente.

[esta tabla específicamente para Colaboradores/ Voluntarios/ Patrocinadores/ Practicantes]

6.5.2 Perfiles:

Definición de Niveles Socio Económicos (Áreas Urbanas, Interior República)					
	Nivel Alto AB (1.0%)	Nivel Medio-Alto C1 (2.0%)	Nivel Medio-Bajo C2 (27.0%)	Nivel Bajo D (43%)	Nivel Popular E (27%)
Ingresos mensuales	Ingresos superiores a los a Q49.600 al mes	Ingresos familiares oscilan en un promedio de Q23, 500 al mes	Ingreso familiar oscila en un promedio de Q10, 500 al mes.	Su ingreso promedio mensual está comprendido alrededor de los Q2,500	Su ingreso promedio Mensual menor a los Q 1,100
Educación	La mayoría son graduados universitarios, mucho de ellos con grados avanzados	Su nivel educacional supera los estudios secundarios completos y universitarios.	Su nivel educacional se encuentra en estudios primarios y secundarios completos.	Secundaria incompleta o Primaria completa.	Su nivel educacional es Escaso y en muchos casos no cursado ningún estudio.
Ocupación	Propietarios de sus fuentes de ingresos, dueños de comercios, industriales, fincas, agrícolas, ganaderas, empleados administrativos de alto nivel, etc.	Tienen un nivel de vida bastante holgado. Son ejecutivos de empresas privadas o públicas también pueden ser dueños de negocios medianos.	Por lo general son profesionales, Comerciantes, pequeños industriales, ejecutivos de mandos medios.	El jefe de familia puede ser obrero, dependiente, auxiliar de actividades especializadas, obreros sin especialización alguna como conserjes mensajeros, etc. Varios miembros de la familia contribuyen al ingreso familiar.	El jefe de familia realiza tareas que no Requieren ningún conocimiento, usualmente no tiene trabajo fijo, sino que en trabajos de oportunidad.
Vivienda	Vivienda propia y lujosa con mas de 6 habitaciones y jardín amplio en zonas y colonias residenciales	Viven en sectores residenciales o en colonias. Las casas poseen al menos 4 habitaciones. Pueden ser hechas a sus especificaciones.	Habitan en casas modestas, no de lujo pero confortables. Generalmente con 3 habitaciones en colonias de casas iguales.	Viviendas modestas localizadas en barrios y colonias populares, edificios multifamiliares etc. (casi siempre alquiladas.	Poseen viviendas precarias en zonas marginales.



6.5.2b Definición NSE_Área Metropolitana. Multivex Sigma. Guatemala. 2016

La información para llevar a cabo el perfil de los Beneficiarios, se obtuvo de la tabla de definición de nivel socioeconómico mostrada anteriormente.
[específicamente para Beneficiarios]

6.5.3 Cuantificación:

RUBRO	TÉCNICO	CREATIVO	DIRECCIÓN CREATIVA
SUELDO MENSUAL	3,000. ⁰⁰	4,000. ⁰⁰	7,500. ¹⁵
BONO 14	291. ⁶⁷	388. ⁸⁹	729. ¹⁷
AGUINALDO	291. ⁶⁷	388. ⁸⁹	729. ¹⁷
VACACIONES	139. ⁷³	186. ³⁰	349. ³²
INDEMNIZACIÓN	250. ⁰⁰	333. ³³	625. ⁰⁰
IGSS/IRTRA	381. ⁰⁰	508. ⁰⁰	952. ⁵⁰
INVERSIÓN MENSUAL	4,354.⁰⁶	5,805.⁴¹	10,885.¹⁵
HORAS MES	160	160	160
COSTO POR HORA	27. ²¹	36. ²⁸	68. ⁰³
UTILIDAD PROYECTADA POR HORA (100%)	27.²¹	36.²⁸	68.⁰³
IVA	6. ⁵³	8. ⁷¹	16. ³³
ISR	2. ⁷²	3. ⁶³	6. ⁸⁰
PRECIO PROYECTADO POR HORA	63.⁶⁸	84.⁹⁰	159.²⁰

6.5.3a Chang, F. (2015). *Tabla de Presupuesto del Diseño Gráfico (Material de Clase). Desarrollo y Gestión de Proyectos, Universidad de San Carlos de Guatemala. Guatemala, Guatemala.*

La tabla es un ejemplo de lo que aproximadamente y como mínimo debería de cobrar un técnico, creativo o director creativo del diseño gráfico en el mundo real.

En este caso se cobra la cantidad mínima (Técnico), a pesar de que se llevó a cabo la labor de las tres personas antes mencionadas (Técnico, Creativo y Director Creativo).

Cotización No. 111410
Guatemala, 23 enero 2017

Señores
Alba Hernández
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

DIPLOMAS: TAMAÑO 8.5" X 11", A FULL COLOR, TIRO, IMPRESOS EN SMOOTH.

1,000 Q 2,852.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE

Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA

Tiempo de Producción: A CONVENIR

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -

Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

6.5.3b Cuantificación Impresión Papelería de Oficina.[2016]. Mayaprin.Guatemala, Guatemala.

Cotización No. 111407
Guatemala, 23 enero 2017

Señores
Alba Hernández
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

HOJAS MEMBRETADAS: TAMAÑO 8.5" X 11", A FULL COLOR, TIRO, MPRESOS EN BOND B-90

1,000 Q 1,457.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE

Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA

Tiempo de Producción: A CONVENIR

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -
Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

6.5.3c Cuantificación Impresión Papelería de Oficina.[2016]. Mayaprin.Guatemala, Guatemala.

Cotización No. 111412
Guatemala, 23 enero 2017

Señores
Alba Hernández
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

SOBRES TIPO MANILA CARTA TAMAÑO 19.5" X 14", A FULL COLOR, TIRO , IMPRESOS EN BOND B-90, VA TROQUELADO Y PEGADO

500 Q 3,088.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE

Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA

Tiempo de Producción: A CONVENIR

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -
Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

6.5.3d Cuantificación Impresión Papelería de Oficina.[2016]. Mayaprin.Guatemala, Guatemala.

Cotización No. 111411
Guatemala, 23 enero 2017

Señores
Alba Hernández
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

STICKER: TAMAÑO 1" X 1", A FULL COLOR, TIRO, MPRESOS EN ADHESIVO.

500 Q 788.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE

Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA

Tiempo de Producción: A CONVENIR

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -
Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

6.5.3e Cuantificación Impresión Papelería de Oficina.[2016]. Mayaprin.Guatemala, Guatemala.

Cotización No. 111408
Guatemala, 23 enero 2017

Señores
Alba Hernández
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

**TARJETAS DE PRESENTACION : TAMAÑO 4" X 2.25", A FULL COLOR, TIRO Y RETIRO,
IMPRESOS EN BOND B-120**

500 Q 488.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE

Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA

Tiempo de Producción: A CONVENIR

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -
Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

6.5.3f Cuantificación Impresión Papelería de Oficina.[2016]. Mayaprin.Guatemala, Guatemala.

Cotización No. 111409
Guatemala, 23 enero 2017

Señores
Alba Hernández
Atención
Presente

Estimados señores

Tenemos el agrado de someter a su consideración nuestra cotización por:

TRIFOLIARES: TAMAÑO 11" X 8.5", A FULL COLOR, TIRO Y RETIRO, IMPRESOS EN BOND B-90, VAN DOBLADOS.

500 Q 1,572.00

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

Elementos que proporciona el Cliente: ARTE

Observaciones de Pago: 50% ANTICIPO Y 50% CONTRA ENTREGA

Tiempo de Producción: A CONVENIR

Al aceptar esta cotización acepta el margen de 10% + ó -
Quedando a la espera de sus apreciables ordenes, nos suscribimos,

Jasmin Giron
Ejecutivo de Ventas



49 Calle 24-03 zona 12, Guatemala, CA PBX: 2380-3200 Fax: 2380-3232

6.5.3g Cuantificación Impresión Papelería de Oficina.[2016]. Mayaprin.Guatemala, Guatemala.



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Doctor
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación **“DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA “ASOCIACIÓN GISSELL” SAN RAFAEL PIE DE LA CUESTA, SAN MARCOS, GUATEMALA. 2016.”** de la estudiante **ALBA LUISA HERNÁNDEZ CAMPOS** perteneciente a la Facultad de Arquitectura, CUI 1651 73580 0101 y registro académico 200910188, al conferírsele el Título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los once días de septiembre de dos mil diecisiete.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular Facultad de Arquitectura
CUI 2715 41141 0101
Colegiado de Humanidades. No. 4509

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL. No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES

***Diseño e Implementación de una estrategia integral de comunicación institucional
para "Asociación Gissell" San Rafael Pie de la Cuesta,
San Marcos Guatemala. 2016***

Proyecto de Graduación desarrollado por:

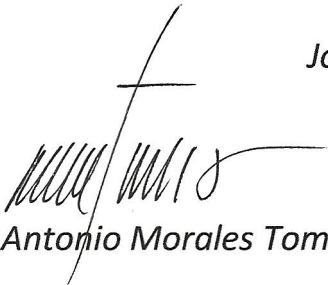


Alba Luisa Hernández Campos

Asesorado por:



José Francisco Chang Meneses



Marco Antonio Morales Tomas



Stuardo Alberto Samayoa Díaz

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

PROYECTO DESARROLLADO POR:
ALBA LUISA HERNÁNDEZ CAMPOS
SEPTIEMBRE 2017
PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA