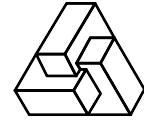


**Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico**

**Diseño y desarrollo de estrategia de comunicación
visual para fortalecer la identidad institucional de
la fundación Por Amor a Guatemala**

**Proyecto de Graduación desarrollado por:
Grethel Celeste Lucero Martínez**

**Para optar el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico.**



Diseño y desarrollo de estrategia de comunicación
visual para fortalecer la identidad de la fundación
Por Amor a Guatemala

Proyecto de Graduación desarrollado por:
Gretzel Celeste Lucero Martínez

Para optar el título de:
Licenciada en Diseño Gráfico.

Guatemala, abril de 2018.

"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

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea
Vocal I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II

Msc. Arq. Alice Michele Gómez García
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

Lic. Anggely Enríquez Cabrera
Asesora Metodológica

Lic. Carolina Aguilar
Asesora Gráfica

Lic. Walter Benjamín Martínez
Tercer Asesor

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos
Secretario Académico

Agradecimientos

- A DIOS:** Por darme la vida, siempre estar a mi lado, ser el motor que me impulsa y darme la bendición de culminar mis estudios.
- A MIS PADRES:** **Juan Alberto Lucero Alvarado y Blanca Estela Martínez Archila** por darme todo su amor, su apoyo incondicional y mostrarme el valor de la vida.
- A MI HERMANO:** **José Juan Lucero Martínez** por todo su cariño y apoyarme en todo momento, por ser mi ejemplo a seguir y enseñarme a luchar por mis sueños.
- A MI CUÑADA:** **Karen Gabriela Herrera Ramírez** por todo su cariño y apoyo incondicional.
- A MIS TÍOS Y PRIMOS:** Con mucho cariño y afecto. En especial a mi segunda madre **María Consuelo Martínez Archila** por luchar junto a mí cada noche de desvelo y darme todo su amor.
- A MIS AMIGOS:** **Keren García, Gabriela solís, Axel Flores, Brian Amperez, Joshua Barillas y David castellanos** por todo su cariño y apoyo a lo largo de nuestra carrera.
- A MIS SUPERVISORAS:** **Lic. Carolina Aguilar y Lic. Anggely Cabrera** por el tiempo y dedicación en la revisión de mi proyecto de graduación y EPS.
- LIC. WALTER MARTÍNEZ** Por su tiempo y dedicación a lo largo de este proyecto, como mi tercer asesor.
- A DON CARLOS:** Por permitirme formar parte de Por Amor a Guatemala y poner en prácticas mis conocimientos como diseñadora gráfica.
- A LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO:** Por brindarme los conocimientos para formarme como profesional.

ÍNDICE

01 Capítulo 1: Introducción	11
- Presentación	12
- Problema	11
- Justificación	14
- Trascendencia	
- Incidencia	
- Factibilidad	
- Objetivos del Proyecto	16
- General (Social)	
- Específicos (de Comunicación Visual, de Diseño)	
02 Capítulo 2: Perfiles	17
- Perfil de la Organización	18
- Grupo Objetivo	21
03 Capítulo 3: Planeación Operativa	23
- Flujograma del proceso (Insumos y tiempos)	24
- Cronograma de Trabajo Proceso Creativo	25
04 Capítulo 4: Marco Teórico	27
- Dimensión Social y ético	28
- Dimensión Estética y funcional	31
05 Capítulo 5: Definición Creativa	35
- Descripción de la estrategia de aplicación de la pieza	36
- Concepto creativo	38
- Factores Individuales psicológicos	
- Grupos de Influencia	
- Intereses, motivaciones, actitudes	
- Insight	
- Concepto creativo	
- Propuesta de códigos visuales	43
- Aspecto estético	
- Aspecto didáctico	
- Aspecto morfológico	
- Aspecto sintáctico	
- Aspecto semántico	
- Brief	48
06 Capítulo 6: Proceso de Producción Gráfica	49
- Pre visualización	50
- Descripción del Concepto Creativo	
- Descripción de la tendencia / Estilo de diseño	
- Resumen del tema a abordar	
- Secciones principales de la(s) pieza(s) de diseño	
- Nivel de Producción Gráfica 1	52
- Pieza gráfica	
- Descripción y Fundamentación de la decisión final de DG	
- Nivel de Producción Gráfica 2	56
- Pieza Gráfica	

- Descripción de Validación: Profesionales DG	
- Técnica (Grupo focal, encuesta, entrevista)	
- Proceso de validación	
- Resultados de Validación	
- Descripción y Fundamentación de la decisión final de DG	
- Nivel de Producción Gráfica 3	66
- Pieza Gráfica	
- Descripción de Validación: Grupo Objetivo y Cliente	
- Proceso de validación	
- Resultados de Validación	
- Descripción y Fundamentación de la decisión final de DG	
- Propuesta Gráfica Final fundamentada	
- Vista preliminar de la Pieza Gráfica	79
07 Capítulo 7: Lecciones aprendidas	113
- Gestión	
- Producción del DG	
08 Capítulo 8: Conclusiones	115
- Conclusiones	
09 Capítulo 9: Recomendaciones	117
- A la Institución	
- A estudiantes de Proyecto de Graduación	
- A la Escuela de Diseño Gráfico	
Fuentes Consultadas	119
- Fuentes consultadas	
Glosario	121
- Glosario	
Anexos	125
- Antecedentes	126
- Diagnóstico del proyecto	127
- Validación Producción Gráfica 2	131
- Validación Producción Gráfica 3	141
- Fotografías	147
- Honorarios	150



REMI

REMI

CITY OF FORLI
DIPLOMA DI LAUREA IN SCIENZE

REMI

CAPÍTULO 1

El presente escrito es una introducción a una problemática social, con el fin de analizar y comprender, para poder abordar el tema en el ámbito del diseño gráfico generando un cambio para nuestro país, apoyando la justificación y objetivos del proyecto que nos permiten saber la funcionalidad del proyecto.

INTRODUCCIÓN

Problema / justificación / objetivos del proyecto

Presentación

A continuación se presenta una problemática social en Guatemala, que desarrolla distintos problemas en las comunidades. La problemática corresponde a la pobreza, que enraíza distintos problemas que afectan a nuestro país y se busca una solución en el campo del diseño gráfico que pueda aportar un cambio por medio de una institución.

Esta información tiene como principal propósito de estudio la comunicación en el contexto institucional. En concreto, la investigación que presentamos se acoge a la finalidad de establecer una propuesta de diseño gráfico que esté especialmente concebida para la institución Por Amor a Guatemala.

De este modo todo el planteamiento a la problemática y desarrollo del informe se fundamenta en una interrogante fundamental que da sentido y forma a todos los planteamientos. Esta interrogante es la siguiente: ¿Qué estamos dispuestos hacer por amor a Guatemala?, Para instruir en comunicación la directiva del problema que tratará la institución

Por lo tanto como profesional en el campo del diseño gráfico, se plantean soluciones gráficas que acompañarán a dicha institución para lograr sus metas y objetivos como contribución a nuestro país.

Definición y delimitación del problema de comunicación

La población del municipio de San Raymundo tiene desconocimiento del programa de la erradicación de la pobreza por medio de la mano de obra calificada, ya que no cuenta con una identidad definida, dicho programa es apoyado por otras instituciones como Centro de Formación de Líderes (CEFORLI) e INTECAP lo que crea confusión en la identidad de la fundación.

Para que el pueblo de San Raymundo tenga a su alcance la información de las capacitaciones que les proporcionará la institución Por amor a Guatemala, con el fin de que las personas de la aldea el Carrizal con un nivel de escolaridad bajo puedan aprender un oficio básico como soldaduras, electricidad, mecánica, repostería, reparación de cómputo, cocina y albañilería, es más difícil sin reconocimiento del programa.

La fundación Por Amor a Guatemala no cuenta con el reconocimiento debido para que más personas se sumen al proyecto tanto estudiantes como otras instituciones que brinden apoyo, [\(Para más información ver Anexo 1\)](#).

En la realización de la prueba de diagnóstico realizada [\(ver anexo 2\)](#) en conjunto con el impulsor del proyecto Carlos Córdova, se determinó que la fundación Por Amor a Guatemala actualmente cuenta con pruebas piloto en diferentes áreas, una de ellas es el municipio de San Raymundo, en la aldea el Carrizal. El proyecto no tiene el debido reconocimiento que la fundación espera en el municipio ya que no cuenta con la adecuada identidad institucional, teniendo como efecto la poca inclusión de los pobladores, siendo una afluencia de 130 personas las que participan en el proyecto actualmente. [\(Ver anexo del 2 al 10\)](#).

La fundación no cuentan con material gráfico o identidad que los promueva ante los pobladores y los materiales que utilizan son en word, pdf y power point.

La fundación se da a conocer por medio de difusiones en redes sociales del promotor y camiones de gaseosa o ventas de gas que cuentan con auto parlantes, lo que genera alta dificultad de divulgación y reconocimiento ante los pobladores formando desinterés en la participación.

Por lo que se hizo la toma de decisiones de ver el reforzamiento de la identidad de la institución para que pueda ser difundida y reconocida ante su grupo objetivo en el municipio de San Raymundo.

Descripción del proyecto

El proyecto consiste en diseñar una estrategia de comunicación visual para la identidad corporativa de la fundación Por Amor a Guatemala, con el objetivo de erradicar la pobreza por medio de la mano de obra calificada en el municipio de San Raymundo aldea el Carrizal.

El tema surge luego de realizar un diagnóstico sobre la problemática social de la pobreza y las necesidades básicas económicas que este tema conlleva, para mostrar por medio del proyecto como se puede impactar en una comunidad capacitándola en aptitudes como la herrería, repostería, carpintería, cocina y entre otros, para generar verdaderos polos de desarrollo en pobladores con un nivel socioeconómico bajo para que puedan incrementar sus ingresos.

Justificación del proyecto

El proyecto está planteado como una prueba piloto, que se dará a conocer al pueblo de San Raymundo, buscando la efectividad en el reconocimiento del proyecto y la difusión del mismo, logrando la inclusión de los pobladores en la participación de las capacitaciones para lograr la erradicación de la pobreza por medio de la mano de obra calificada, mejorado los niveles económicos de los participantes.

Se necesita del reconocimiento de la identidad y de la difusión de los programas del mismo para que exista la participación de los pobladores, sean certificados y puedan emprender en su negocio generando una mejor calidad de vida para el pueblo de San Raymundo, para que sea muestra ante la problemática de la pobreza erradicada por medio de oficios calificados ante otras poblaciones y generar mejoras económicas y calidad de vida básica para el país.

Beneficiarios del Proyecto

Todos los habitantes de las áreas circunvecinas que deseen participar, jóvenes en edad escolar mayores de 15 años y adultos sin distinción de edad.

Beneficios del proyecto

Por Amor a Guatemala motiva el emprendimiento y la educación de los pobladores, buscando la mejora de las personas económica y moralmente, por medios de la búsqueda de un mejor ingreso con el que puedan crecer y demostrar las habilidades que la gente del pueblo de San Raymundo puede generar siendo capacitados, logrando seguridad emocional en las personas que forman parte del proyecto logrando que sean personas con mejor autoestima y emprendedores que buscan el cambio en nuestro país.

Impactos del Proyecto

Generar una mente colectiva en los habitantes de San Raymundo que son una población con mano de obra calificada, que puede el municipio ser una referencia donde se fabrican los mejores juegos infantiles de metal y la carpintería metal-madera y entre otros productos, logrando el reconocimiento ante otros municipios, demostrando que capacitando y emprendiendo se puede generar una mejor calidad de vida para los pobladores, este proyecto pretende ser la muestra para que posteriormente se pueda implementar en otros municipios y erradicar la pobreza del país.

Relación del Proyecto con otras iniciativas

La relación directa debería ser con Conalfa para alfabetizar a algunos participantes que no tuvieran ninguna escolaridad o la tuvieran a medias. Proyecto de micro finanzas que permita financiar equipo a los participantes que deseen ser independientes.

Trascendencia del proyecto

El proyecto pretende llegar a todo San Raymundo, con una cantidad de 10 aldeas, de las cuales en la aldea el Carrizal 130 habitantes ya participan en el programa. Además el Centro de Formación Líderes, S.A. Les capacita sobre trabajo en equipo y emprendimiento, para que formen sus propias microempresas y no necesariamente tenga la idea de capacitarse e ir a buscar trabajo.

Incidencia del Diseño Gráfico

En este proyecto el Diseño Gráfico cuenta con un importante papel, ya que ayudará a la identificación y difusión de los programas que se abordarán en el área de San Raymundo. Con el fin de incrementar la educación y el emprendimiento en la gente del pueblo para mejorar su nivel económico y fortalecer las familias por medio de su mano de obra. La población de San Raymundo podrá contar con una salida ante la problemática de la pobreza informándose y formando parte del proyecto siendo muestra ante los demás municipios de Guatemala.

Factibilidad del proyecto

El proyecto es factible ya que la institución conoce la importancia del diseño gráfico para poder contar con el refuerzo de identidad y difusión para el programa.

Además el programa está estructurado por etapas y actividades las cuales son:

- Primera etapa era lograr el aval de Intecap, lo cual ya se tiene.
- Segunda etapa coordinar con las escuelas donde se pueden ubicar los centros de capacitación (5 institutos) en soldadura y electricidad (se podrá ampliar a otras especialidades)
- Tercera etapa buscar los patrocinios, el cual cuenta con el apoyo del Club Rotario Guatemala, Club Metrópoli con un financiamiento de 150 mil de financiamiento para hacer 37 cursos y lograr 1,200 capacitaciones en un periodo de 40 horas de cursos.

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Contribuir con la fundación Por Amor a Guatemala a la difusión la importancia de la erradicación de la pobreza, utilizando las habilidades de las personas para capacitarlas y formar el emprendimiento y mejora económica de las familias reduciendo el índice de pobreza.

Objetivos Específicos

Objetivo de comunicación visual

Fortalecer la identidad visual de la institución por medio de material gráfico que identifique el proyecto y se dé a conocer en el pueblo de San Raymundo.

Objetivos de Diseño

Diseñar por medio de estrategias de comunicación la identidad Institucional de la fundación Por Amor a Guatemala.

Desarrollar por medio de material audiovisual información que dé a conocer los beneficios y resultados del pertenecer al programa.

CAPÍTULO 2

Dentro del siguiente capítulo se dará a conocer a la institución Por Amor a Guatemala como perfil de la organización y el grupo objetivo al que dirige el proyecto.

PERFILES

Organización / Grupo objetivo

Perfil de la Organización

Institución

Por Amor a Guatemala

Este proyecto no se basa en una doctrina religiosa, una revelación divina, ni leyes, ni folclore tribales, sino en la observación de la naturaleza y la vida humana, de la interacción de las leyes universales y la conducta individual, del libre albedrío y el destino.

La institución cuenta con el personal del Centro de Formación de Líderes, S.A. para administración del proyecto e instructores proporcionados por Intecap. En los recursos de Infraestructura Son proporcionadas las instalaciones del Centro de Formación de Líderes, S.A. (CEFORLI) para los cursos de mecánica de motos y las escuelas de 5 aldeas aportaran sus instalaciones para los cursos de soldadura y electricidad.

Como responsable del proyecto se encuentra

El Centro de Formación de Líderes, S.A. CEFORLI empresa asentada en la aldea el Carrizal del municipio de San Raymundo hizo los primeros pilotos en la aldea financiando cursos de electricidad y soldadura, así como un curso de mecánica de motos.

Teniendo un par de historias de éxito concluye que para que pueda impactar al municipio, había que hacerlo en diferentes aldeas al mismo tiempo para que se sintiera el cambio, por lo que se dio a la tarea de proponer este proyecto al Intecap buscando su aval y patrocinadores privados para cada aldea.

Objetivos de Por amor a Guatemala

Objetivos Generales

Mostrar por medio de este proyecto piloto como se puede impactar a una comunidad capacitándola toda al mismo tiempo, llevándole los conocimientos a su comunidad directamente, para generar verdaderos polos de desarrollo.

Objetivos Específicos

Crear una referencia para San Raymundo como una población con mano de obra calificada, que pueda convertirse en especialistas de la soldadura y herrería, creando una marca, como la tiene San Juan que se identifica con muebles y flores. San Raymundo podría ser un fabricante de carpintería metálica y juegos infantiles de metal y todo lo relacionado.

Filosofía

Hay que aceptar el cambio como el orden natural de las cosas, como la verdadera naturaleza de la vida, el cambio mismo da significado a la vida y contiene un elemento de estabilidad.

Producto del Proyecto

Ciudadanos capacitados, con mano de obra calificada, con opciones a un empleo formal o ser emprendedor, pues en las capacitaciones técnicas se hace énfasis en el emprendimiento. Como parte del producto es descubrir en los habitantes de San Raymundo que tienen habilidades que aumentan su autoestima y relación de pertenencia con la comunidad.

Servicios que presta la institución

La institución cuenta con brindar apoyo educativo y de emprendimiento, realizando capacitaciones de distintos oficios para que los participantes cuenten con una mano de obra calificada.

Antecedentes gráficos

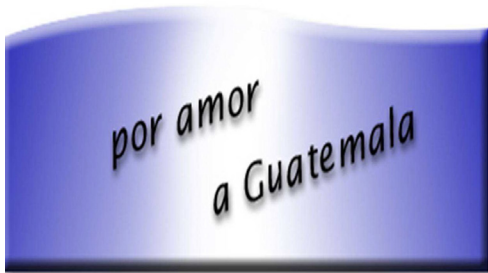


Imagen de la Fundación Por Amor a Guatemala



Institución de apoyo

Empresa Líder en Generación Eléctrica
CONTRATARÁ
Para su planta ubicada en Escuintla

SOLDADOR (CERTIFICADO)

FUNCION GENERAL DEL PUESTO
 Responsable de ejecutar trabajos de soldadura certificada y tratamiento térmico a equipos y/o estructuras de planta, llevar control sobre el uso y mantenimiento de los equipos relacionados

REQUISITOS PARA EL PUESTO

- Bachiller Industrial y Perito en Soldadura / Mecánico de Blanco
- Soldador certificado para tubería con proceso de argón
- Experiencia comprobable en el uso de máquinas para soldadura (SMAW, TIG, MIG, ARCO SUMERGIDO, Oxi-acetilénica y cortadoras de Plasma, Arco de aire, y Oxiacetileno)
- Experiencia mínima de tres años en soldadura en diferentes materiales
- Experiencia deseable en planificación y supervisión de trabajos de taller, de campo y ensayos no destructivos.

COMPETENCIAS:

- Liderazgo y trabajo en equipo • Orientación a Resultados • Compromiso • Supervisión

OFRECEMOS

- Salario competitivo • Servicio de bus • Prestaciones adicionales a las de Ley • Capacitación constante • Agradable ambiente de trabajo

Los interesados deberán enviar Curriculum VITAE indicando pretensión salarial e incluir fotografía reciente, al buzón No. 312 de Transdes 31 calle 5-59 Z.9 a más tardar el miércoles 22 de septiembre de 2010.

EMPRESA MULTINACIONAL

CONTRATARÁ 800 PERSONAS
PARA TRABAJAR EN EL EXTRANJERO
EN LAS SIGUIENTES AREAS:

- CONTABILIDAD** (QUICKBOOKS, EXCEL Y OTRAS HERRAMIENTAS FINANCIERAS)
- ADMINISTRACION** (FAMILIARIZADO CON PEACHTREE O BASE DE DATOS SIMILARES)
- SISTEMAS DE COMPUTACION** (QUICKBOOKS, PEACHTREE Y OTROS)
- SEGURIDAD EJECUTIVA Y EMPRESARIAL** (SE DARÁ PRIORIDAD A EXPERIENCIA MILITAR O POLICIACA, OFICIALES Y TROPA)
- PILOTOS AVIADORES, HERREROS, ELECTRICISTAS, ALBAÑILES, MECÁNICOS DE MAQUINARIA PESADA.**

OFRECEMOS:

- EXCELENTE SALARIO EN DÓLARES
- VIVIENDA Y ALIMENTACIÓN
- VACACIONES PAGADAS
- CAPACITACIÓN EN INGLÉS Y AREA ESPECIFICA
- CONTRATO POR UNO Y/O DOS AÑOS
- BONOS.

REQUERIMOS:

- FRUSTRACIONAL EN SU AREA
- CINCO AÑOS DE EXPERIENCIA
- DE 20 A 45 AÑOS

PRESENTARSE DEL 04 AL 15 DE OCTUBRE de 08:00 a 16:00 horas, CON CURRÍCULO Y A LLENAR SOLICITUD A:
20 AV. 15-42 Z.6 RESIDENCIALES CIPRESALES
 (ATRÁS DE LA ACADEMIA PNC)

25
 PUNTA LIBRE : Guatemala, Jueves 4 de octubre de 2010

Anuncios certificados capacitaciones de soldaduras

Grupos Objetivos

Principal

Pobladores que se encuentran ubicados en las aldeas de San Raymundo con escolaridad de nivel básico que no cuentan con ingresos estables o con un empleo con el que puedan aportar ayuda económica en sus hogares.

Características Geográficas

Hombres y mujeres de las aldeas ubicadas en San Raymundo.

Características Sociodemográficas

Hombres y mujeres con escolaridad de nivel básico, que se comprenden entre las edades de 17 a 35 años aproximadamente.

Características Socioeconómicas

Pobladores con un nivel socioeconómico bajo, miembros de familias numerosas, algunos pilares de familia y otros hijos que ayudan al soporte de la familia.

Características Psicográficas

Sus Hábitos de consumo son marcas populares, como por ejemplo:

Marcas de comidas: Pinulito, productos Suli, Diana y Big Cola, Al macarone, Que Deli, entre otros.

Marcas de Comercios: El gallo más gallo, Agencias Way, electra, Hogar económico, entre otros.

Relación entre el G.O. y la institución

Es muy amena, ya que les gusta ser atendidos y reconocidos, les gusta ser parte de la atención.

Secundario

Instituciones que puedan brindar ayuda al crecimiento de los programas de capacitación como patrocinadores que buscan ayudar a uno o varios sectores de la sociedad para fortalecer y mejorar la calidad de vida por medio de programas.

Características

Geográficas

Instituciones y ONG ubicadas dentro del país de Guatemala.

Características

Sociodemográficas

Hombres y mujeres con capacidad de ayuda para fundaciones.

Características

Socioeconómicas

Hombres y mujeres que cuentan con la capacidad económica de brindar ayuda a la institución brindando mejoras al proyecto.

Características

Psicográficas

Sus hábitos de consumos se rigen a marcas más conocidas y en algunos casos exclusivas.

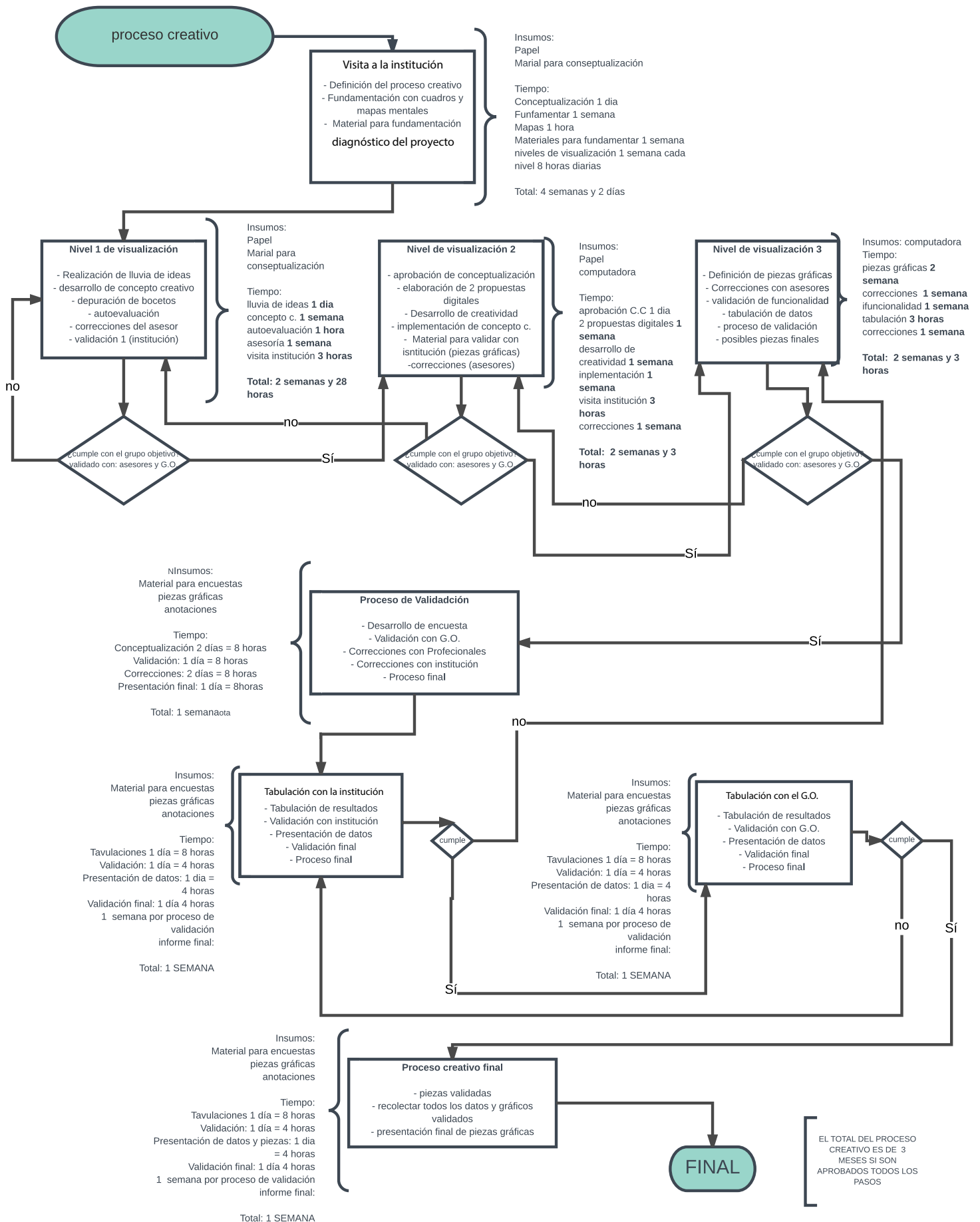
Relación entre el G.O. y la institución

No tienen mucho contacto con la institución o envían a terceros para la comunicación y obtención de la información.

CAPÍTULO 3

En el siguiente capítulo se describe la planificación del proceso creativo, tomando en cuenta tiempos, insumos y pasos que conllevan la planificación.

PLANEACIÓN OPERATIVA
Flujograma / cronograma



CRONOGRAMA

PROCESO CREATIVO

Agosto

Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb
30	31	1 ago	2	3	4	5
		Proceso creativo				
6	7	8	9	10	11	12
Proceso creativo - Nivel de visualización 1						
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1 sept	2
Proceso creativo - Nivel de visualización 2						
3	4	5	6	7	8	9

Septiembre

Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb
27	28	29	30	31	1 sept	2
3	4	5	6	7	8	9
Proceso creativo - Nivel de visualización 1 y 2						
10	11	12	13	14	15	16
Proceso creativo - Nivel de visualización 3						
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
1 oct	2	3	4	5	6	7

Octubre

Dom	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb
1 oct	2	3	4	5	6	7
Proceso de validación						
8	9	10	11	12	13	14
Proceso de validación con la institución						
15	16	17	18	19	20	21
Proceso de validación con el G.O.						
22	23	24	25	26	27	28
Proceso creativo final						
29	30	31	1 nov	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11



CAPÍTULO 4

Dentro del siguiente capítulo se describe la planeación del proceso creativo, tomando en cuenta tiempos, insumos y pasos que conllevan.

MARCO TEÓRICO

Dimensión Social y Ética / Estética y funcional

Dimensión Social y ética

El Diseño Gráfico como impulsor al valor del oficio

En el presente escrito se da a conocer los antecedentes de una problemática social, con el fin de comprender la y poder abordarla en el ámbito de diseño gráfico para formar parte del cambio social en Guatemala.

Actualmente existen problemáticas que afectan grandemente a las poblaciones y que con el paso de los años han ido incrementando y desarrollando nuevas problemáticas, uno de los problemas más fuertes en el país es la pobreza.

La pobreza es la escasez o carencia de las cosas básicas necesarias para vivir o sobrevivir. Por lo tanto la pobreza se ha convertido en una forma de vida en personas que carecen de la satisfacción de las necesidades básicas.

El término pobreza puede estar vinculado a diversos aspectos dentro de una sociedad, podría ser educativo, económico, social o ambiental. La pobreza se puede asociar con otros temas como la exclusión, la inequidad y la vulnerabilidad que provoca en los afectados.

La pobreza es un enraizador de muchas problemáticas sociales, por medio de ella se pueden desarrollar muchos problemas que hacen que las poblaciones desfallezcan en la lucha por la vida. Dentro de la población guatemalteca existen distintos problemas sociales, entre

ellos uno de los más grandes es la pobreza.

Las características de la pobreza es que va arraigada y sujeta a la falta de uno u otro renglón socioeconómico como lo son:

- La salud
- La vivienda
- Los ingresos
- El empleo
- La agricultura estable
- La nutrición
- La tecnología
- La educación
- El desarrollo
- La mortalidad

La pobreza es carencia de recursos para poder vivir, con recursos faltantes las personas son propensas a caer en la categoría de carencias, por eso algunos estudios arrojan que la pobreza es el principal desarrollador de problemas en la sociedad.

Este es un problema que se ve afectado en grandes sociedades, Guatemala siendo una de ellas es un país con una gran población.

Según: los detalles del Renap, entregados a Prensa Libre, al último día del año pasado se había registrado a 17 millones 154 mil 812 personas en Guatemala; de las cuales ocho millones 378 mil 742 son hombres y ocho millones 776 mil 70, mujeres

De esta población, el 35.3 por ciento vive en el área rural y el 11.2 por ciento en el casco urbano.

La cuestionante en el tema es **¿Quiénes son pobres en Guatemala?**

Para ubicar esta población se parte de métodos cuantitativos que delimitan una línea de pobreza ante una canasta básica de bienes y servicios que son esenciales en las personas, considerando las personas que están por debajo de obtener ingresos que les permitan acceder a dichas necesidades.

Existen también términos monetarios y de alimentación principales para subsistir.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE), Guatemala está marcada por un 59,3 por ciento de pobreza total (incluye un 23,36 por ciento de pobreza extrema). En 2006 el nivel total de pobreza se situaba en 51,2 por ciento.

La pobreza en el país es un tema nacional en donde no solo abarca ciertas regiones si no todo el país, sin embargo su mayor índice de pobreza se encuentra en las áreas rurales, la pobreza en el Guatemala llegó a más del 8.1 por ciento en el año 2016, según encuesta de (Encovi 2014), el dato es significado que alrededor de 9.6 millones de personas guatemaltecas viven en pobreza tomando en cuenta como mayor exponente de gente de bajos recursos las áreas rurales.

¿Dónde es mayormente afectado el país con la pobreza?

Según SEGEPLAN, las áreas más afectadas en Guatemala son los municipios, en el país presentan

niveles de pobreza aún mayor que la ciudad, por lo que casi la totalidad de su población rural vive en pobreza. Entre los tres municipios con mayor índice de pobreza en el departamento de Guatemala se encuentran:

Churranchito con 61.0% de pobreza general y 20.7% de pobreza extrema

San Raymundo con 47.3% de pobreza general y 12.1% de pobreza extrema

San Juan Sacatepéquez con 40.9% de pobreza general y 9.5% de pobreza extrema.

La pobreza afecta de distinta forma a las mujeres y a los pueblos indígenas. La destrucción de espacios vitales de poblaciones indígenas o rurales y el deterioro del ambiente producido por explotaciones económicas generan restricciones importantes al desarrollo humano y por lo tanto pobreza.

La asignaciones de roles determinados, especialmente a las mujeres, plantea también límites al potencial de las vidas que pueden elegir. En Guatemala, casi el 10 por ciento de las niñas menores de edad son madres y la tercera parte ha abandonado sus estudios para dedicarse a tareas del hogar.

Erradicar la pobreza en todas sus formas sigue siendo uno de los principales desafíos que enfrentamos como humanidad. Si bien la cantidad de personas que viven en extrema pobreza

disminuyó en más del 50% (de 1.900 millones en 1990 a 836 millones en 2015), son aún demasiados seres humanos que luchan por satisfacer incluso las necesidades más básicas.

Esto requiere centrarse en aquellos que viven en situaciones vulnerables, aumentar el acceso a recursos y servicios básicos y apoyar a las comunidades afectadas por conflictos y desastres relacionados con el clima.

Existen instituciones que buscan apoyar a las comunidades que son afectadas, sin embargo no buscan la abolición del mismo.

La institución Por Amor a Guatemala es una de las primeras que busca generar un plan piloto, en el que se pueda erradicar el problema de la pobreza comenzando con las áreas rurales, para ser más específicos en la aldea el Carrizal, san Raymundo, buscando instalar ese proyecto para que los pobladores adopten el programa de capacitaciones para fortalecer y valorar sus oficios por medio de la mano de obra, para luego ser ejemplo ante los demás municipios de Guatemala y puedan sumarse a los programas y trasladar la institución a todo el país y mejorar la economía por el medio informal y brindar una mejor calidad de vida a los pobladores dándoles un mejor autoestima, valor moral a sus familias y educación que les permitirá ser emprendedores.

A diferencia de otras instituciones, Por Amor a Guatemala brinda el apoyo no solo en la parte educativa, fomentando y fortaleciendo oficios sino integrando a esto programas de emprendimiento, para que la mano de obra que ya haya sido certificada y pueda comenzar a desarrollar un negocio.

Se busca la creación de un pensamiento en común como una meta colectiva que privilegie el amor a nuestro país, valorando lo que hasta el día de hoy es desvalorado y no bien reconocido como lo es la mano de obra, en el caso de San Raymundo se capacitarán los oficios que mayormente se destacan en la comunidad, se pretende que el programa crezca a cada municipio de Guatemala y se pueda capacitar distintas formas de trabajo manual, generando así también un medio de turismo para

que sus productos o servicios sean movidos económicamente.

El tema surge luego de realizar un diagnóstico sobre la problemática social de la pobreza y las necesidades básicas económicas que este tema conlleva, para mostrar por medio del proyecto como se puede impactar en una comunidad capacitándose en aptitudes como la herrería, repostería, carpintería, cocina y entre otros, para generar verdaderos polos de desarrollo en pobladores con un nivel socioeconómico bajo para que puedan incrementar sus ingresos.

Se necesita del reconocimiento de la identidad y de la difusión de los programas del mismo para que exista la participación de los pobladores, sean certificados y puedan emprender en su negocio generando una mejor calidad de vida para el pueblo de San Raymundo, para que sea muestra ante la problemática de la pobreza erradicada por medio de oficios calificados ante otras poblaciones y generar mejoras económicas y calidad de vida básica para el país.

En este proyecto el Diseño Gráfico cuenta con un importante papel, ya que ayudará a la identificación y difusión de los programas que se abordarán en el área de San Raymundo. Con el fin de incrementar la educación y el emprendimiento en la gente del pueblo para mejorar su nivel económico y fortalecer las familias por medio de su mano de obra.

Dimensión Estética y funcional

Dentro del diseño gráfico encontramos importantes aspectos que nos llevan al desarrollo de la parte creativa, definiendo las premisas de diseño que nos ayudan a orientar las piezas gráficas a un aspecto estético que sea funcional para el grupo objetivo al que va dirigido el proyecto.

Entre los aspectos de diseño abarcaremos cinco principales para el desarrollo de las piezas gráficas que fueron identificados durante el proceso del *insight* y el concepto creativo como lo son:

Tendencia:

La tendencia nos marca un estilo gráfico que funciona como apoyo conceptual de las decisiones de diseño. La utilización de estos recursos tanto de diseño como de producción se verán influenciados por la visión del diseñador dando lugar a la implementación de distintas tendencias.

Para el grupo objetivo guatemalteco al que serán dirigidas las piezas gráficas se tomó como tendencia el pop art, que tiene su aporte como un movimiento artístico nacido en el siglo XX. Su aparición surge en una respuesta contra la corriente artística del momento, Expresionismo Artístico, identificado con la parte elitista de la sociedad.

Consiste en la representación abstracta de figuras y formas que se caracteriza por el empleo de imágenes de la cultura popular que fueron tomadas de varios de los medios de comunicación, tales como anuncios publicitarios,

comic, objetos culturales, revistas y entre otros muchos artículos de cultura popular.

El pop art y el minimalismo son considerados los últimos movimientos del arte moderno y por lo tanto precursores del arte postmoderno, aunque inclusive se les llega a considerar como los ejemplos más tempranos de este.

El uso de dichas tendencia es importante ya que en los medios de comunicación se usa como método tanto como para crear iconos como para anestesiar a la sociedad sobre problemas graves, este estilo será acompañado por el op art que es también conocido como arte óptico, corriente artística abstracta, que surgió a partir del movimiento abstracto-constructivista representado.

El arte óptico hacen que el espectador colabore de manera activa ya sea desplazándose o moviéndose para intentar captar el efecto óptico, es por esto por lo que este tipo de obras no tienen ninguna apariencia emocional. Se utilizan estructuras de repetición con un orden claro.

Estas dos tendencias en conjunto, nos servirán para representar la cultura guatemalteca y el folclor que posea, por medio del arte óptico se pueden demostrar los distintos patrones que se forman en los textiles mayas que son típicos íconos que representan la diversidad, utilizados como un arte pop con formas abstractas que formarán dichos patrones.

El folclore y cultura guatemalteca es muy diversa, y es representativa en la identidad de las costumbres y

culturas de los pueblos, por lo que estas tendencias formarán parte importante en la representación gráfica de la identidad de la institución.

Fotografía:

Estas formas de diseño también serán reflejadas por medio de dos formas visuales, una de ellas es la fotografía de retratos, que consiste en captar los momentos espontáneos de la persona en su entorno habitual, siendo una forma adecuada para demostrar y dar a conocer la realidad del problema social y como la participación del proyecto de la erradicación de la pobreza marca el beneficio en los pobladores.

Ilustración:

Para que el grupo objetivo no sea aplacado por la realidad social, se emplearán ilustraciones de estilo flat, que es un estilo de diseño que se basa en el uso de un número reducido de elementos decorativos y la aplicación de colores sólidos o planos.

El **flat design** ayuda a un óptimo entendimiento, cuando menos cargado de elementos está la composición, mejor lectura y rendimiento se consigue.

Es un estilo muy fácil de aplicar y eso ha hecho que se extienda muy rápidamente entre los creativos, lo que hace que el grupo objetivo de las aldeas puedan entender sin problema alguno cada una de las ilustraciones que se les presentarán.

Ambas formas de representación son pertinentes para el entendimiento de los pobladores, se trata de mostrarles imágenes que sean de fácil captación para que se sientan identificados y apoyados por medio de su cultura.

Colores:

Las comunidades de Guatemala son ricas en la diversidad de cultura y colores que se encuentran en cada uno de los elementos nos representan como guatemaltecos, un signo muy representativo es el folclore en el que se utilizarán colores vivos y fuertes que resalten la cultura y riqueza guatemalteca en gamas cálidas y frías para generar contrastes y lograr el llamativo folclórico.

Los colores más representativos son:

Morado: relacionado con ambientes elegantes.

Fucsia: relacionado con la acción y el coraje que poseen indicadores que llaman la atención.

Amarillo: que evoca riqueza y alegría.

Celeste y azul: como el color del cielo y de la bandera de Guatemala que nos representan la generosidad, autoridad y lealtad.

Verde: como el color de la naturaleza que nos simboliza tranquilidad, salud y seguridad.

Son colores que en conjunto son representativos del folclore guatemalteco y la diversidad de la cultura del grupo objetivo.

Es importante que los pobladores como grupo objetivo se sientan identificados y puedan entender el mensaje, para que se llegue a la efectividad del programa.

Para que los pobladores sean captados y logren entender la importancia del proyecto y de los beneficios, es indispensable la legibilidad del mismo, por lo que dentro de los aspectos estéticos se tiene que tomar en cuenta el tipo de letra o tipografías que se emplearán para que los mensajes no consten con barreras de entendimiento.

Tipografía:

La tipografía es una pieza fundamental para la difusión y captación de un mensaje, Es importante tener presente qué se quiere comunicar, porque ello definirá qué tipo es el más representativo para la intención buscada, en este caso se emplearán dos tipos de tipografía:

Palo Seco o **san serif**: que consisten en letras sin terminaciones adornadas o confusas, lo que hace una legibilidad pertinente y de fácil reconocimiento.

Debido a que una gran población de las áreas rurales son de escolaridades bajas, tienden a tener numerosos pueblos con gente analfabeta y otros a los que se les dificulta la lectura, el refuerzo de una tipografía limpia y sin adornos o **serifes** hace que las letras sean fácilmente reconocidas.

Pero también se puede acompañar de tipografías caligráficas, ya que es la forma más cercana a la escritura humana, cuando

se aprende a Leer y escribir la caligrafía se hace presente y forma parte del aprendizaje y es llamativo para aquellos que ya tienen un reconocimiento.

Retícula:

La lectura forma parte de la comprensión y entendimiento, haciendo que la comprensión lectora del grupo objetivo tenga que ser bien estructura por medio de guías que refuercen el entendimiento, como un conjunto de líneas o elementos dispuestos en forma de red, para poder estructurar los elementos dentro de una rejilla que nos permita colocar y dirigir la atención del lector de forma adecuada, por lo que se utilizará una retícula modular, siendo una reja dividida en cuadros simétricos que nos permite tener una lectura ordenada para las personas que no tienen un buena comprensión lectora.

Una de las retículas que sería idealmente adecuada sería la modular, ya que nos permite tener un patrón de lectura y orden en el mismo, para facilitar la comprensión de los temas a las personas.



CAPÍTULO 5

En el siguiente capítulo se describe la estrategias que serán aplicadas en las piezas gráficas por medio de preguntas y cuadros comparativos, desarrollo del *insight*, concepto creativo y propuestas de códigos visuales.

DEFINICIÓN CREATIVA

Descripción de la estrategia
de aplicación de la pieza

Descripción de la estrategia de aplicación de la pieza

¿Qué?

Identidad visual de institución par lograr el reconocimiento a los programas y lograr la difusión.

¿Para qué?

Para beneficiar a los estudiantes promoviendo el emprendimiento, la cultura y agregar valor a la mano de obra, generando una mejor calidad de vida por medio del factor económico informal y generar turismo en el pueblo.

¿Con qué?

Con materiales que identifiquen a la institución generados por medio de un **brandbook** y materiales audiovisuales que informen de la institución y den a conocer su programa por medio de la difusión en redes sociales con un plan de medios.

Piezas: *Brandbook*, vídeo institucional y social media

¿Con quiénes?

Con la ayuda de la institución Centro de Formación de Lideres, S.A. CEFORLI siendo Por Amor a Guatemala su programa de responsabilidad social.

Asesores que orientarán el cada uno de los proyectos.

Personas beneficiadas en conjunto con los capacitadores.

¿Cuándo?

Durante la realización del EPS con una duración de 3 meses aproximadamente, teniendo 1 visita semanal con la institución

Duración del **brandbook**: indefinida

Duración del video: indefinido

Duración de social media:

el material generado sera para un periodo de 2 meses dejando insumos editables para próximos meses.

¿Dónde?

En la aldea el Carrizal, San Raymundo, en las aulas para los talleres y puestos de personas que ya han emprendido en sus negocios.

BRANDBOOK

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>El material generado puede ser el medio de reconocimiento e identificación para la institución.</p> <p>Que los posibles beneficiados puedan reconocer a la institución y genere interés de participación.</p> <p>Puede ser la identidad de un programa piloto que tiene la visión de ser reconocido nacionalmente.</p> <p>Un isotipo identifica y formaliza la identidad.</p>	<p>Que no cumpla con importancia relevante para captar al G.O.</p> <p>Que no sobresalga de las marcas colaboradoras con el programa.</p>

VIDEO INSTITUCIONAL

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Es audio y contenido visual, lo que hace fácil su comprensión.</p> <p>Fortalece al proyecto a (brandbook) promoviendo la identidad y la información.</p> <p>Puede ser difundido y viralizado para no solo reconocer si no atraer a futuros beneficiarios .</p>	<p>Requiere de mucho tiempo de producción.</p> <p>Que no llegue al público deseado.</p> <p>Que genere en redes sociales comentarios negativos debido a la situación social de Guatemala.</p>

VIDEO INSTITUCIONAL

VENTAJAS	DESVENTAJAS
<p>Se puede viralizar</p> <p>Es de bajo costo.</p> <p>Rápido y llamativo y llega a diferentes personas.</p>	<p>Que no sea bien alimentado el plan de medios.</p> <p>Que muera después del EPS.</p> <p>Que no se viralice.</p> <p>Que se viralice mal.</p>

CONCEPTO CREATIVO

Factores individuales psicológicos

- | | | |
|----|---------------------|------------------|
| 1. | Cultura | Pueblo |
| 2. | Estatus | NSE bajo |
| 3. | Afectivo | Aprendizaje |
| 4. | Necesidad | Calidad de vida |
| 5. | Masificación | Negocios |
| 6. | Tecnología | Mano de obra |
| 7. | Pertenencia | Valor al trabajo |

Cultura

Los pobladores de San Raymundo son personas hogareñas y cuentan con una cultura regionalista muy alta.

Estatus

La mayor parte de las personas no cuentan con educación y optan por ser agricultores o poner sus propios negocios como mecánicas, tortillerías, panaderías, entre otros.

Afectivo

Les gusta se parte de cosas nuevas y son emprendedores, lo que les hace querer seguir adelante.

Necesidad

Debido a sus ingresos se han conformado a una sobrevivencia, sin embargo luchan por tener una mejor calidad de vida.

Masificación

Crean sus propios ingresos, en San Raymundo existe una gran diversidad de negocios.

Tecnología

Buscan innovar por medio de la mano de obra.

Pertenencia

Para poder crecer luchan y buscan ser reconocidos dándole valor a su trabajo.

Grupos de influencia

Familias

Pobladores con un nivel socioeconómico bajo, miembros de familias numerosas, algunos pilares de familia y otros hijos que ayudan al soporte de la familia.

Conocen a los pobladores de su región.

Grupo social

Son influenciados por sus profesores o líderes de comunidad.

Dentro de sus establecimientos educativos les enseñan oficios como la carpintería, herrería, repostería, entre otros.

Medios de comunicación

Su comunicación es interpersonal, periódicos locales y estaciones de radio locales.

INTERES

Tener mejor calidad de vida, para poder ayudar a sus familias y la satisfacción a sus necesidades básicas.

MOTIVACIÓN

Ver a pueblos aledaños crecer y llegar a ser como ellos, reconocidos por sus habilidades y darle valor a sus oficios.

ACTITUD

Luchar día con día en sus trabajos y prosperar para poder sostener a sus familias.

INSIGHT



Mi oficio se convierte en mi profesión

Los oficios de herrería, mecánica de motos, carros, cómputo y repostería pasarán de ser un simple oficio para ser certificados y convertirse en profesiones en la aldea el Carrizal.

6w` s

QUÉ	Certificados / trabajo / cursos / emprendimiento
QUIÉN	Popladores / profesores
CÚANDO	Fines de semana
DÓNDE	Institución CEFORLI / San Rymundo
CÓMO	Mano de obra calificada
POR QUÉ	Erradicar la pobreza

¿QUÉ?

La institución Por Amor a Guatemala busca valorar la mano de obra y calificarla, para otorgar certificados por medio de cursos que promuevan el trabajo y el emprendimiento.

¿QUIÉN?

A los pobladores de las aldeas de San Raymundo en Sacatepéquez, con la ayuda de profesores que ya han sido certificados y también con profesionales.

¿CÚANDO?

El programa está establecido los días sábados y domingos.

¿DÓNDE?

En la institución del Centro de Formación de Líderes S.A. Ubicada en la aldea el Carrizal, San Raymundo.

¿CÓMO?

Para qué todo aquel que desee emprender y aprender un oficio pueda ser instruido y luego certificado.

¿POR QUÉ?

Para qué sea un proyecto que fomenta la erradicación de la pobreza en nuestro país.

CONCEPTO



Educación en mis manos

Al ser capacitados e instruidos, los cursos pasan a ser cultura que podrán desempeñar con sus propias manos.

Propuestas de códigos visuales

Aspecto estético

Tendencias

Flat design



Imagen descargadas de google.com



Imagen descargadas de google.com

Elimina sombras, relieves, ornamentos, texturas, degradados, difuminados y cualquier sensación de tridimensionalidad.

Íconos



Imagen descargadas de google.com



Imagen descargadas de google.com

Signo que representa un objeto o una idea con los que guarda una relación de identidad o semejanza formal.

Minimalismo



Imágenes descargadas de google.com

El minimalismo musical apareció a finales del siglo XIX; el minimalismo en pintura fue una tendencia abstraccionista.

Formas abstractas



Imágenes descargadas de google.com

Bloomfield denominó formas abstractas a aquellas formas con significado equivalente, pero que se emplean en posiciones sintácticas distintas, perteneciendo cada una, por tanto, a una diferente categoría gramatical.

Aspecto Didáctico

Estrategias de comunicación

Brnadbook:

Manual de normas gráficas de la identidad del logotipo.

Video institucional:

Material audiovisual para reforzar y dar a conocer la institución.

Social media:

Plan de medios en redes sociales para el lanzamiento de la imagen y reconocimiento de la institución.

Aspecto Morfológico

Construidos por medio de:

- Imágenes
- Música
- Efectos sonoros
- Palabras

Contemplando una aspecto informativo, testimonial y formativo.

Informativo: Dando a conocer los beneficios que se pueden lograr por medio de la institución utilizando como herramienta el vídeo institucional.

Testimonial: colocando datos reales del problema social "pobreza" que completen la información.

Formativo: Dando una identidad y conocimiento a la oportunidad del cambio por medio de la estrategia de comunicación de social media en conjunto con la identidad de la institución.

Aspecto Sintáctico

Material audiovisual

- Planos y encuadres



PD: Plano Detalle



PPP: Primerísimo Primer Plano



PP: Primer Plano



PMC: Plano Medio Corto



PML: Plano Medio



PML: Plano Medio Largo



PA: Plano Americano



PE: Plano Entero



PG: Plano General



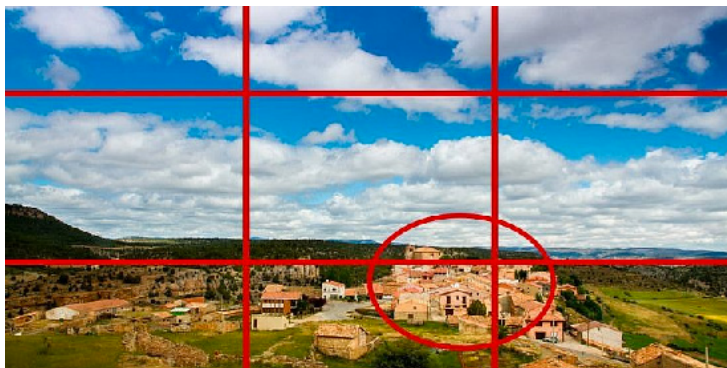
GPG: Gran Plano General

Ángulos









Se utilizarán 3 cámaras para tener distintos ángulos en un área de 180 grados ante el objetivo.

Ley de tercios



Cromatología

	#00b4f2 C:70 M:9 Y:0 K:0 R:0 G:180 B:242		#ff000 C:2 M:8 Y:92 K:0 R:255 G:224 B:0
	#a514a2 C:53 M:90 Y:0 K:0 R:165 G:20 B:162		#228e0c C:82 M:16 Y:100 K:5 R:34 G:142 B:12
	#f40345 C:0 M:97 Y:59 K:0 R:244 G:3 B:69		#F6FF4E C:12 M:0 Y:80 K:0 R:246 G:255 B:78

Se utilizarán colores vivos y fuertes que resalten la cultura y riqueza guatemalteca en gamas cálidas y frías para generar contrastes y lograr el llamativo folclore.

Tipografías

Lato Łukasz Dziedzic (10 styles)	Encode Sans Condensed Impallari Type, Andrea Torres, Jacques Le Bailly (9 styles)
Almost before we knew it, we had left the ground.	It was going to be a lonely trip back.
Roboto Condensed Christian Robertson (6 styles)	Oswald Vernon Adams, Kalapi Gajjar, Cyrillic (6 styles)
Mist enveloped the ship three hours out from port.	My two natures had memory in common.
Montserrat Julieta Slonovskiy (18 styles)	Source Sans Pro Paul D. Hunt (12 styles)
Silver mist suffused the deck of the ship.	The face of the moon was in shadow.

Neucha Jovanny Lemonad (1 style)	Damion Vernon Adams (1 style)
Almost before we knew it, we had left the ground.	<i>The sky was cloudless and of a deep dark blue.</i>
Covered By Your Grace Kimberly Geewain (1 style)	Nicomne Vernon Adams (1 style)
Then came the night of the first falling star.	<i>A red flair silhouetted the jagged edge of a wing.</i>
Caveat Brush Impallari Type (1 style)	Loved by the King Kimberly Geewain (1 style)
Mist enveloped the ship three hours out from port.	The recorded voice scratched in the speaker.

San serif

manuscritas

Aspectos semántico

Connotaciones:

Proyecto para fomentar el valor a la mano de obra calificada, para erradicar la pobreza

Denotaciones:

- Capacitaciones
- Comunicación multisensorial visual y auditivo
- Lenguaje sintético

Brief

Cliente

Por Amor a Guatemala

Cliente inmediato

Departamento de dirección

Director: Carlos Córdova / Fundador

¿Que hace?

Brinda Capacitaciones y certifica oficios que se realizan con mano de obra.

¿Para qué lo hace?

Para promover oficios y mejorar la economía en los pueblos para lograr la erradicación de la pobreza.

¿Qué relación tiene con el diseño gráfico?

Diseños BTL:

Brandbook: para identificar a la institución

Grupo objetivo principal

Pobladores de la aldea el carrizal, San Raymundo, con un nivel básico o nulo de educación, entre las aldeas aledañas, con edades de 15 a 30 años.

Grupo objetivo secundario

Gente o empresas del sector privado que quieran contribuir con patrocinio para el proyecto.

Estrategia

de comunicación

Es la realización de un manual de normas gráficas para las aplicaciones de la imagen, en conjunto con de un vídeo institucional que informe los beneficios y qué hace la institución, terminando con un plan de medios de social media.

Presentación

Brandbook: Se presentará en una versión digital **logo guide** y una versión impresa.

Video: Se presentará en versión digital, dentro de una USB.

Social media: Se presentará en versión digital, dentro de una USB.

Presupuesto

La institución no cuenta con un capilar definido para el renglón de la comunicación visual.

CAPÍTULO 6

En el siguiente capítulo se definirán el proceso de producción gráfica, la previsualización de las piezas a trabajar y los niveles de producción gráfica del 1 al 3 con sus respectivas validaciones.

Previsualización

A. Concepto creativo

EDUCACIÓN EN MIS MANOS:

Los pobladores de San Raymundo pasarán de tener un conocimiento básico para ser certificados y promover ser profesionales en la aldea el Carrizal.

Todos poseemos distintas culturas en nuestros entornos y formas de vivir, pero es ese el punto el que debemos resaltar, en las áreas rurales existe diversidad de culturas las cuales nos empujan a la educación, una persona que estudia y se prepara es un agente de cambio, por lo que nuestro concepto radica en dar a cada persona educación al alcance de sus manos para que puedan generar un cambio en la economía del país y así abolir la pobreza de Guatemala.

B. Tendencia y estilo

DISEÑO MINIMALISTA

La línea de diseño minimalista en conjunto con el diseño *flat* son aplicados a las piezas de diseño se desempeñará, ya que son tendencia artísticas que reducen al mínimo sus medios de expresión y mantienen una limpieza en las piezas.

En las piezas se trabajarán textiles y formas abstractas en su mínima expresión, representando la culturalidad que se tiene en Guatemala, fortaleciendo este concepto con colores folclóricos y piezas llamativas para el grupo objetivo.

C. Problema social

LA POBREZA EN GUATEMALA

La pobreza es uno de los generadores de más problemas sociales en nuestro país y en la mayoría de casos se produce por la mala economía o la nula en su caso.

Las áreas más afectadas son las rurales debido a la falta de empleos o de ingresos formales que tienen los pobladores, generando oficios que den un sustento básico a sus familias.

D. Secciones principales de las piezas

IMAGEN DE LA INSTITUCIÓN

Logotipo:

Identificador de la institución.

Isotipo

Texto

Colores

Manual de normas gráficas

TTL

Video institucional

Inicio

Contenido

Cierre

Social media:

Publicaciones en redes sociales.

Post de fases

Post de programas

Foto de perfil

NIVEL DE PRODUCCIÓN GRÁFICA 1

Piezas gráficas

El objetivo del logotipo es identificar a la institución y lograr el reconocimiento ante su grupo objetivo, generando una identidad institucional que refleje la unidad y el compromiso de los guatemaltecos hacia su país, complementado con un vídeo institucional que explique el problema y muestre la solución. Difundido por redes sociales utilizando el plan de medios sociales para que la información llegue al grupo objetivo.

LOGOTIPOS

PROPUESTA 1:

La unión de un corazón y una mano, que simboliza la unión de culturas con el amor por Guatemala.



PROPUESTA 2:

Bajo la misma unión de dos iconos se realiza una línea gráfica que pueda referir a los textiles mayas como símbolo de la diversidad y de culturas y folclore en Guatemala.



PROPUESTA 3:

Es la unificación y síntesis de los íconos de un corazón y el ave nacional de Guatemala se forma un ícono que fomente el emprendimiento y el amor a Guatemala.



Descripción y fundamentación de la decisión final de diseño gráfico

Entre las propuestas anteriormente presentadas, al momento de pasarlas a digital queda como final la propuesta número 3.

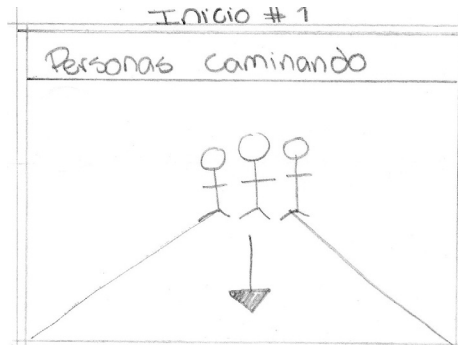
Esta propuesta unifica la esencia que quiere demostrar la institución. Es una propuesta dinámica y legible, identifica al grupo objetivo y es fácil de recordar.

la unión entre los íconos se integra por medio de las curvas del corazón formando el pecho del quetzal y formando así un quetzal que alza su vuelo por amor a Guatemala.

VÍDEO INSTITUCIONAL

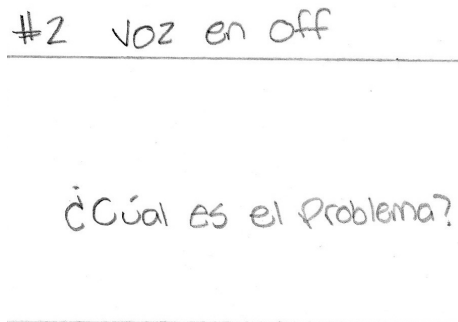
PROPUESTA 1:

Inicio: en esta introducción se propone comenzar con tomas de las personas que llegarán a la institución, partiendo desde la realidad que viven las personas actualmente y desean desarrollar un crecimiento económico par sus familias.



PROPUESTA 2:

Trama: que el vídeo contenga la animación de un pregunta, para contextualizar a las personas sobre un problema social y generar un Pensamiento de cambio en ellas.



PROPUESTA 3:

Final: el cierre del vídeo sea la animación del logotipo de la institución, para cerrar la información contada.



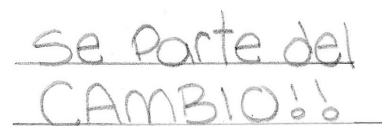
Descripción y fundamentación de la decisión final de diseño gráfico

Entre las propuestas anteriormente presentadas, según las asesorías realizadas se toma la sedición que la propuesta número 1 es la más funcional en comparación a las otras, ya que se utilizará voz en **off** utilizando la técnica del **stotyelling**, contando una historia que terminará por descubrir a la institución finalizando con la animación del logotipo.

SOCIAL MEDIA / POST

PROPUESTA 1:

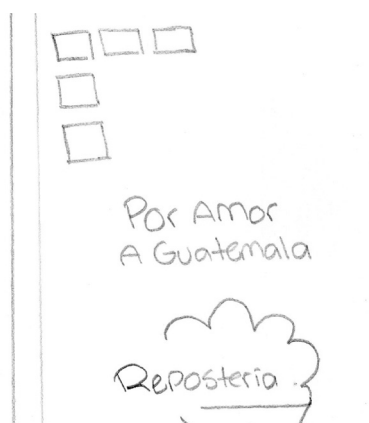
Post de frases: generando una serie de frases que se utilicen como un llamado a la acción de parte de los guatemaltecos dejando como enseñanza un compromiso.



Se Parte del
CAMBIO!!

PROPUESTA 2:

Post de cursos: por medio de la identificación de íconos que representen cada uno de los 5 cursos.

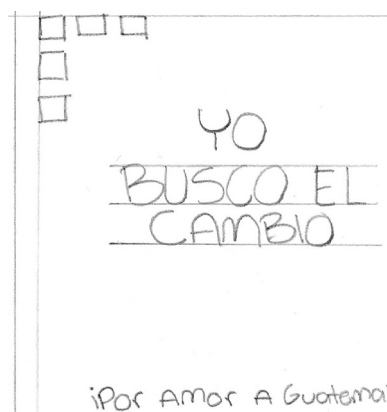


Por Amor
A Guatemala

Reposteria

PROPUESTA 3:

Post de expectativa: Únicamente generar frases sin elementos o detalles de la institución, para despertar curiosidad en los espectadores.



YO
BUSCO EL
CAMBIO

¡Por Amor A Guatemala!

Descripción y fundamentación de la decisión final de diseño gráfico

Entre las propuestas anteriormente presentadas, según las asesorías realizadas se toma la decisión que las propuestas pueden ser utilizadas y variadas en lo largo de la distribución de la estrategia del plan de medios para redes sociales.

NIVEL DE PRODUCCIÓN GRÁFICA 2

PIEZAS GRÁFICAS

LOGOTIPO / VERSIÓN DIGITAL



La funcionalidad del logotipo se muestra por medio del reconocimiento del ícono guatemalteco que es el quetzal y que forma un corazón representando el amor que le debemos a nuestro país.

Utilizando el celeste de la bandera de Guatemala para que sea parte de la identidad de la cultura guatemalteca.

VIDEO INSTITUCIONAL / VERSIÓN DIGITAL



INICIO

El vídeo comienza en una caminata de las personas que pueden llegar a la institución para recibir los cursos, con gestos de desmotivación.



TRAMA

Durante el vídeo se cuenta una historia que pretende demostrar como personas sin esperanza a la superación reciben los cursos y son apoyados.



FINAL

Para terminar la historia que se cuenta por medio de datos he imágenes se finaliza con la animación del logotipo de la institución.

Se muestran imágenes reales de la gente y sus estados de ánimo, generando un impacto importante en el inicio de la historia.

Es pertinente en el momento de contar una historia mostrar a los personajes para comenzar a contextualizar a los espectadores, generando interés a lo largo de como se va descubriendo la historia.

SOCIAL MEDIA POST / VERSIÓN DIGITAL



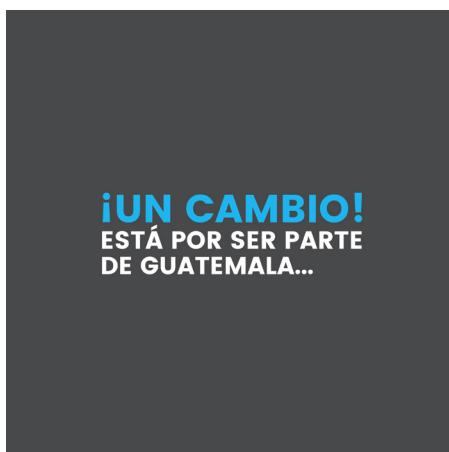
CALL TO ACTION

Post que promueven un llamado a la acción, frases que como guatemaltecos nos reflejan e invitan a reflexionar y trabajar por amor a Guatemala.



PROGRAMA

Post que identifican cada uno de los programas, estos son 5, cada uno cuenta con ícono y color para su distinción.



EXPECTATIVA

Estos post serán frases y contenido únicamente de texto para generar intriga en los espectadores para que esperen algo nuevo.

Estos pueden ser variados, en este caso se toman en cuenta tres tipos de publicaciones las cuales son el principal de **call to action**, complemento con los programas y las palabras de expectativa.

Descripción de validación con profesionales

Técnica: Encuesta digital y grupo focal

Muestra

Cantidad: 10 personas

Rango de edades: de 27 a 40 años

Profesiones: Licenciados en Diseño Gráfico

Aspectos evaluados:

- 1) Validación de la pieza gráfica
- 2) Validación de la funcionalidad
- 3) Validación de la unidad con la línea gráfica

Proceso de validación:

Para la validación con profesionales se realizó de dos formas

Presencial:

Mostrando las piezas gráficas ante los asesores y realizando las preguntas directamente. Se muestra un resumen de la elaboración del manual de normas gráficas para que tengan noción de las aplicaciones de la imagen del logotipo y la unidad con la línea gráfica.

Digital:

Por medio de una encuesta en google se envía el **link** del formulario a distintas personas que son profesionales en el diseño gráfico, pidiendo que respondan con sinceridad y total criterio cada una de las preguntas planteadas.

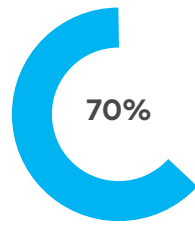
En ambas partes se realizan preguntas situadas en tres tipos:

Cada una de las preguntas planteadas nos ayudan a ver la unidad y funcionalidad de la identidad que se pretende dar a la institución Por Amor a Guatemala.

Resultados de validación

Grupo focal

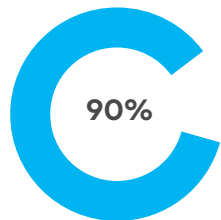
Se muestra el proyecto en el manual de normas gráficas, para evaluar el diseños, diagramación y línea gráfica.



El logotipo no cuenta con una alineación perfecta o justificado a la izquierda y el *kerning* de las letras es muy amplio.



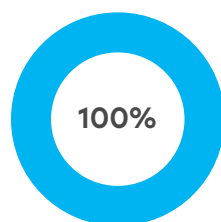
La aplicación a las piezas puede mejorar y tener una mejor unidad.



El segundo patrón no comunica lo que se quiere expresar, no parece un textil.



La aplicación a la papelería es muy convencional, puede mejorar y atribuir el uso del textil.



La diagramación del manual de normas gráficas debe mejorar, tiene muchos ríos y espacios dobles.

Evaluación de la pieza gráfica

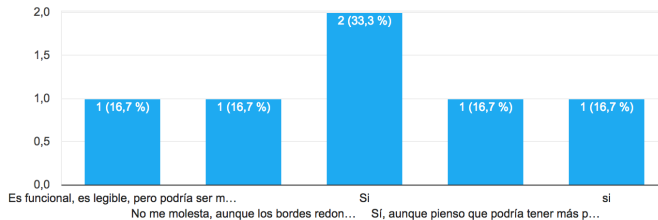
En la validación se encontraron los siguientes resultados, para poder tomar en cuenta en las piezas gráficas y realizar los cambios pertinentes.

¿Considera que la composición del logotipo es dinámico y creativo para la identificación de la institución?

Sí (2)
Sí (2)
Sí porque representa una identificador de Guate en su totalidad, el quetzal es un ícono chapín y la pieza refleja el amor al país.
si

En las respuestas en su totalidad fueron que sí representan la identidad de Guatemala.

¿La selección tipográfica es funcional y legible?



Las respuestas coinciden en que la tipografía seleccionada es funcional y legible.

¿Considera que el mensaje del logotipo es entendible, claro y adecuado?

Sí, me encanta! :D
Si
sí
si.
Identifico un corazón y un quetzal en em ícono.
Si... Pero la amor a... Se lee amora...de corrido. El "por amor"... Están como en desequilibrio... La P a simple vista no se ve alineada a la izquierda.

En su mayoría las respuestas fueron si, con el comentario de que las letras están muy separadas y no cuentan con una alineación correcta.

¿Considera que la selección cromática es la adecuada para el tema planteado?

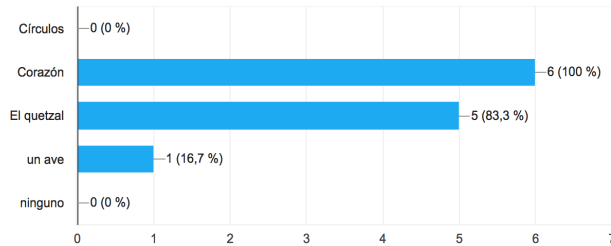
6 respuestas

Si (2)
Sí, en su totalidad. Los colores congenian muy bien e identifican al país.
Sí.
si
Sí

Las respuestas demuestran que los colores son aceptados y no generan ninguna negativa.

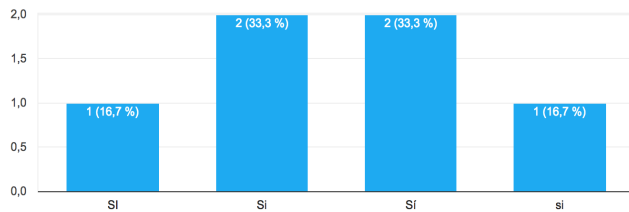
Evaluación de la funcionalidad

¿Qué formas logra identificar en el isotipo?



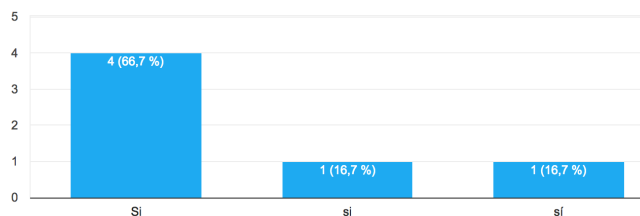
Entre las respuestas sugeridas las personas logran reconocer un corazón y un quetzal como elementos con más votaciones, por lo que el isotipo si es reconocible.

¿Cree que el logotipo identifica un proyecto que fomenta el amor por Guatemala?



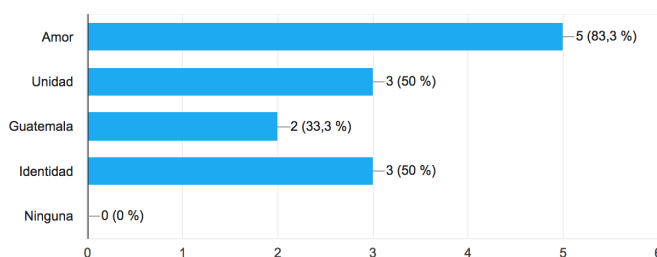
Las respuestas en su totalidad fueron que el logotipo si fomenta el amor por Guatemala e identifica a la institución.

¿El logotipo refleja una identidad guatemalteca?



En su totalidad las respuestas fueron que el logotipo si refleja una identidad guatemalteca.

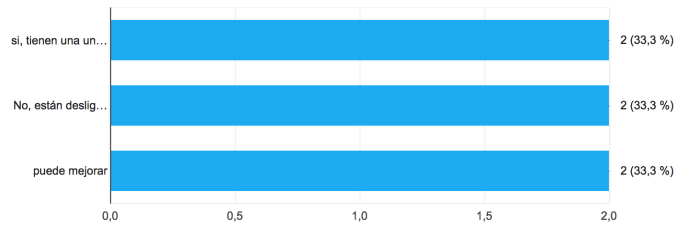
¿Qué palabras identifican la composición gráfica del logotipo?



En los resultados la palabra más destacada es el amor, seguida de un 50% entre unidad e identidad.

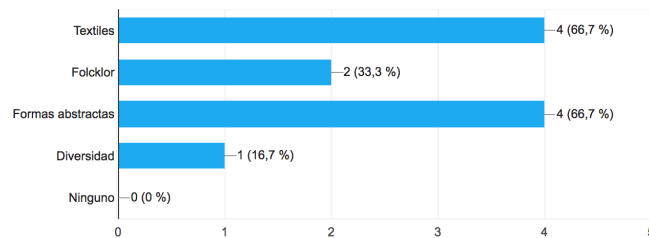
Línea gráfica

¿Considera que las piezas tienen unidad entre sí?



Predomina la inclinación en que las piezas gráficas no cuentan con unidad y que pueden mejorar.

¿Qué considera que representan los elementos utilizados en las piezas gráficas?



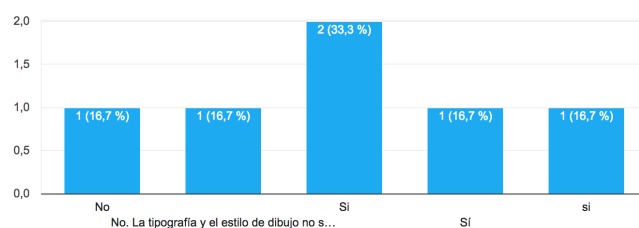
Según las estadísticas los elementos utilizados representan textiles y formas abstractas.

¿Cree que la paleta de colores es la adecuada para representar la diversidad de la cultura guatemalteca dentro de los textiles típicos y el folclor?

Creo que algunos colores pueden variar en tonalidad.	
No	
Sí es adecuada, pero es necesario definir bien la medida en que los colores principales alternarán con los complementarios.	
si	
Sí	
Si	

En su mayoría la opinión es que los colores si representan la diversidad y la cultura guatemalteca.

¿Considera que los identificadores de los cursos son integrados a la unidad gráfica de Por Amor a Guatemala?



En su mayoría la opinión es que si corresponden a la unidad gráfica del logotipo principal.

Descripción y fundamentación de la decisión final de Diseño gráfico

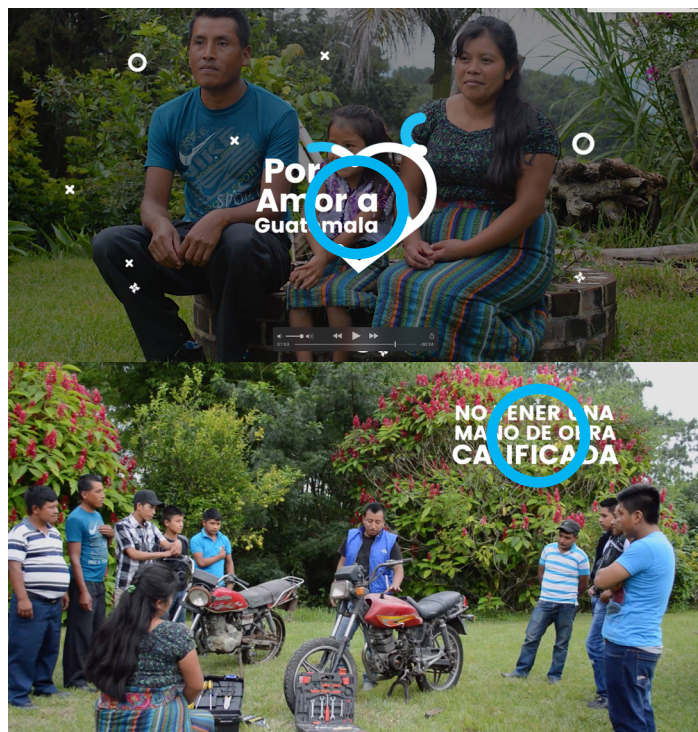
LOGOTIPO

Dentro del logotipo las respuestas fueron, que el *Kerning* era muy amplio.



VIDEO INSTITUCIONAL

Al vídeo le hacen falta los créditos y que tenga las palabras más importantes resaltadas.



SOCIAL MEDIA POST

La unidad de la línea gráfica se ve interrumpida al utilizar 2 tipos de patrones, en donde el segundo patrón no es identificado como un textil y perjudica la unidad de las piezas gráficas.



CALL TO ACTION

Para que las frases sean apegadas a los post de programas se pueden unificar en los colores .



PROGRAMA

El segundo patrón genera mucho ruido y satura la imagen, no es percibido como un textil maya.



EXPECTATIVA

No tiene cambios o comentarios, se quedará de la forma que está representada.

NIVEL DE PRODUCCIÓN GRÁFICA 3

Correcciones según validación con profesionales

PIEZAS GRÁFICAS

LOGOTIPO

Se realizaron los cambios del logotipo que corresponden al kerning y espacios del nombre, se realizó una evaluación con la palabra "Por" que no cuenta con la misma alineación que las otras dos palabras, dejándola sobre la letra A generando una ligera inclinación del nombre hacia el isotipo.



VÍDEO INSTITUCIONAL

Se agregaron comillas animadas a las palabras más importantes dentro de la narración del vídeo y se agregan los créditos de la institución colocando que es un proyecto de responsabilidad social empresarial promovido por una institución.



**PROYECTO DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL**

SOCIAL MEDIA / POST

En los dos tipos de *post coll to action* se generan post de distintos colores que corresponden a los colores de los programas, en el post del programa se elimina el patrón de la esquina simplificando la imagen y dándole una mejor lectura y diagramación.



Descripción de validación con el grupo objetivo y cliente

Técnica: Encuesta digital y grupo focal

Muestra

Cantidad: 10 personas

Rango de edades: de 17 a 35 años

Aspectos evaluados:

- 1) Validación de la pieza gráfica
- 2) Validación de la funcionalidad
- 3) Validación de la unidad con la línea gráfica

Proceso de validación:

Para la validación con el grupo objetivo se realizó de forma digital.

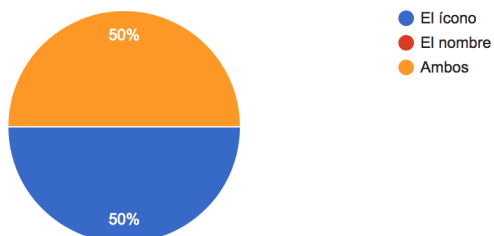
Por medio de una encuesta en google se envía el link del formulario a distintas personas que son incluidos como el grupo objetivo, pidiendo que respondan con sinceridad y total criterio cada una de las preguntas planteadas.

Cada una de las preguntas planteadas nos ayudan a ver la unidad y funcionalidad de la identidad que se pretende dar a la institución Por Amor a Guatemala.

Para la validación del vídeo, se realizó con la institución, presentando el vídeo en una computadora para que pudieran visualizarlo, y anotando los comentarios en un grupo focal.

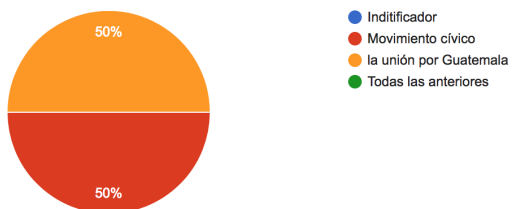
Resultados de validación

¿Qué es lo que más recuerda del logotipo?



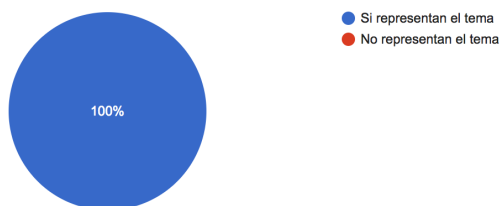
Las estadísticas demuestran que un 50% solo identifica el ícono del logotipo y el otro 50% recuerda ambas cosas.

¿Qué comprende del logotipo?



El 50% de las respuestas son inclinadas por un movimiento cívico y el otro 50% la unión por Guatemala, lo que indica que si es comprendido el mensaje.

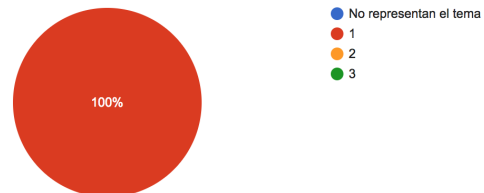
¿Considera que la selección de colores es la adecuada para el tema planteado en un inicio?



Según las respuestas en su totalidad el tema planteado se identifica con los colores que contiene el logotipo.

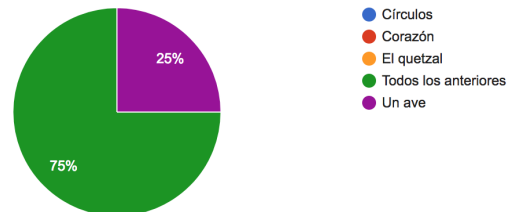
Si su respuesta anterior fue "No representa el tema" seleccione cuál de los siguiente sugiere.

1 respuesta



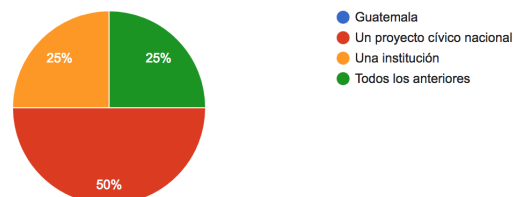
Con una sola respuesta de las sugerencias fue el número 1, por lo que se considera continuar con los colores establecidos.

1) ¿Qué formas logra identificar en el ícono?



Los elementos que conforman el ícono son reconocidos en su totalidad siento estos, el círculo, el quetzal y un corazón.

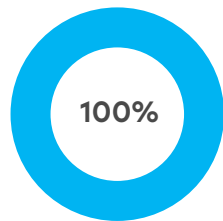
¿Qué considera que identifica el logotipo?



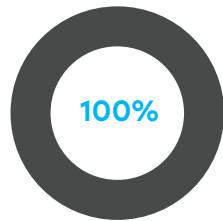
En su mayoría los encuestados consideran que el logotipo identifica un proyecto cívico nacionalista.

Grupo focal / Línea gráfica

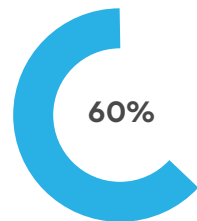
Se muestra el proyecto por medio de una computadora, mostrando portada, página interior y portadillas.



Se lee bien el contenido y tiene los colores y formas del logotipo.



Es un reglamento de la marca y tiene las imágenes de como es la marca.



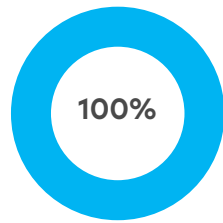
En las imágenes de colores, el cuadrito de hasta abajo no se ve bien.



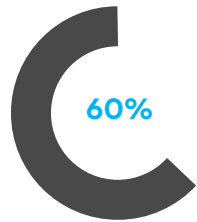
La información de los afiches no se lee bien en las fotos.

Grupo focal / vídeo institucional

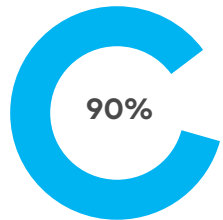
Se muestra el proyecto por medio de una computadora, el vídeo tiene una duración de 2 minutos con 15 segundos.



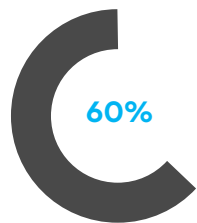
El vídeo es entendible y muy acertado a lo que se quiere demostrar de la institución.



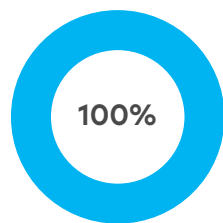
Debería de mencionar que es un proyecto social empresarial.



La locución es entendible y adecuada.



Las palabras más importantes deberían ser resaltadas con color o de alguna forma.



Tiene un buen tiempo de duración y no aburre al verlo.

Decisiones a partir de la validación

SOCIAL MEDIA / POST

El recuadro donde se encuentra el ícono no es bien percibido por el grupo objetivo, llama la intención pero se ve como error.



VÍDEO INSTITUCIONAL

Para la conceptualización del vídeo se requiere de que al inicio del vídeo sea presentado por la institución que respalda los programas de responsabilidad social, en este caso el logotipo del Centro de Formación de líderes.



Correcciones según validación con el grupo objetivo y la institución

SOCIAL MEDIA / POST

Se arregla el recuadro del isotipo, delimitando el área para el mismo, colocando una franja del mismo color con un 20% más de negro para generar un área específica para el isotipo y no genere ruidos o intervención gráfica.



VÍDEO INSTITUCIONAL

Se agregan los créditos al final del vídeo y se agrega un inicio de presentación de parte de CEFORLI con el logotipo animado.

DEL CENTRO DE FORMACIÓN DE LÍDERES S.A.
CEFORLI

Export Frame (Shift+E)





En este capítulo se encuentra la visualización del proyecto de EPS en su proceso final, se muestra el *brandbook* y un resumen de las piezas gráficas que se desarrollaron para la institución.

VISUALIZACIÓN DEL PROYECTO
brandbook / afiches / vídeo / post de facebook

BRANBOOK

MANUAL DE MARCA / PROYECTO A

El logotipo cuenta con un desarrollo del ave nacional de Guatemala rodeando la frase Por Amor a Guatemala en una postura que forma un corazón.

Con la realización del logotipo, se toma como base para generar la línea gráfica que se aplicará en el manual de normas gráficas y piezas de diseño desarrolladas para la institución.



CONTACTO

 Carlos Cordón
Gerente General
 22772181 / 5420 789
 ccordona@galloaedu

MISIÓN

Del proyecto de Responsabilidad Social Empresarial, generado por Privilegio al desarrollo del país a través de la oferta de nuestra capacidad profesionalizando su capital humano, promoviendo POR AMOR A GUATEMALA.

VISIÓN

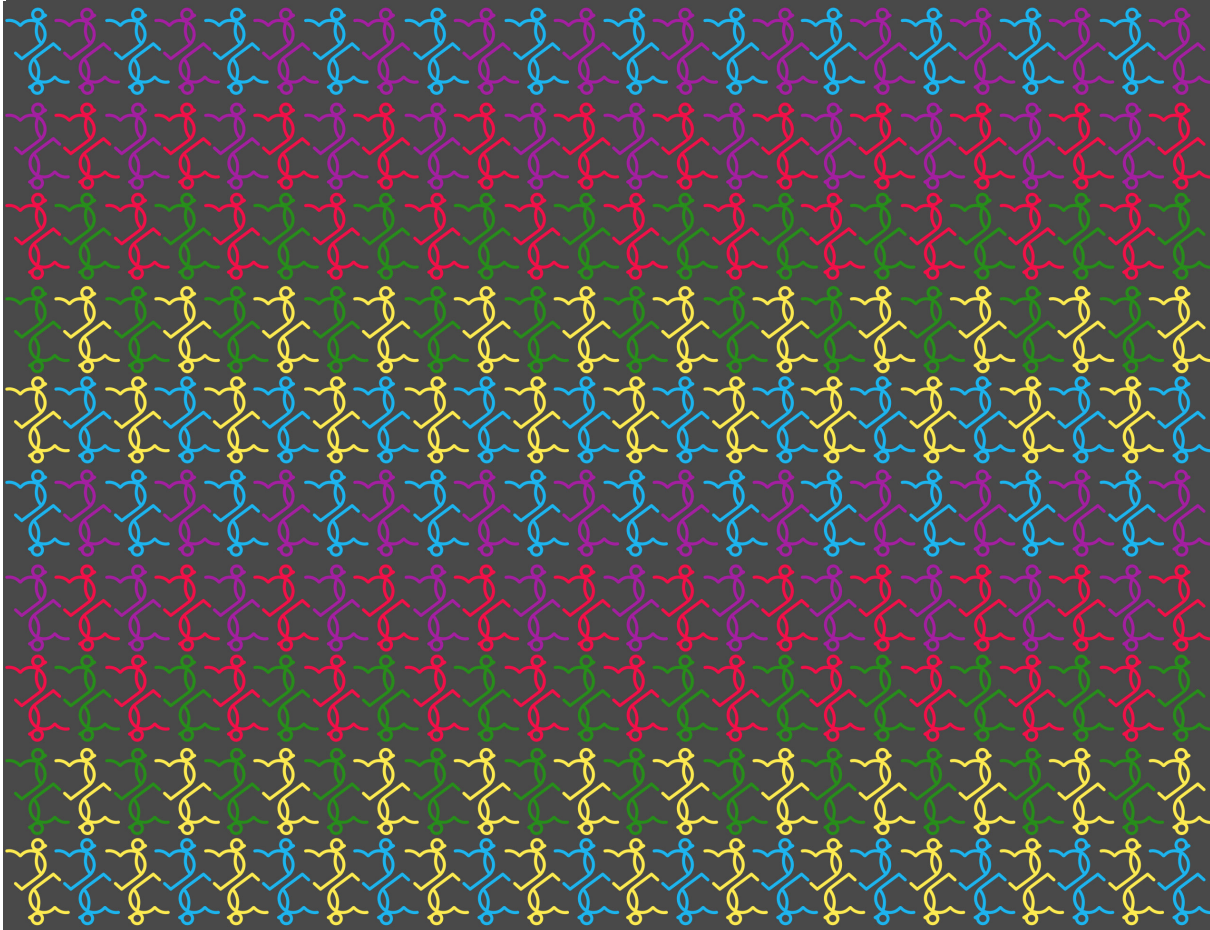
Hacer de nuestro país para el año 2020 un país desarrollado basado en la mano de obra calificada y contribuir a crear el proceso económico.





ÍNDICE

Introducción	7
Contacto	8
Misión y Visión	9
Valores	10
Giro de la marca	11
Objetivo	12
Identidad visual	
• Conceptualización	14
• Logotipo	15
• Filosofía	16
• Réticula	17
• Colores	18
• Tipografía	19
• Elementos gráficos	21
• Variaciones	23
• Iconografía	24
• Variaciones	25
• Dimensiones	26
Lo que no se debe hacer	27
Zona segura	28
Aplicación de la imagen	29
Glosario	38
Créditos	40



INTRODUCCIÓN

Este manual es una muestra del compromiso que como marca queremos dar a demostrar, conforme avance en este manual se encontrará con detalles internos, los cuales depositaremos en su confianza.

Recorrerá nuestra identidad, valores y misiones con las que se obtuvo la base para fundar nuestra marca.

Manual de marca Por Amor a Guatemala

CONTACTO



Carlos Cordova
Gerente General



22217383 / 5428 7499



ccordova@galileo.edu

MISIÓN

Ser un proyecto cívico nacionalista que busca la creación de un pensamiento común, de una meta colectiva que privilegie el amor por nuestro país, como punto común que nos una a todos los guatemaltecos.

Para que este punto sea, es necesario un cambio de actitud.

VISIÓN

Este proyecto no se base en una doctrina religiosa, una revelación divina, ni leyes, ni folklore tribales, sino en la observación de la naturaleza y la vida humana, de la interacción de las leyes universales y la conducta individual, del libre albedrío y el destino.

Manual de marca Por Amor a Guatemala

VALORES

AMOR

Esto es la mayor demostración de AMOR que se puede sentir por un ser humano.

Si ese AMOR lo trasladamos hacia nuestros semejantes, hacia las actividades que realizamos.

¿Cómo haríamos nuestro trabajo si lo amáramos como a nuestros propios hijos?

CAMBIO

Ser un estudio de diseño digital comprometido en la búsqueda de soluciones para poder brindar la ayuda necesario en el ámbito creativo que requieran nuestros clientes y así comenzar a dar forma a las ideas innovadores.

GIRO DE LA MARCA

La fusión del amor a
Guatemala y la cultura.

Manual de marca Por Amor a Guatemala

OBJETIVO

Ser una motivación, capaz de despertar la conciencia de la solidaridad, como un beneficio común. Hacer comprender principalmente a quienes tienen el poder de impulsar los cambios, que o nos unimos, o no llegaremos a puerto seguro.

IDENTIDAD VISUAL

CONCEPTUALIZACIÓN

EDUCACIÓN EN MIS MANOS

Al formar el concepto para la empresa nos basamos en cada una de las ideas que como emprendedores pueden llegar a tener.

Es necesario un punto de convergencia, que una a todos los sectores organizados, representativos y procurar la organización de los que no lo esten para que la misión de rescatar a nuestro país, sea el lider.

Debemos fortalecer los principios y valores universalmente aceptados, sin tomar en cuenta aspectos ideológicos o religiosos.

El logotipo esta compuesto por la frase "Por Amor a Guatemala" y acompañado por un isotipo lineal que representa un quetzal que es el ave nacional, formando un corazón rodeando la frase.

LOGOTIPO



Manual de marca Por Amor a Guatemala

“Es una ilusión basada en el idealismo de ayudar a fortalecer nuestro país, partiendo de la motivación humana para alcanzar nuestros más grandes deseos”

RETÍCULA



Es un área simple, el isotipo está formado por círculos y unión de íconos (corazón + Quetzal).

Para la retícula del logotipo se tiene como base un área de 9 círculos de ancho x 7 de alto, que equivalen al área blanca de la cabeza del quetzal teniendo una medida de 0,9 de diámetro.

Manual de marca Por Amor a Guatemala

COLORES



#00b4f2
C:70 M:9 Y:0 K:0
R:0 G:180 B:242
PANTONE P 115-6 U



#ffe000
C:2 M:8 Y:92 K:0
R:255 G:224 B:0
PANTONE P 1-7 U



#a514a2
C:53 M:90 Y:0 K:0
R:165 G:20 B:162
PANTONE P 91-7 U



#228e0c
C:82 M:16 Y:100 K:5
R:34 G:142 B:12
PANTONE P 146-15 U



#f40345
C:0 M:97 Y:59 K:0
R:244 G:3 B:69
PANTONE P 55-8 U



#f6ff4e
C:12 M:0 Y:80 K:0
R:246 G:255 B:78
PANTONE P 172-15 U

TIPOGRAFÍA

principal

POPPINS

LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789
 [!'"#\$\$%&/()=?_¡¿'""+*~{}|[]^<>,;:-_

MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789
 [!'"#\$\$%&/()=?_¡¿'""+*~{}|[]^<>,;:-_

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789
 [!'"#\$\$%&/()=?_¡¿'""+*~{}|[]^<>,;:-_

SEMI BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789
 [!'"#\$\$%&/()=?_¡¿'""+*~{}|[]^<>,;:-_

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789
 [!'"#\$\$%&/()=?_¡¿'""+*~{}|[]^<>,;:-_

Manual de marca Por Amor a Guatemala

TIPOGRAFÍA

Secundaria

Pacifico

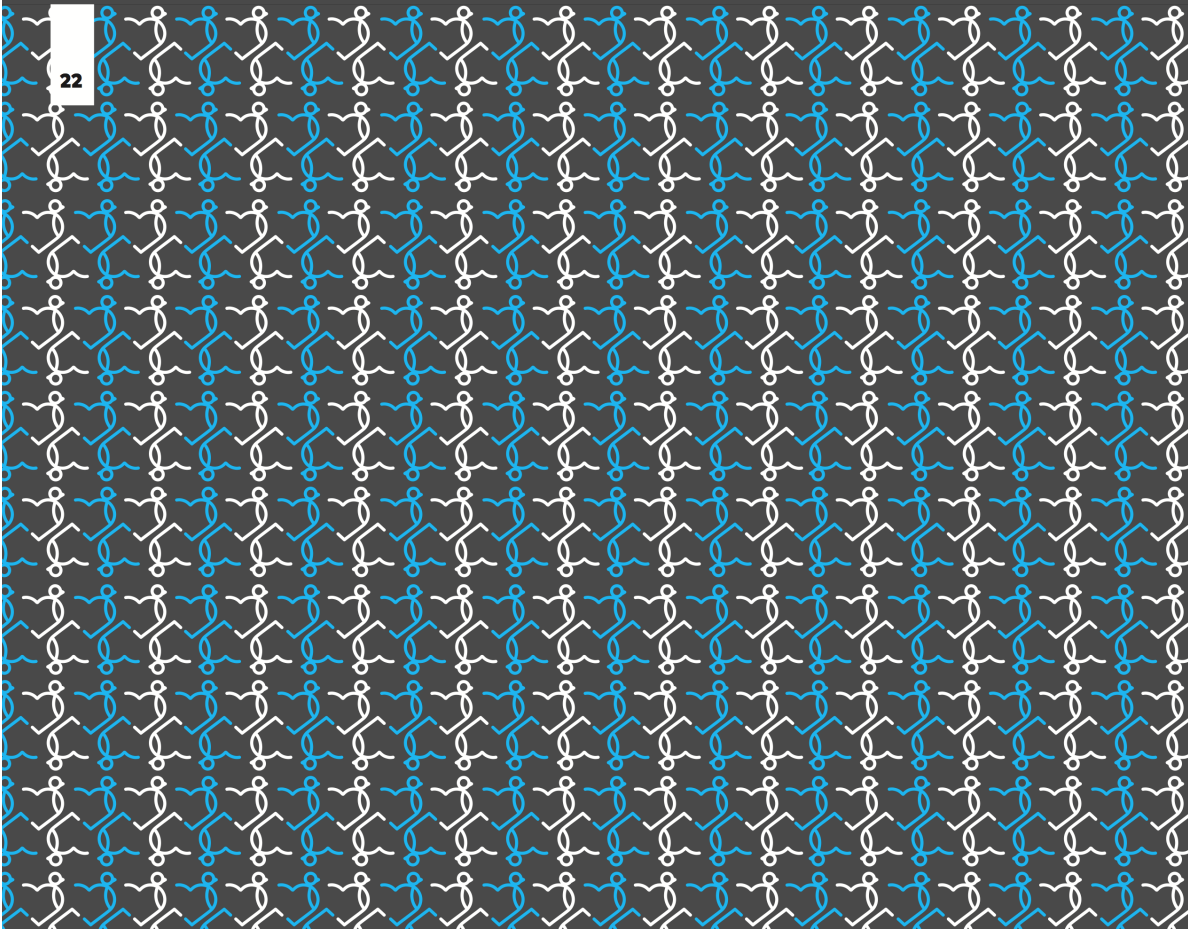
REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstuvwxyz

0123456789

[!'"#\$\$%&/()=?_¡¿'""+*~{}|[]^<>,;:-_

ELEMENTOS GRÁFICOS



ISOTIPO



Forma extraída de las curvas que componen nuestra ave nacional guatemalteca y la relación con el amor de un corazón.

PATRONES



Repetición del isotipo en su variedad de colores, entrelazando espacios.

Abstracciones simétricas que simulan a los textiles mayas.

ICONOGRAFÍA



La iconografía se limita a las abstracciones de elementos, utilizados institucionalmente en esta línea gráfica.

VARIACIONES



Logotipo a una sola tinta



Versión principal del logotipo



Versión principal en fondo gris
*únicamente en este fondo



Logotipo en escalad e grises



Logotipo en invertido

Manual de marca Por Amor a Guatemala

DIMENSIONES



Las dimensiones son tamaños sugeridos para mantener las proporciones del logotipo, estas pueden variar según su utilidad.

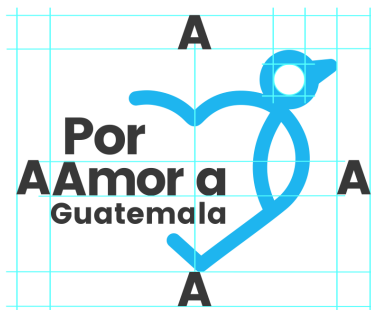
El tamaño mínimo del logotipo debe medir no menos que 18.5mm de ancho. Para las aplicaciones web, el logo no debe tener menos de 50 píxeles de ancho.

LO QUE NO SE DEBE HACER



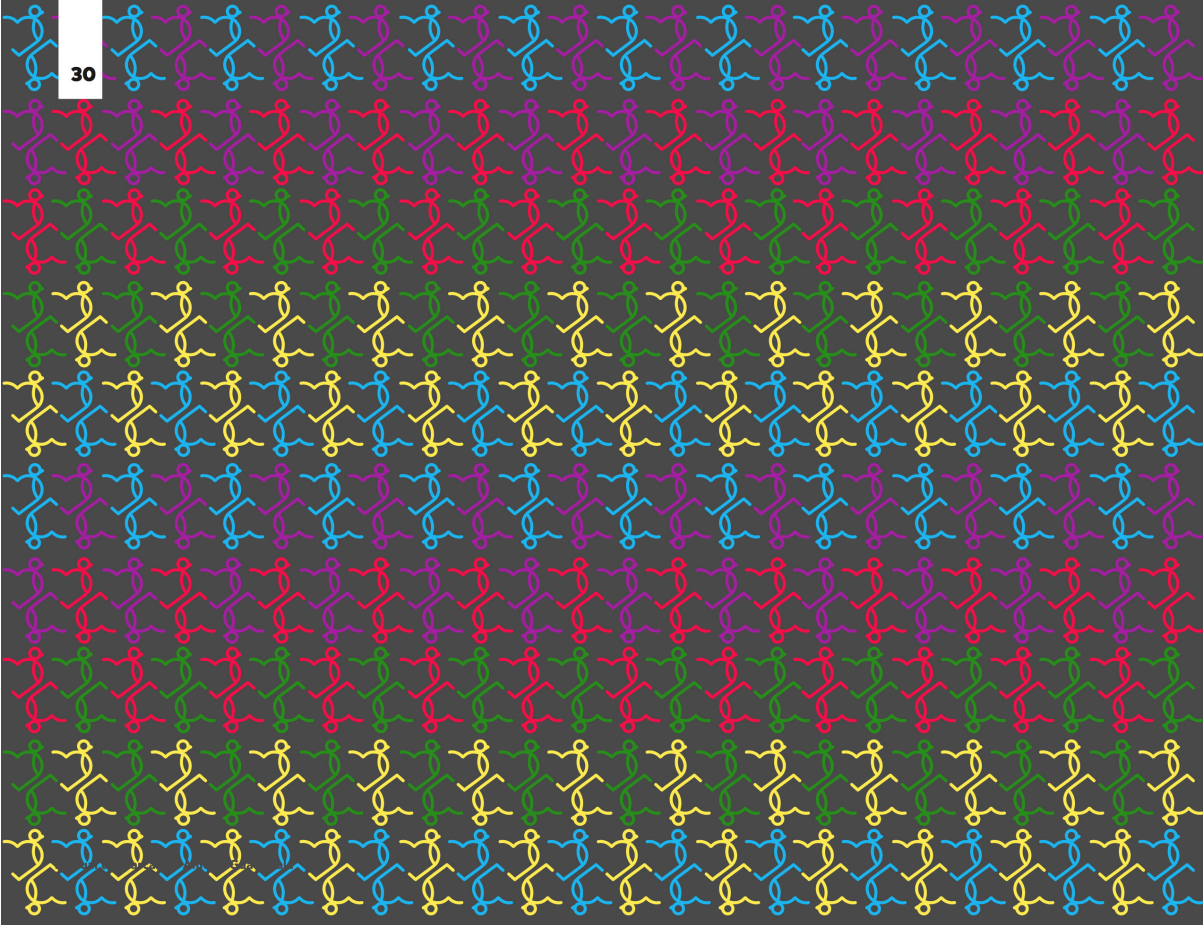
El logotipo no puede ser alterado en forma ni color, no se pueden mezclar colores o utilizar el logotipo separado, únicamente es permitido utilizar separado el isotipo como elemento gráfico.

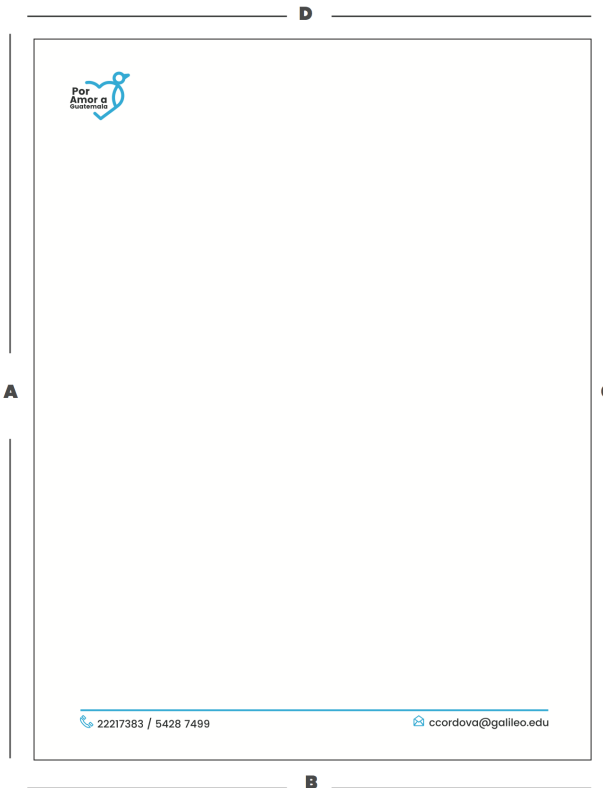
ZONA SEGURA



Se toma como elemento para el espacio libre el la altura de x de la letra A de "Amor" teniendo en una retícula normal un tamaño de 37 pts. de letra en su versión bold.

APLICACIÓN DE LA IMAGEN



**TARJETA**

El logotipo debe ir en la parte frontal de la tarjeta en forma centrada, el tamaño debe ser 2.5 x 3 pulg del área de la tarjeta.



La parte posterior debe ir en fondo gris y textos en blanco, únicamente el nombre y el cargo pueden variar de color.

HOJA MEMBRETADA

Se debe respetar un margen de 0.5 a partir de los márgenes de la página de los 4 lados.





Manual de marca Por Amor a Guatemala



Manual de marca Por Amor a Guatemala





Manual de marca Por Amor a Guatemala

GLOSARIO

Brandbook:

Conjunto de normas gráficas que identifican los seguimientos que debe tener una marca.

Logotipo:

Identifica o distingue nuestro estudio de los demás.

Isotipo:

Parte del logotipo, que nos identifica sin necesidad de colocar el logotipo completo.

Retícula:

Lineas guías que nos permiten ver las proporciones y dimensiones del logotipo.

Afiche:

Impreso, generalmente de gran tamaño, que se emplea para propaganda o con fines informativos y que se fija en paredes y lugares públicos.

Hoja membretada:

Una hoja membretada es aquel que incluye, impresos, el nombre y el logotipo o algún otro diseño de una compañía o institución.

Tarjeta de presentación:

son una representación de los datos más importantes de una empresa, de una persona o negocio.

Línea gráfica:

Posteriormente, se recopila toda esa información y se convierte en recursos y conceptos gráficos que estéticamente se identifican con la imagen de la empresa/cliente que ya tiene o que sería conveniente que tuviera.

Identidad visual:

son todos los signos y elementos por los que se consigue una identificación visual única y universal de una marca. Esto abarca desde el diseño industrial, arquitectónico o ambiental al diseño gráfico.

Patrones:

es un tipo de tema de sucesos u objetos recurrentes, como por ejemplo grecas, a veces referidos como ornamentos de un conjunto de objetos. Más abstractamente, podría definirse "patrón" como aquella serie de variables constantes, identificables dentro de un conjunto mayor de datos.

Proyecto social de Centro de Formación de Líderes
CEFORLI

Institución Por Amor a Guatemala

Representante legal:
Carlos Córdova

Creación, diseño y diagramación:
Grethel Lucero

Asesoría EPS:
Carolina Aguilar

Asesoría Proyecto de Graduación 2:
Anggely Cabrera

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

Año 2017

VÍDEO

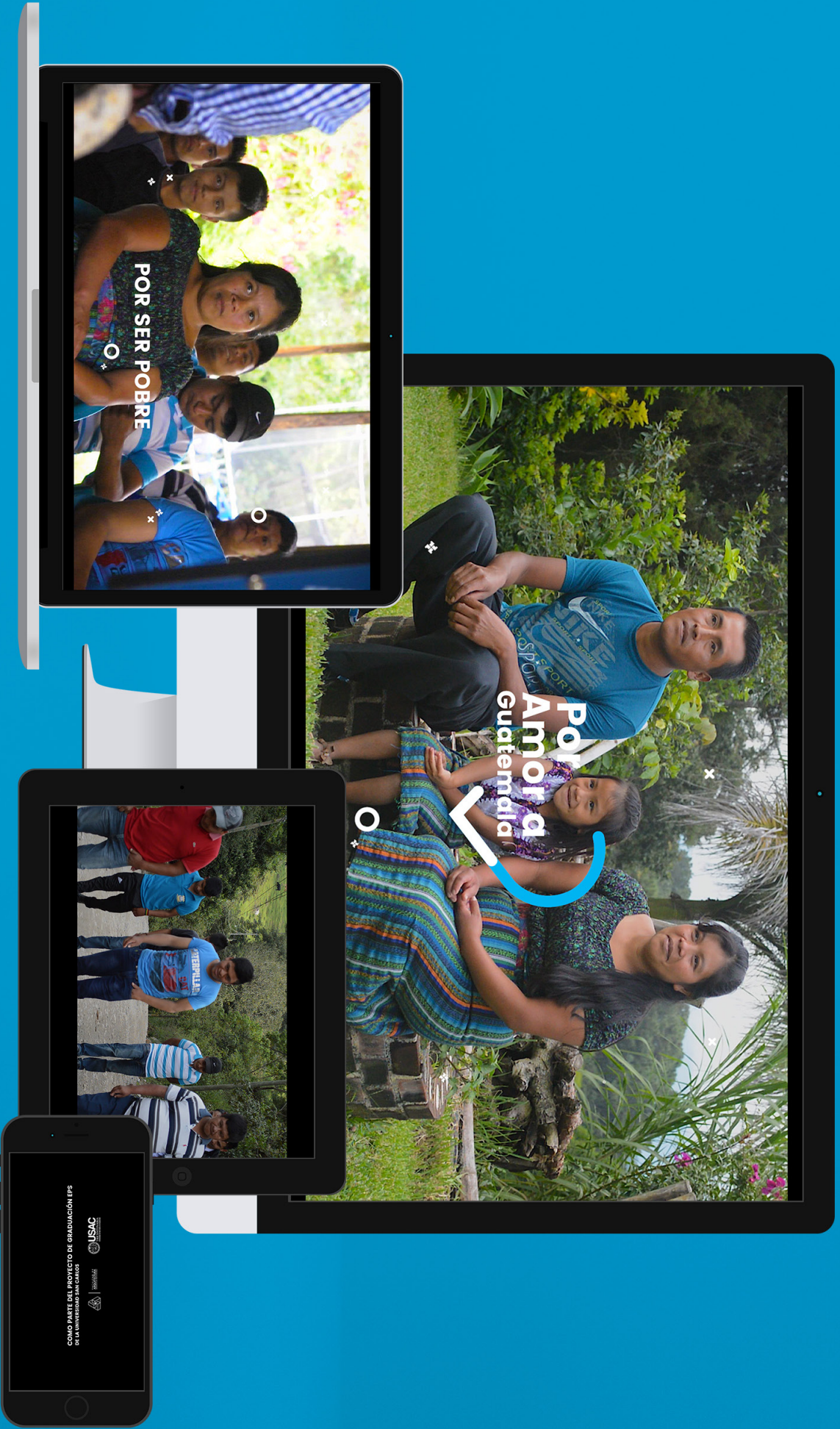
INSTITUCIONAL / PROYECTO B

El vídeo institucional fue generado con el fin de dar a conocer una realidad que acontece en Guatemala, contando las razones de por que se desarrolla el problema y como podemos solucionarlo, apoyado con una historia que se visualiza en aun antes, durante y después del beneficio de optar por los programas.

Las palabras claves del vídeo son resaltadas con comillas, para que estas queden instaladas en la mente de quienes observan el vídeo.

Por
Amor a
Guatemala





Por Amor a Guatemala

POR SER POBRE

COMO PARTE DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN IPS









PROYECTO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

COMO PARTE DEL PROYECTO DE GRADUACIÓN EPS
DE LA UNIVERSIDAD SAN CARLOS



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

SOCIAL MEDIA

PLAN EN FACEBOOK / PROYECTO C

El plan de medios se genera con un plazo de dos meses a partir del primer mes del año 2018.

Los post generados son de 3 tipos:

- 1) Post de expectativa
- 2) Post del programa
- 3) Post de frases

Post de expectativa: cuentan con frases de información que darán a conocer el cambio que se realizará en nuestro país y reconocer el proyecto Por Amor a Guatemala.

Post del programa: Cada curso cuenta con un ícono identificador que será publicado dando a conocer el color e ícono que representa al curso.

Post de frases: Se generan 25 post con frases que generen una acción de cambio y un llamado a la acción en nuestro país.

POR AMOR A GUATEMALA ENERO 2018

FECHA	CATEGORÍA	ARTES	CONTENIDO	HORA
5	RANDOM	Expectativa	Por Amor a Guatemala	16:00
8	RANDOM	Expectativa	¡Pronto seremos un cambio!	20:00
10	BENEFICIO	Fotografía	Manos a la obra	21:00
15	RANDOM	Expectativa	¡Feliz viernes!	16:00
17	RANDOM	Expectativa	¡Juntos!	20:00
19	RANDOM	Expectativa	Llena tus manos de cultura	21:00
22	RANDOM	Expectativa	La cultura esta en tus manos	16:00
24	RANDOM	Expectativa	Por Amor a Guatemala	20:00
26	BENEFICIO	Fotografía	La educación está en tus manos	21:00
29	INSTITUCIONAL	Expectativa	patrón	16:00
30	BENEFICIO	Fotografía	El cambio está en tus manos	20:00
31	INSTITUCIONAL	Expectativa	Por Amor a Guatemala	21:00

POR AMOR A GUATEMALA FEBRERO 2018

FECHA	CATEGORÍA	ARTES	CONTENIDO	HORA
2	ACCIÓN	FRASES	Yo soy solidario	16:00
5	RANDOM	AFICHE	Capacitación mecánica de motos	20:00
7	BENEFICIO	PROGRAMA	Ícono programas	21:00
12	ACCIÓN	FRASES	Yo creo en las oportunidades	16:00
14	RANDOM	AFICHE	Capacitación mecánica de motos	20:00
16	BENEFICIO	PROGRAMA	Ícono programas	21:00
20	ACCIÓN	FRASES	Yo cambio mi forma de pensar	16:00
22	RANDOM	AFICHE	Capacitación mecánica de motos	20:00
26	BENEFICIO	PROGRAMA	Ícono programas	21:00
28	ACCIÓN	FRASES	Yo despierto la conciencia de los ciudadanos	16:00

SOCIAL MEDIA / POST

CALL TO ACTION



PROGRAMAS





CAPÍTULO 7

Dentro del siguiente capítulo se describen las funciones de aprendizaje en el trayecto del proceso de la realización de las fases y módulos de la construcción del proyecto.

Lecciones aprendidas

Proceso de gestión

En el proceso de la gestión del proyecto he aprendido a calcular tiempos y cumplir con los cronogramas realizados para poder realizar cada uno de los pasos que lleva este proceso.

Es importante la búsqueda de información que nos ayude a sustentar la información que nos servirá para la redacción del marco teórico.

Realizar a cabalidad cada uno de los pasos para que el proceso de gestión sea fluido y no genere atrasos a la parte de producción.

Realizar un buen diagnóstico, con información pertinente que nos ayude a fortalecer las fases del proyecto y podamos trabajar de una forma más ordenada y eficiente.

Las etapas de evaluaciones deben realizarse a cabalidad para obtener información concreta de como otros perciben nuestro diseño.

Cumplir con los tiempos estipulados en el cronograma, para que cada etapa del proyecto marche bien y no tengamos atrasos en las entregas ni trabajo acumulado.

Para cumplir con las validaciones es necesario llevar al día las piezas gráficas, para poder validar completamente y recibir un buen **feedback**.

Para los instrumentos de validación es importante generar preguntas que nos ayuden a las tomas de decisiones y que no se encierren en preguntas de sí o no.

Producción del Diseño Gráfico

Este proceso debe ser sustentado por la parte de gestión del proyecto, toda la información es útil para generar los conceptos creativos y saber qué será eficiente.

Realizar procesos creativos para el **insight** y concepto creativo nos ayuda a generar de mejor manera la parte creativa.

Realizar paso a paso los procesos de visualización y llevar de forma paralela las validaciones con los asesores correspondientes.

Cada proceso es importante para los procesos de validación, es importante que las piezas gráficas cuenten con una alta calidad gráfica.

Realizar los bocetos necesarios para llegar a la pieza indicada para el proyecto.

Todos los bocetos son un indicio para llegar a la pieza seleccionada y que sea la mejor.

CAPÍTULO 8

Dentro del siguiente capítulo se describen las construcciones de la realización del proyecto.

Conclusiones

Logro

Instalar en la mente del grupo objetivo el logotipo, logrando el reconocimiento del proyecto Por Amor a Guatemala.

La implementación del proyecto no cuenta con un tiempo de caducidad ya que se puede utilizar como referencias y seguir generando contenidos.

Se estableció una línea gráfica funcional en el aspecto gráfico y llamativo para el grupo objetivo que permite la aceptación y reconocimiento de la marca institucional.

En cada proceso del desarrollo del proyecto se toma en cuenta que la gráfica generada logra impactar e instalar adecuadamente ante el grupo objetivo.

Impacto

Desequilibrio entre el impacto social de los procesos de erradicación de la pobreza y las acciones y esfuerzos de capacitación emprendidos a nivel municipal, de las empresas o de la propia comunidad.

Limitaciones de tiempo y aprendizaje de los pobladores para una adecuada gestión social local.

Escasa prioridad a la acción y participación ciudadana en la gestión social local y poca valoración a la mano de obra.

Los participantes consideran que el ámbito de la pobreza es un factor que afecta de muchas maneras a la sociedad.

Falta de prioridad política e institucional de la gestión social hacia la pobreza; escasa presencia en las propuestas de los gobiernos locales.

Poca relevancia de los temas sociales como la valorización a la mano de obra de los pueblos, en los planes locales de desarrollo integral, fundamentalmente en la asignación de recursos económicos y financieros.

CAPÍTULO 9

Dentro del siguiente capítulo se describen las recomendaciones que se logran identificar durante el proceso del proyecto.

RECOMENDACIONES

Recomendaciones

A la institución:

Recolección de información importante que nos orientan a cómo construir cada uno de los procesos hasta llegar a la parte creativa.

Respetar las líneas gráficas para generar unidad a la identidad de la institución.

A los estudiantes de Diseño Gráfico:

Priorizar por parte de la institución su acción social en los diferentes ámbitos de gestión: político, social, económico y tecnológico.

Institucionalizar la gestión social local en un marco de desarrollo sostenible para que genere impacto y promueva el proyecto y sea eficaz para el grupo objetivo.

Establecer plazos y tiempos participativos para la realización de los procesos concretos, para definir una Agenda.

A la escuela de Diseño Gráfico:

Promover y fortalecer la forma de planificación participativa entre el epesista y los asesores.

Promover una definición e identificación clara en su papel, funciones y competencias en cada nivel de gestión.

Promover a nivel nacional y regional la revisión de la organización y funciones del programa, para la institucionalización de mecanismos estructurales que impulsen una efectiva gestión social y del desarrollo local integral y sostenible.

Dentro del siguiente capítulo se describen las referencias recopiladas que fueron utilizadas para la realización del proceso del proyecto.

Referencias

WEB

Andrea, P. H. (- de - de -). prensalibre. Obtenido de Índice de pobreza en Guatemala: <http://www.prensalibre.com/guatemala/justicia/guatemala-retrocede-en-combate-a-la-pobreza>

Bermejo, A. M. (22 de Enero de 2016). <http://icefi.org>. Obtenido de El problema de Guatemala es la pobreza: <http://icefi.org/blog/el-problema-de-guatemala-es-la-pobreza>

Córdova, C. (- de Junio de 2016). CEFORLI. Obtenido de Centro de Formación de Líderes: <http://www.formaciondelideres.com.gt/>

Córdova, C. (- de Abril de 2017). CEFORLY. (G. Lucero, Entrevistador)

Cruz, R. D. (2015). Encuesta Nacional de Condiciones de Vida. Guatemala: Instituto Nacional de Estadística.

Informe de Desarrollo Humano (INDH). (Diciembre de 2016). Informe Nacional de Desarrollo Humano. Obtenido de <http://desarrollohumano.org.gt/>

Instituto centroamericano de estudios fiscales. (sin día de sin mes de sin año). INCEFI. Obtenido de <http://icefi.org/search/node/indice%20de%20pobreza%20en%20guatemala>

Mundo, A. C. (17 de Octubre de 2016). MOVIMIENTO ATD CUARTO MUNDO ESPAÑA. Obtenido de <https://atdcuartomundo.es/2017/02/13/pobreza-nunca-mas/>

SEGEPLAN. (- de - de -). INDICE DE POBREZA GENERAL Y EXTREMA POR MUNICIPIO. Obtenido de http://www.segeplan.gob.gt/downloads/IndicePobrezaGeneral_extremaXMunicipio.pdf

Vega, J. M. (10 de Diciembre de 2015). Soy 502. Obtenido de La pobreza y la pobreza extrema aumentaron en Guatemala: <http://www.soy502.com/articulo/pobreza-pobreza-extrema-aumentaron-guatemala>

ENTREVISTA

Córdova, C. (- de Abril de 2017). Erradicación de la pobreza por medio de la mano de obra calificada. (G. Lucero, Entrevistador)

Córdova, C. (- de Abril de 2017). Por Amor a Guatemala. (G. Lucero, Entrevistador)

En el glosario se describen las palabras técnicas o coloquiales que se utilizan a lo largo del proceso del proyecto.

Afiche:

Impreso, generalmente de gran tamaño, que se emplea para propaganda o con fines informativos y que se fija en paredes y lugares públicos.

Brandbook:

Conjunto de normas gráficas que identifican los seguimientos que debe tener una marca.

Logotipo:

Identifica o distingue nuestra empresa de los demás.

Isotipo:

Parte del logotipo, que nos identifica sin necesidad de colocar el logotipo completo.

Retícula:

Líneas guías que nos permiten ver las proporciones y dimensiones del logotipo.

Hoja membretada:

Una hoja membretada es aquel que incluye, impresos, el nombre y el logotipo o algún otro diseño de una compañía o institución.

Tarjeta de presentación:

Son una representación de los datos más importantes de una empresa, de una persona o negocio.

Línea gráfica:

Posteriormente, se recopila toda esa información y se convierte en recursos y conceptos gráficos que estéticamente se identifican con la imagen de la empresa.

Identidad visual:

Son todos los signos y elementos por los que se consigue una identificación visual única y universal de una marca. Esto abarca desde el diseño industrial, arquitectónico o ambiental al diseño gráfico.

Patrones:

Es un tipo de tema de sucesos u objetos recurrentes, como por ejemplo grecas, a veces referidos como ornamentos de un conjunto de objetos. Más abstractamente, podría definirse "patrón" como aquella serie de variables constantes, identificables dentro de un conjunto mayor de datos.

Insight:

Es un término utilizado en Psicología proveniente del inglés que se puede traducir al español como "visión interna" o más genéricamente "percepción" o "entendimiento". Mediante un insight el sujeto "capta", "internaliza" o comprende, una "verdad" revelada.

Concepto creativo:

Es una frase o consigna que figura en una o más piezas de comunicación sin la cual la idea no llega a entenderse. Esta consigna le da sentido a la pieza en términos creativos y actúa como complemento del concepto de brief, no lo repite.

Feedback:

Es una palabra del inglés que significa retroalimentación; podemos utilizarla como sinónimo de respuesta o reacción, o, desde un punto de vista más técnico, para referirnos a un método de control de sistemas.

Social media:

Es un conjunto de soportes que permiten enlazar información a través de Internet y que conforman redes sociales y comunidades virtuales. El Social Media nos permite ser actores activos o pasivos en la generación de información en Internet.

Post:

Es un término inglés que puede traducirse como mensaje o anotación. En el ámbito de Internet, post se utiliza como sinónimo de artículo o nota en las publicaciones digitales como los blogs o los foros online.

Call to action:

Un Call to Action o CTA (también llamado llamada a la acción) es un botón o enlace situado en nuestro site que busca atraer clientes potenciales y convertirlos en clientes finales, normalmente a través de un formulario en una página de destino o landing page.

RSE:

La responsabilidad social empresarial (RSE) se define como los comportamientos de negocio basados en valores éticos y principios de transparencia que incluyen una estrategia de mejoramiento continuo en la relación entre la empresa y sus partes", relación que incluye clientes, proveedores, socios, consumidores.

G.O. (Grupo objetivo):

Se trata del público al que diriges tus acciones de comunicación y/o al que quieres venderle tu producto o servicio. Es importante tenerlo claramente definido e identificado para aumentar las posibilidades de acierto en tus acciones de Marketing

Diseño gráfico:

Es una profesión cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. Esta actividad ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas. También se conoce con el nombre de diseño en comunicación visual, diseño de comunicación visual o diseño visual.

Proyecto:

Idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios.

Erradicación:

Eliminación o supresión completa y definitiva de una cosa, especialmente de algo inmaterial que es negativo o perjudicial y afecta a muchas personas.



Recopilación de imágenes de todo el proceso de la realización de cada etapa del proyecto de EPS.

1) Antecedentes

En Guatemala según el Informe de Desarrollo Humano (INDH): La pobreza en las poblaciones rurales y en los pueblos indígenas alcanzan al 90% de la población, que no logra cubrir sus necesidades económicas básicas, incluyendo más del 40% de la población adulta sin escolaridad y condiciones habitacionales muy precarias entre pobladores.

El sistema económico no facilita por medio del empleo y los salarios el derrame ofrecido por los teóricos del sector empresarial, por lo que el único camino, lamentablemente lleno también de muchos obstáculos, es la atención subsidiaria del Estado a las necesidades de los guatemaltecos (ICEFI).

La pobreza en el país se disparó y llegó a 59.3 por ciento, un incremento de 8.1 puntos porcentuales con respecto del 2006, según la Encuesta de Condiciones de Vida (Encovi 2014) presentada en diciembre último 2016.

Ese dato significa que unos 9.6 millones de guatemaltecos viven en pobreza, tomando en cuenta la proyección de población que hizo el INE para el año 2015 en 16.1 millones de personas.

El 70% de la población guatemalteca es pobre, el 58% vive en extrema pobreza y carecen de escolaridad mínima, el 35% es analfabeta. Lo cual significa que no son una mano de obra calificada, por lo que sus posibilidades de acceder a un empleo formal son imposibles y se limitan a actividades domésticas o agrícolas que son temporales y mal remuneradas por haber mucha oferta de mano de obra no calificada, lo

cual la hace barata por abundante.

Según SEGEPLAN, las áreas más afectadas en Guatemala son los municipios, en el país presentan niveles de pobreza aún mayor que la ciudad, por lo que casi la totalidad de su población rural vive en pobreza. Entre los tres municipios con mayor índice de pobreza en el departamento de Guatemala se encuentran:

- 1) Chuarrancho con 61.0% de pobreza general y 20.7% de pobreza extrema
- 2) San Raymundo con 47.3% de pobreza general y 12.1% de pobreza extrema
- 3) Guatemala San Juan Sacatepéquez con 40.9% de pobreza general y 9.5% de pobreza extrema

Se encuentran instituciones y programas que buscan combatir la pobreza en el país, como Pobreza Nunca más, actuando por la dignidad, que cuentan con acciones y proyectos colectivos que favorecen el reconocimiento del valor y la dignidad de cada persona, el acceso a un saber generador de autonomía, el desarrollo de habilidades y potencialidades que a menudo la pobreza extrema y la exclusión esconden o paralizan.

CARE Guatemala, organización humanitaria que lucha por combatir la pobreza global, fundada en el año 1945, priorizando el trabajo de las niñas y mujeres, para que ellas cuenten con el recurso adecuado y adquirir el poder de sacar de la pobreza a sus familias y comunidades.

Otra fundación es Por Amor a Guatemala, que cuenta con un proyecto cívico nacionalista que busca la creación de un pensamiento común, de una meta colectiva que privilegie el amor por nuestro país, como punto común que nos una a todos los guatemaltecos. Dando valor a la mano de obra buscando que sea certificada y los Guatemaltecos puedan crecer económicamente o mejorar sus condiciones de vida, por medios de creación de programas para la erradicación de la pobreza capacitando a las personas con habilidades manuales.

2) Diagnóstico del proyecto

Club Rotarios de Guatemala

Club Metrópoli

Club Rotario Metrópoli, fué fundado en 1991, con los proyectos de educación, salud, agua, microcréditos, liberación de tortugas y otros.

Por amor a Guate

Es un proyecto cívico nacionalista que busca la creación de un pensamiento común, de una meta colectiva que privilegie el amor por nuestro país, como punto común que nos una a todos los guatemaltecos.

FILOSOFÍA

Hay que aceptar el cambio como el orden natural de las cosas, como la verdadera naturaleza de la vida, el cambio mismo da significado a la vida y contiene un elemento de estabilidad.

- La definición de la palabra AMOR es difícil de explicar, pero tan fácil de identificar.
- Solo por un momento pensemos lo que puede sentirse por un hijo enfermo o en peligro.
- Cuantas veces hemos pensado, que mejor fuéramos nosotros los que suframos el dolor que tiene un hijo.

3) OBJETIVOS

GENERALES

Probar por medio de este proyecto piloto como se puede impactar a una comunidad capacitándola toda al mismo tiempo, llevándole los CONOCIMIENTOS a su comunidad directamente, para generar verdaderos polos de desarrollo.

ESPECÍFICOS

A través de este proyecto piloto de erradicación de la pobreza se busca crear una referencia para San Raymundo como una población con mano de obra calificada, que pueda convertirse en especialistas de la soldadura y herrería, creando una marca, como la tiene San Juan que se identifica con muebles y flores. San Raymundo podría ser un fabricante de carpintería metálica y juegos infantiles de metal y todo lo relacionado.

4) Etapas y Actividades Contempladas en el Proyecto

- 1 Esta etapa era lograr el aval de Intecap, lo cual ya se tiene.
- 2 Etapa coordinar con las escuelas donde se pueden ubicar los centros de capacitación (5 institutos) en soldadura y electricidad (se podrá ampliar a otras especialidades)
- 3 Etapa para buscar los patrocinios

5) PRODUCTO DEL PROYECTO

Ciudadanos capacitados, con mano de obra calificada, con opciones a un empleo formal o ser emprendedor, pues en las capacitaciones técnicas se hace énfasis en el emprendimiento. Como parte del producto es descubrir en los habitantes de San Raymundo que tienen habilidades que aumentan su autoestima y relación de pertenencia con la comunidad.

BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Todos los habitantes de las áreas circunvecinas que deseen participar, jóvenes en edad escolar mayores de 15 años y adultos sin distinción de edad.

IMPACTOS DEL PROYECTO

Generar una mente colectiva en los habitantes de San Raymundo que son una población con mano de obra calificada, que puede el municipio ser una referencia donde se fabrican los mejores juegos infantiles de metal y la carpintería metal-madera.

6) RELACIÓN DEL PROYECTO CON OTRAS INICIATIVAS

La relación directa debería ser con Conalfa para alfabetizar a algunos participantes que no tuvieran ninguna escolaridad o la tuvieran a medias. Proyecto de micro finanzas que permita financiar equipo a los participantes que deseen ser independientes.

Breve Resumen del Proyecto

El proyecto piloto (en San Raymundo) erradicación de la pobreza pretende probar la hipótesis de que una población atendida al mismo tiempo en una concentración como la que se pretende hacer en este municipio puede impactar, calificando la mano de obra, para tener acceso a empleos formales o proponer iniciativas de emprendimiento fundando sus propias empresas o trabajar por su cuenta.

7) PRESUPUESTO DEL PROYECTO

a) Recursos Humanos Personal del Centro de Formación de Líderes, S.A. para administración del proyecto e instructores proporcionados por Intecap.

Recursos Operacionales Patrocinios de empresas privadas, para cubrir las 5 aldeas más grandes y estratégicamente ubicadas, se necesitan Q.60,000.00 son Q.12,000.00 por aldea, lo cual cubre un mínimo de 20 alumnos en curso de 40 horas y el mismo patrocinio incluye 5 máquinas de soldar que se quedarían como donación en cada instituto, poniendo las bases para un centro de capacitación en cada aldea.

b)

Recursos de Infraestructura Son proporcionadas las instalaciones del Centro de Formación de Líderes, S.A. (CEFORLI) para los cursos de mecánica de motos y las escuelas de 5 aldeas aportaran sus instalaciones para los cursos de soldadura y electricidad.

c)

Fuentes de Financiamiento Empresas privadas comprometidas con el desarrollo del país y con deseos de invertir en la erradicación de la pobreza, conscientes de que es un buen negocio erradicar la pobreza.

8) INFORMACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA

AFLUENCIA

Cuenta con una afluencia activa con promedio de 130 personas.

DIVULGACIÓN

Sus medios de divulgación son únicamente 2, red social del promoto y camiones de big cola o venta de gas con audios reproducidos con autoparlantes

IDENTIDAD GRÁFICA

No cuentan con material gráfico o identidad. Los materiales que utilizan son en word, pdf y power point.

GRUPO OBJETIVO

9) Qué se busca resolver

Cuando esto suceda, empezaremos el VERDADERO CAMBIO, inspirados en la observación de la naturaleza y la vida humana, de la interacción de las leyes universales y la conducta individual, de la libre voluntad para buscar nuestro mejor destino, despertando la CONCIENCIA en todos nuestros compatriotas.

POR AMOR A GUATE

Es una ilusión basada en el idealismo de ayudar a fortalecer nuestro país, partiendo de la motivación humana para alcanzar nuestros más grandes deseos.

Todos necesitamos superación, algunos tenemos más oportunidades que otros, o a lo mejor, lo que hace falta, más que crear oportunidades, o dar oportunidades, es despertar la CONCIENCIA de nuestros ciudadanos, procurar el convencimiento de que las oportunidades uno mismo se las crea, a través del poder de nuestros pensamientos, pues somos lo que pensamos.

10) CRONOGRAMA DEL DIAGNÓSTICO

FASE 1

Primer contacto con la institución.

FASE 2

Contacto y reunión con encargado de la institución para realizar entrevista.

Tiempo estimado: 1-2 hora

FASE 4

Detectar problema de la institución, plantear las posibles soluciones y contacto informativo con encargado de la institución.

FASE 3

Recopilación de datos de la institución y realización de FODA para encontrar problemas dentro de la institución.

Tiempo recopilación: 1 semana
Tiempo realización del FODA: 45 min.

11) Validación producción gráfica 2

OBJETIVO Institución

Ser una motivación, capaz de despertar la conciencia de la solidaridad, como un beneficio común.

Hacer comprender principalmente a quienes tienen el poder de impulsar los cambios, que o nos unimos, o no llegaremos a puerto seguro.

Con el fin de lograr la erradicación de la pobreza en nuestro país, por medio de programas de capacitación a la mano de obra y fomentando la unión como guatemaltecos.

12)

OBJETIVO de diseño

Diseñar por medio de estrategias de comunicación la identidad Institucional de la fundación Por Amor a Guatemala.

Complementando con el desarrollo de material audiovisual y de social media en la red social de facebook, información que dé a conocer los beneficios y resultados del pertenecer al programa y la identidad de la institución.

13)

INSIGHT del proyecto

Mi oficio se convierte
en mi profesión.

Por Amor a Guatemala capacita
a la gente en oficios centrales del
pueblo de San Raymundo como:
herrería, mecánica, reparación de
computadoras y repostería.

CONCEPTO del proyecto

Educación en mis manos.

Todas las personas poseemos una
cultura, pero no todas tenemos la
misma educación, sin embargo
esto no es impedimento para tener
en nuestras manos la opción de
aprender.

14)

Palabras clave

Educación
cultura
unión

Proyecto general
Guatemala
Identidad de la institución

15)

CONCEPTO
Logotipo

UNIÓN
La unión de dos (o más) conjuntos es una operación que resulta en otro conjunto, cuyos elementos son los mismos de los conjuntos iniciales.

16)

IDENTIDAD
VISUAL

17)

El logotipo está compuesto por la frase "Por Amor a Guatemala" y acompañado por un isotipo lineal que representa un quetzal que es el ave nacional, formando un corazón rodeando la frase.



18)



En base a la cultura guatemalteca se quiere resaltar la diversidad de las culturas y folklores, por medio de patrones que simulen ser textiles, con colores vibrantes y elementos abstractos que fortalezcan la imagen gráfica.

19)



Identificadores de los cursos para las capacitaciones de la mano de obra.

21)



22)



Post de facebook, con frases de acción de cambio y llamado a la atención.

La frase "Por Amor a Guatemala" también es una frase utilizada como llamado al cambio dentro de la institución."



Afiches identificadores de los programas.

23)



24) Encuesta para los profesionales

Sección 1 de 3



Evaluación de la pieza gráfica

Por amor a Guatemala es una institución cívico nacionalista que busca la creación de un pensamiento en común, que nos una a todos los guatemaltecos creando distintos proyectos enfocados en la solución de problemas sociales, a la cual se le creará la identidad visual.

Instrucciones: seleccione una de las opciones en las preguntas y escriba una opinión si la pregunta lo requiere.

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

LOGOTIPO



¿Considera que la composición del logotipo es dinámico y creativo para la identificación de la institución? *

Escriba si o no, si su respuesta es no describa el por qué.

¿La selección tipográfica es funcional y legible? *

Escriba si o no, si su respuesta es no ¿Qué considera que puede mejorar para que sea funcional y legible?

Texto de respuesta corta

¿Considera que el mensaje del logotipo es entendible, claro y adecuado? *

Escriba si o no. Si su respuesta es: Si ¿Qué comprendió? / Si su respuesta es: No ¿Qué impide la comprensión?

Texto de respuesta larga

¿Considera que la selección cromática es la adecuada para el tema planteado? *

Escriba si o no. Si su respuesta es: No ¿Qué paleta de colores sugiere usted?

Texto de respuesta larga

Sección 2 de 3



Evaluación de la funcionalidad

Instrucciones: seleccione una de las opciones en las preguntas o escriba una opinión si la pregunta lo requiere.

Logotipo



¿Qué formas logra identificar en el isotipo? *

Puede seleccionar más de una.

- Círculos
- Corazón
- El quetzal
- un ave
- ninguno

¿Cree que el logotipo identifica un proyecto que fomenta el amor por Guatemala? *

Escriba si o no. Si su respuesta es: No ¿Qué impide la identificación?

Texto de respuesta corta

¿El logotipo refleja una identidad guatemalteca? *

Escriba si o no. Si su respuesta es: No ¿Qué impide la identidad?

Texto de respuesta corta

¿Qué palabras identifican la composición gráfica del logotipo? *

Puede seleccionar más de una.

- Amor
- Unidad
- Guatemala
- Identidad
- Ninguna

Sección 3 de 3

Afiche identificador del programa

Linea gráfica

En el desarrollo de la identidad gráfica se quiere reflejar la cultura, folklor y diversidad de Guatemala, por medio de texturas, colores y elementos abstractos.

post de facebook



tarjeta de presentación



Certificado



¿Considera que las piezas tienen unidad entre si?

- si, tienen una unidad gráfica
- No, están desligadas una de otra
- puede mejorar

¿Qué considera que representan los elementos utilizados en las piezas gráficas?

- Textiles
- Folclor
- Formas abstractas
- Diversidad
- Ninguno

¿Cree que la paleta de colores es la adecuada para representar la diversidad de la cultura guatemalteca dentro de los textiles típicos y el folclor?

Escriba si o no, si su respuesta es no describa el porque no y que colores siguiera.



Texto de respuesta larga

¿Considera que los identificadores de los cursos son integrados a la unidad gráfica de Por Amor a Guatemala?

Escriba si o no, si su respuesta es no describa ¿que impide que la unidad?



Sección 1 de 3

INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Por amor a Guatemala es una institución cívico nacionalista que busca la creación de un pensamiento en común, que nos una a todos los guatemaltecos creando distintos proyectos enfocados en la solución de problemas sociales, a la cual se le creará la identidad visual.

Instrucciones: seleccione una de las opciones en las preguntas o escriba una opinión si la pregunta lo requiere.

Título de la imagen



Si su respuesta anterior fue "No representa el tema" seleccione cuál de los siguiente sugiere.

No representan el tema

1



2



3



¿Qué es lo que más recuerda del logotipo?

El icono

El nombre

Ambos

Otra...

¿Qué comprende del logotipo?

Indificador

Movimiento cívico

la unión por Guatemala

Todas las anteriores

Otra...

¿Considera que la selección de colores es la adecuada para el tema planteado en un inicio?

Si representan el tema

No representan el tema

Sección 2 de 3

FUNCIONALIDAD

Instrucciones: seleccione una de las opciones en las preguntas o escriba una opinión si la pregunta lo requiere.

Título de la imagen



1) ¿Qué formas logra identificar en el icono?

Circulos

Corazón

El quetzal

Todos los anteriores

Otra...

¿Qué considera que identifica el logotipo?

- Guatemala
- Un proyecto cívico nacional
- Una institución
- Todos los anteriores
- Otra...

¿Qué palabras identifican al logotipo?

puede seleccionar más de una opción

- Amor
- unidad
- Guatemala
- Identidad
- Todas las anteriores
- Otra...

Sección 3 de 3

Línea Gráfica

De las imágenes presentadas a continuación seleccione las que considere que son apegadas a la imagen de la institución y que pertenecen a la institución "Por Amor a Guatemala" puede seleccionar más de una opción

AFICHE DEL PROGRAMA DE CÓMPUTO



Título de la imagen



AFICHE



CERTIFICADO PROGRAMA CÓMPUTO



Título de la imagen



HOJA MEMBRETADA



PLAYERA DE LA INSTITUCIÓN



TARJETA DE PRESENTACIÓN



Selecciones las imágenes que considere.

- AFICHE DEL PROGRAMA DE HERRERÍA
- AFICHE
- CERTIFICADO PROGRAMA REPOSTERÍA
- HOJA MEMBRETADA
- PLAYERA DE LA INSTITUCIÓN
- TARJETA DE PRESENTACIÓN
- TODAS LAS ANTERIORES
- NINGUNA DE LAS ANTERIORES
- Otra...

Si su respuesta anterior fue ninguna de las anteriores, especifique el por qué las piezas no representan a la institución

Texto de respuesta larga

valore de 0 a 5 si cree que las imágenes tienen unidad entre si y representan a la institución

0 1 2 3 4 5

...

¿Tiene algún comentario o sugerencia, conforme a la identidad que representan las piezas de diseño gráfico?

Texto de respuesta larga

25) Validación producción gráfica 3

Sección 1 de 3



INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN

Por amor a Guatemala es una institución cívico nacionalista que busca la creación de un pensamiento en común, que nos una a todos los guatemaltecos creando distintos proyectos enfocados en la solución de problemas sociales, a la cual se le creará la identidad visual.

Instrucciones: seleccione una de las opciones en las preguntas o escriba una opinión si la pregunta lo requiere.

Título de la imagen



¿Qué es lo que más recuerda del logotipo?

- El ícono
- El nombre
- Ambos
- Otra...

¿Qué comprende del logotipo?

- Indificador
- Movimiento cívico
- la unión por Guatemala
- Todas las anteriores
- Otra...

¿Considera que la selección de colores es la adecuada para el tema planteado en un inicio?

- Si representan el tema
- No representan el tema

Si su respuesta anterior fue "No representa el tema" seleccione cuál de los siguiente sugiere.

No representan el tema

1



2



3



Sección 2 de 3

FUNCIONALIDAD

Instrucciones: seleccione una de las opciones en las preguntas o escriba una opinión si la pregunta lo requiere.

Título de la imagen



⋮

1) ¿Qué formas logra identificar en el icono?

Círculos

Corazón

El quetzal

Todos los anteriores

Otra...

¿Qué considera que identifica el logotipo?

- Guatemala
- Un proyecto cívico nacional
- Una institución
- Todos los anteriores
- Otra...

⋮

¿Qué palabras identifican al logotipo?

puede seleccionar más de una opción

- Amor
- unidad
- Guatemala
- Identidad
- Todas las anteriores
- Otra...

Línea Gráfica

De las imágenes presentadas a continuación seleccione las que considere que son apegadas a la imagen de la institución y que pertenecen a la institución "Por Amor a Guatemala"
puede seleccionar más de una opción

⋮

AFICHE DEL PROGRAMA DE CÓMPUTO





AFICHE



CERTIFICADO PROGRAMA CÓMPUTO



Título de la imagen



HOJA MEMBRETADA



PLAYERA DE LA INSTITUCIÓN



TARJETA DE PRESENTACIÓN



Seleccione las imágenes que considere.

- AFICHE DEL PROGRAMA DE HERRERÍA
- AFICHE
- CERTIFICADO PROGRAMA REPOSTERÍA
- HOJA MEMBRETADA
- PLAYERA DE LA INSTITUCIÓN
- TARJETA DE PRESENTACIÓN
- TODAS LAS ANTERIORES
- NINGUNA DE LAS ANTERIORES
- Otra...

Si su respuesta anterior fue ninguna de las anteriores, especifique el por qué las piezas no representan a la institución

Texto de respuesta larga

...

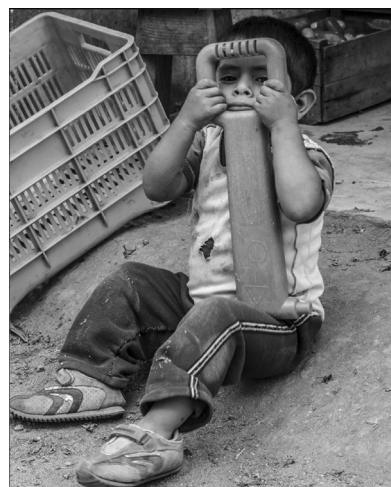
valore de 0 a 5 si cree que las imágenes tienen unidad entre si y representan a la institución

0	1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

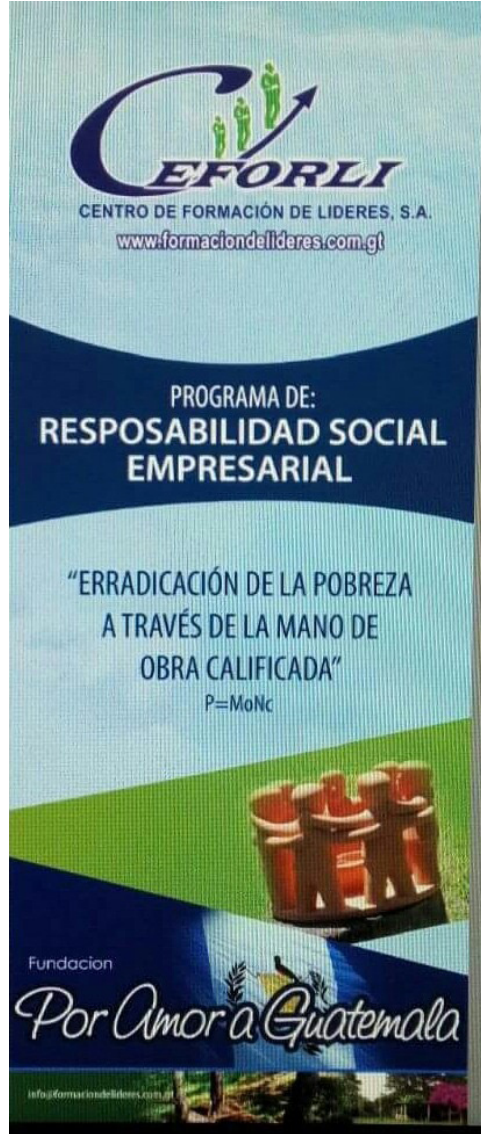
¿Tiene algún comentario o sugerencia, conforme a la identidad que representan las piezas de diseño gráfico?

Texto de respuesta larga

26) Fotografías







HONORARIOS

Los siguientes costos únicamente son como parte de la descripción del valor de los proyectos entregados a la institución, los proyectos A,B y C fueron realizados como parte del proyecto de EPS, por lo que no significó ningún costo para la sede.

Proyecto A

1. Insumos

Herramientas:

Papel	
Tinta	
CD	Q.200.00

2. Servicios profesionales

Bocetajes _____	Q.200.00
Diseño y creación de marca _____	Q.5,000.00
Conceptualizaciones _____	Q.1,000.00
Diagramación y maquetación de branbook _____	Q.4,000.00
Correcciones _____	Q.150 C/U
Tabulación y análisis de datos _____	Q.200.00
Elaboración de artes finales _____	Q.300.00 C/U X27 total: 8,100

3. Impresión

Afiches _____	Q.20.00 C/U X7 total: 140
Tarjetas de presentación _____	Q.10.00 C/Hoja X1
Carpeta _____	Q.25.00
Branbook final _____	Q.6.00.00

4. Extras

Equipo _____	Q.9,000.00 x 3 meses
Transporte y gasolina _____	Q.2,200 x 22 días

TOTAL: _____ **Q.30,825.00**

Proyecto B

1. Insumos

Herramientas: _____ Q.2,000.00
Equipo _____

2. Servicios profesionales

Pre producción de vídeo y fotografías _____

Creación de guión _____ Q.1,000.00
Story board _____
Conceptualizaciones _____

Grabación de vídeo _____

Q.1,800.00 X 1 día

post producción de vídeo y fotografías _____

Q.2,500.00

Colorización _____
Sincronización _____
Locución _____
Música de fondo _____
Animación _____
Producción final del vídeo _____

Correcciones _____

Q.75.00 C/U x4 total: 300

TOTAL: _____

Q.7,600.00

Proyecto C

1. Insumos

Herramientas: _____ Q.2,000.00
Equipo _____

2. Servicios profesionales

Estrategia de comunicación para 2 meses

Cronograma _____ Q.3,000.00
Análisis de red social _____

Creación de post _____

Q.100 C/U 15 total: 1,500

Reproducción de post _____

Q.25.00 C/U 35 total: 875

TOTAL: _____

Q.7,375.00

Guatemala, marzo 12 de 2018.

Señor Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **GRETHEL CELESTE LUCERO MARTÍNEZ**, Carné universitario: **201315011**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **DISEÑO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN VISUAL PARA FORTALECER LA IDENTIDAD DE LA FUNDACIÓN POR AMOR A GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Y, habiéndosele efectuado al trabajo referido, las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica que exige la Universidad.

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



Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Lic. Maricella Saravia de Ramírez
Colegiada 10,804

Profesora Maricella Saravia de Ramírez
Licenciada en la Enseñanza del Idioma Español y de la Literatura

LENGUA ESPAÑOLA - CONSULTORÍA LINGÜÍSTICA
Especialidad en corrección de textos científicos universitarios

Teléfonos: [3122 6600](tel:31226600) - [5828 7092](tel:58287092) - [2252 9859](tel:22529859) - - maricellasaravia@hotmail.com

***Diseño y desarrollo de estrategia de comunicación visual
para fortalecer la identidad institucional de la fundación Por Amor a Guatemala***

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Grethel Celeste Lucero Martínez

Asesorado por:



(firma)

Licda. Ana Carolina Aguilar Castro De Flores



(firma)

Msc. Anggely María Enriquez Cabrera

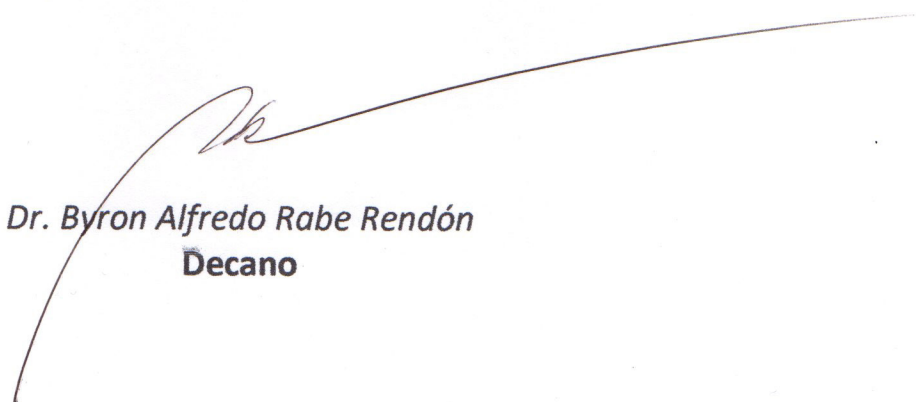


(firma)

Lic. Walter Benjamin Martínez

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

