

FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

# REDISEÑO DE LOGOTIPO Y MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS PARA LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO

**Proyecto desarrollado por**  
*Christian Alexander Herrera Soberanis*

**Para optar al título de**  
*Licenciado en Diseño Gráfico*

*Guatemala de la Asunción, septiembre 2018.*



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

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



## **Rediseño de logotipo y Manual de normas gráficas para la fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño**

Proyecto desarrollado por  
Christian Alexander Herrera Soberanis

Al optar el título de  
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala de La Asunción, septiembre 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

## Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

|             |  |
|-------------|--|
| Decano:     | Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón            |
| Vocal I:    | Arq. Gloria Ruth Lara Cordón de Corea    |
| Vocal II:   | Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini    |
| Vocal III:  | Msc. Arq. Alice Michele Gómez García     |
| Vocal IV:   | Br. Kevin Christian Carrillo Segura      |
| Vocal V:    | Br. Ixchel Maldonado Enríquez            |
| Secretario: | Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos |

## Terna Examinadora

|                      |  |
|----------------------|--|
| Decano:              | Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón            |
| Secretario:          | Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos |
| Asesor Metodológico: | Lic. Claudia Leal                        |
| Asesor Gráfico:      | Lic. Ileana Reina                        |
| Tercer asesor:       | Lic. Cindy Ruano                         |

# Agradecimientos

Agradezco a mi familia, a mis padres por tenerme paciencia, por su presencia cuando los he necesitado.

A mis amigos, por estar a mi lado durante este largo recorrido en el cual me han apoyado en las buenas decisiones, así como en las malas, sobre todo en las malas.

Agradezco a mis asesora Cindy Ruano quien me guió con su experiencia y amistad, lo que fue indispensable para realizar este proyecto.

Mil gracias a Linda Quiroa y a la Fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño, por aceptarme como epesista sin pensarlo dos veces, por la libertad y amor que me dieron en el camino, por creer en mi trabajo, permitiéndome experimentar y explorar durante el proceso.

**Carpe Diem**

# Índice

|  |     |
|--|-----|
| <b>Capítulo 1 Introducción</b>                                     |     |
| Antecedentes   | 13  |
| Identificación del problema  | 15  |
| Justificación  | 16  |
| Objetivos  | 17  |
| <b>Capítulo 2 Perfiles</b>   |     |
| Perfil de la organización  | 21  |
| Historia   | 22  |
| Grupo objetivo   | 25  |
| Spice and poems  | 27  |
| <b>Capítulo 3 Definición Creativa</b>                              |     |
| Brief de diseño  | 31  |
| Descripción de la estrategia de aplicación de las piezas a diseñar | 32  |
| Proceso creativo   | 33  |
| Propuesta de códigos visuales                                      | 37  |
| <b>Capítulo 4 Planeación operativa</b>                             |     |
| Flujograma   | 43  |
| Cronograma   | 46  |
| <b>Capítulo 5 Marco teórico</b>                                    |     |
| Marco teórico  | 51  |
| <b>Capítulo 6 Proceso de producción gráfica</b>                    |     |
| Bocetaje   | 59  |
| Nivel de visualización 1   | 60  |
| Autoevaluación   | 62  |
| Nivel de visualización 2   | 64  |
| Validación con expertos  | 66  |
| Validación con grupo objetivo                                      | 68  |
| Fundamentación de la propuesta gráfica                             | 71  |
| Nivel de visualización 3   | 75  |
| <b>Capítulo 7 Conclusiones</b>                                     |     |
| Lecciones aprendidas   | 105 |
| Conclusiones   | 106 |
| Recomendaciones  | 107 |
| Presupuesto  | 108 |
| Referencias Bibliográficas   | 109 |
| Glosario   | 110 |
| Anexos   | 111 |

# Presentación

La Fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño fue fundada en el 2015, siendo una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños y adolescentes con cáncer. Además con un enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tienen un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra esta enfermedad.

El proyecto realizado a continuación presenta el desarrollo de manual de normas gráficas para la Fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño con el fin de darle unidad a las piezas gráficas de comunicación interna y externa tanto en medios digitales como medios impresos así como el rediseño del logotipo para poder darle una mejor imagen a la fundación que aporte mayor formalidad y credibilidad a la misma.

# 1

Capítulo

---

## Introducción

Antecedentes

Identificación del problema

Justificación del problema

Objetivos del proyecto





# Antecedentes

El cáncer es la enfermedad degenerativa de las células, en la que las células dañadas se reproducen sin ser reemplazadas alterando el ciclo natural del cuerpo en cual las células viejas o dañadas son reemplazadas por nuevas, el cáncer puede darse en cualquier parte del cuerpo.

La fundación Erick Quiroa, Alas Por un Sueño es una organización sin fines de lucro establecida por la fortaleza y la dureza en la que Erick Quiroa un niño en la que a los 11 años de edad fue diagnosticado con Leucemia Linfoblástica Aguda, luchando por continuar su vida como un niño normal, día a día sobreviviendo enfrentando con la enfermedad y manteniéndose positivo llegó a cumplir su sueño de observar a su grupo de futbol Barcelona en el estadio español Camp Nou.

El esfuerzo por cumplir el sueño de Erick llegó a reflejarse en la felicidad, la actitud positiva y la lucha por continuar; el 1 de agosto del 2014 Erick perdió la batalla después de cuatro años de lucha, la motivación por continuar en la fortaleza de cumplir a nuevos sueños a diferentes niños y la habilidad de proporcionar ayuda a niños, niñas y adolescentes con cáncer, hacen que Brenda de Quiroa, mamá de Erick y Linda Quiroa hermana de Erick inicien con la Fundación Erick Quiroa alas por un sueño la cual se enfoca en cumplir los diferentes sueños de niños y adolescentes con cancer en etapa terminal.



Figura 1. EPS. (Herrera, C. 2017)

Para muchas personas, el cáncer puede tratarse eficazmente; de hecho, ahora más que nunca hay un mayor número de personas que tienen una vida plena después de haber recibido tratamiento contra el cáncer. Pero en ocasiones este no es tratable.

En Guatemala hay diferentes instituciones que ayudan a pacientes a lo largo de su tratamiento ya que estos llegan a ser costosos. En enero del 2015 inicia la Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño realizando una labor humanística y social con los niños y adolescentes de Guatemala, la fundación empieza cumpliendo un objetivo, el cual es cumplir los sueños de niños y adolescentes diagnosticados con cáncer en etapa terminal por medio de donadores externos.

En el 2017 abren la casa hogar la cual alberga a 30 niños y adolescentes junto a su tutor durante su tratamiento en la ciudad capital, además de brindarles alimentación y servicios de higiene personal.

A la fundación le fue donado el logotipo que utilizan actualmente sin embargo no cuentan con un diseñador ni con una línea gráfica definida. El logotipo actualmente no se rige a principios básicos de diseño como simplicidad, memorabilidad y legibilidad. Al no poseer una línea gráfica definida sus piezas gráficas son diferentes en algunos aspectos lo que puede provocar desconfianza por parte del grupo objetivo.

# Identificación del Problema



Figura 2. EPS. (Herrera, C. 2017)

En Guatemala, doce de cada cien mil niños padecen de cáncer. La Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño es una de las fundaciones que ayudan a niños que padecen de esta enfermedad desde hace dos años. El problema principal de la fundación según una entrevista con la coordinadora de la fundación, Linda Quiroa, es la dificultad para comunicar e identificar visualmente a la identidad, esta problemática de comunicación visual debilita su identidad tanto en medios impresos como en medios digitales, ya que no existe un documento que norme todas las decisiones de diseño a considerar a la hora de comunicarse con personas interesadas con la fundación lo cual puede provocar desconfianza, poca credibilidad y falta de formalidad en la percepción del grupo objetivo.

# Justificación

## Trascendencia

La Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño está enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Además con un enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tienen el compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra el cáncer. Tomando en cuenta a las instituciones que velan por el bienestar de su salud.

El manual de normas gráficas cimentará las bases de la comunicación visual externa e interna que aporte mayor credibilidad en la fundación y ayude a sus objetivo de apoyar a niños y adolescentes guatemaltecos con cáncer y a sus familias

Un manual de normas gráficas permitirá establecer el uso adecuado de la imagen institucional y se podrá aprovechar de mejor manera toda la información con la que se cuenta y poder obtener mejores resultados al dar a conocer la información requerida por parte de la institución a su grupo objetivo.

## Factibilidad

Trabajar en conjunto con la cordinadora, quien además de ser cofundadora de la fundación ha desarrollado los ejes principales, conoce la orientación institucional y tiene las ideas generales de trascendencia del mismo; lo que permitirá mantener comunicación inmediata y que se pueda proporcionar información requerida para la realización del proyecto.

La fundación cuenta con herramientas de comunicación visual externas las cuales requieren implementar unidad gráfica entre todas sus piezas las cuales son: página en redes sociales como Facebook e Instagram así como papelería interna la cual se le entrega a los donadores y colaboradores de la fundación. Dentro de las herramientas de comunicación visual interna se puede mencionar las siguientes: recibos de arte, señalización con el nombre, hojas membretadas, circulares, etc. Al hacer uso permanente de estas herramientas cuentan con un presupuesto destinado a costear y reproducir las mismas.

## **Incidencia del Diseño Gráfico**

Actualmente, es el directora de la fundación quien cuenta con toda esta información a recopilar, la mayoría en formatos impresos. Además está la información que se considera importante para el desarrollo y funcionamiento de la fundación, pero no se encuentra normada ni establecida. La identidad del proyecto se basa en la subjetividad y perspectiva que cada persona le otorga basados en sus experiencias con la fundación.

Por tal razón, recopilar todos los materiales necesarios e implementarlos visualmente mediante un manual de normas gráficas para las personas de la fundación, es importante y necesario. La competencia del diseño gráfico dentro de este ámbito de comunicación visual institucional ha sido brindar identidad a los materiales institucionales, basándose en la generación de códigos de imagen que respaldan y refuerzan la información textual.

La fundación entienden la demanda e importancia de la identidad y comunicación visual interna y externa para el desarrollo del proyecto, mostrando total disposición para la implementación de los cambios que les beneficien de forma que sea más fácil recurrir a las gestiones correspondientes.

# **Objetivos**

## **General**

Contribuir con la Fundación **Erick Quiroa Alas por un sueño**, en el fortalecimiento de la comunicación institucional para dar a conocer la labor humanística y social de la fundación en Guatemala.

## **Específico Comunicación**

Facilitar los procesos de comunicación, a través del diseño, que apoye la comunicación externa de la institución, así como la difusión de información de las actividades realizadas por la Fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño.

## **Diseño**

Rediseñar su logotipo y dar unidad a la imagen institucional mediante un manual de normas gráficas para poder aportar mayor formalidad, credibilidad y confianza a la fundación ante el grupo objetivo y facilitar el trabajo de los usuarios que manejan la imagen de la institución en función de los propósitos de la institución.





Capítulo

---

# Perfiles

Perfil de la organización  
y servicios que brinda

Grupo objetivo





# Perfil de la organización

**Nombre:**

Erick Quiroa, Alas Por un Sueño.

**Dirección:**

3 Avenida "A" 3-65 Zona 1

**Teléfono:**

(502)2310-0381

**Dirección electrónica:**

[www.fundacionerickquiroa.org](http://www.fundacionerickquiroa.org)

**Facebook:**

[facebook.com/FundacionErickQuiroa](https://facebook.com/FundacionErickQuiroa)

**Instagram:**

[@fundacionerickquiroa](https://www.instagram.com/fundacionerickquiroa)

**Presidenta de la fundación:**

Brenda de Quiroa

**Coordinadora de la fundación:**

Linda Quiroa

**Coordinadora del hogar:**

Gaby Coto



Figura 3 . EPS. (Herrera, C. 2017)

# Historia



Erick Leonel Quiroa Ramos, un niño de 12 años que hacía todo lo que a esa edad hace cualquier niño, con la particularidad de distinguirse por tener amigos siempre mayores que él. Le encantaba el fútbol, los videojuegos, fanático del Barcelona. Además de ser un alumno distinguido, siempre fue buen hijo, hermano y amigo. Su mejor cualidad, era una persona que se daba a querer muy rápido.

El 15 de marzo del 2011, dio un giro en su vida y en la de su familia, cuando después de muchos exámenes por fiebres sin causa, le diagnosticaron Leucemia Linfoblástica Aguda. Fue remitido a UNOP (Unidad Nacional de Oncología Pediátrica). Lugar en el cual inició un largo camino, luchando contra el cán-

El tratamiento inicial era 102 semanas; pero en la semana 82, se dio la primera recaída, el cáncer regresó. Había que iniciar todo de nuevo y esta vez con un tratamiento más agresivo e invasivo, incluyendo 12 radioterapias. Inició 102 semanas nuevamente, las cuales enfrentó como un guerrero aferrado a la vida. Asistía al colegio, donde siempre quiso que lo trataran como a cualquier estudiante y siempre brindaba una sonrisa sin importar los efectos secundarios del tratamiento.

Su fortaleza y madurez con que siempre enfrentó la enfermedad, lo llevó a mantener a su familia positiva y fuerte como él. Siempre desaprobaba las lágrimas, el dolor, la tristeza y sobretodo hablar de la enfermedad, eran temas prohibidos en su hogar. Mantuvo una actitud positiva y de lucha, ya que él era quien le daba fuerzas a su familia en los momentos más difíciles incluso en sus últimos días.

En la semana 78 del nuevo tratamiento la familia recibió la peor noticia, el 9 de mayo del 2014, el cáncer volvió y esta vez sin posibilidad de sobrevivir.

Erick siempre dijo que su sueño era ir a ver jugar al Barcelona, en el famoso Camp Nou. A pesar del último diagnóstico, toda la familia y amigos se unieron para cumplir su sueño. El cual se hizo realidad junto a sus padres el 17 de mayo, donde partieron a Barcelona, sin él saber su diagnóstico final.

El 1 de agosto de 2014, a sus 16 años Erick Quiroa perdió la batalla contra el cáncer, después de luchar como un héroe y sin duda un guerrero hasta el último momento, durante casi 4 años. Dio una enseñanza de valor a la vida hacia todas las personas. Hoy por hoy todas las personas que tuvieron la oportunidad de conocerlo lo recuerdan por siempre llevar una sonrisa en el rostro y por una mirada de ángel muy especial.



El haber cumplido su sueño de ver jugar al Barcelona generó en él una sonrisa que no tiene precio, y que hoy le da a su familia uno de los recuerdos más preciados de su vida. Su familia ha iniciado la formación de la "FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO" en la cual su fin primordial es cumplir sueños a los niños, niñas y adolescentes con cáncer, ya que las sonrisas que esto genera no tiene precio.

Quiroa, L. (2015). Nuestra Historia. Guatemala: fundacionerrickquiroa. <http://www.fundacionerrickquiroa.org/fp/historia>

## Servicios:

La fundación tiene dos objetivos, uno es la atención enfocada a cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer en etapa terminal, la acción de cumplir con los objetivos se determina con la recaudación de fondos.

El segundo es albergar a niños y adolescentes de cero hasta los dieciocho años de edad junto con un adulto encargado de su cuidado. Esto pensado en las familias de los interiores que vienen a la ciudad capital a recibir el tratamiento requerido y no cuentan con las capacidades financieras para costear su estadía. Además de hospedaje el hogar brinda alimentos y servicios de aseo personal.

La fundación cumple aproximadamente un sueño a la semana y alberga a un promedio de treinta personas en el hogar llegando a un máximo de sesenta personas; la fundación se mantiene por medio de donaciones tanto de empresas como de personas individuales y a tenido un crecimiento desde su apertura.

## Competencia:

En Guatemala la fundación infantil Ronald McDonald lleva algunos años realizando una acción humanitaria y social con los niños enfermos de cáncer y problemas cardiacos, desde albergar a las familias hasta apoyar la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (UNICAR) y a la Fundación Aldo Castañeda con cirugías a niños con problemas del corazón entre otras.



Figura 4. EPS. (Herrera, C. 2017)

# Grupo Objetivo



## **Características socio demográficas**

Región I/ Metropolitana  
Departamento: Guatemala  
Género: Masculino y Femenino  
Edad: 20 y 45 años

con telefonía celular (82.4%), televisión por cable (48.4%), internet (12.4%) y telefonía residencial (11.9%).



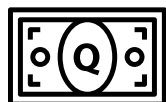
## **Características psicográficas**

Personalidad: Son extrovertidos; jóvenes y adultos expresivos, se definen en dos tipos de personalidades sanguíneo, colérico. Colaboradores y empáticos con las situaciones ajenas, propositivos y dispuestos a generar cambios. Amantes de la expresión y exposición de ideas y fomentadores del cambio.

Personas que confían mucho en sus amistades, se empeñan en salir adelante para apoyar a niños y adolescentes con cancer, como satisfacción principal.

Entre las personalidad más relevantes en las personas son: Mediadores, exploradores y animadores.

Valores: Solidaridad, optimismo, compañerismo y responsabilidad.



## **Características socioeconómicas**

Nivel socioeconómico: Según un estudio realizado por Strems, R. (2,015) asegura que el nivel socioeconómico urbano en Guatemala se divide en distintos grupos, dentro de los cuales las personas que colaboran con la fundación se encuentran en el nivel C2 con ingresos de 11,250 a 15,749 quetzales mensuales y bajo poder adquisitivo. Los servicios con los que cuentan, se puede decir que el grupo objetivo es parte de la población que cuenta con red de energía eléctrica (87.5%), red de agua (82.9%), red de drenajes (52.6%) y red telefónica (12.2%), según la ENEI - Encuesta Nacional de Empleo e Ingresos 2 - 2014 (2015), desarrollada por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Además, de la población



## **Estilo de vida**

El estilo de vida que llevan es activo, los donadores y benefactores de la fundación están en constante búsqueda de actividades altruistas que generen una satisfacción personal al ayudar a otros.

Figura 5 . EPS. (Herrera, C. 2017)

# Spice and poems

Es una herramienta desarrollada que ayuda a ponerse en el lugar del cliente, a empatizar con él y a personalizar el segmento de clientes al que se quiere dirigir. (Baena, J. 2014)

## **Social:**

Son personas activas en busca de nuevas experiencias y poder ayudar a otras personas y aportar algo a la sociedad.

## **Physical ( físico):**

Necesitan sentirse satisfechos de ellos mismos a través de sus acciones.

## **Identity (identidad):**

Son personas extrovertidas que buscan animar a otras personas y transmitir felicidad a otras personas.

## **Communication (comunicación):**

Necesitan información acerca de instituciones que necesitan ayuda de docaciones, voluntariado y actividades que aporten a la superación de la sociedad Guatemalteca.

## **Emotional (emocional):**

Necesitan el apoyo de sus familiares más allegados y sus amigos.

## **People (gente):**

Estudiantes universitarios, profesionales, amas de casa.

## **Environments (ambiente):**

Universidades, oficinas, hogares.

## **Message and media (mensaje y medios):**

Información acerca de la Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño.

## **Services (servicios):**

Cumplir sueños de niños con cáncer en etapa terminal y albergar a niños y su cuidador del interior del país que necesitan estar en la ciudad para recibir el tratamiento adecuado contra el cáncer pero no cuentan con los recursos para poder hospedarse en la ciudad de Guatemala.







# Definición Creativa

---

Descripción de la estrategia de aplicación de las piezas a diseñar

Concepto creativo

Propuesta de códigos visuales



# Brief de diseño

El brief es la elección ordenada, estratégica y creativa de los datos que permitirán definir los objetivos del proyecto. (Ambrose, Gavin 2009)

## What? - ¿Qué? (El problema):

El problema principal de la fundación es la dificultad para comunicar e identificar visualmente la identidad. Esta problemática de comunicación visual debilita su identidad tanto en medios impresos como en medios digitales, ya que no existe un documento que norme todas las decisiones de diseño a considerar a la hora de comunicarse con personas interesadas con la fundación lo cual provoca desconfianza, poca credibilidad y falta de formalidad en la percepción del grupo objetivo.



## Where? - ¿Dónde? (El contexto):

Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño quienes no tienen un diseñador o los recursos para poder gestionar la creación de un manual de normas gráficas.



## When? - ¿Cuándo? (En qué periodo de tiempo):

La falta de imagen visual y de un manual de normas gráficas ha estado presente desde el inicio de la institución, ya que solamente cuentan con logotipo



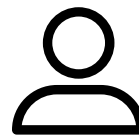
## Why? - ¿Por qué? Toma de decisiones:

Un manual de normas gráficas dará unidad visual a sus piezas lo cual dará una imagen más profesional por parte de la fundación lo cual generará mayor confianza que su vez atraiga más colaboradores y donadores a la institución.



## Who? - ¿Quién? Personas:

Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño es una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Además con un enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tienen un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra el cáncer.



## Whom? (¿Para quién?):

Jóvenes adultos y adultos entre 20 y 45 años de edad, empáticos con las situaciones ajenas, propositivos y dispuestos a generar cambios. Altruistas que buscan ayudar a la sociedad.

# Descripción de la estrategia de aplicación de las piezas a diseñar

La estrategia utilizada para la Fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño será enfocada a colaboradores y futuros colaboradores de la fundación, para que de esta manera se pueda dar a conocer información.

A. Se contará con los siguientes medios: diseño impreso y digital.

B. El proceso de la estrategia se divide en externo e interno, y se dará a conocer desarrollado de esta manera:

1. Introducción: Teniendo el material se implementara la nueva imagen a la comunicación interna y externa de la fundación.

2. Implementación: Al darle unidad a las piezas gráficas por parte de la fundación el G.O estará interesado en obtener más información acerca del fundación, de esta manera colaborar con los objetivos de cumplir sueños de niños y adolescentes con cancer. Para la selección de piezas se realizó una tabla comparativa de piezas (ver en anexos 3.1) la cual se analizaron las ventajas y desventajas de la realización y reproducción de materiales.

3. Resultado: Al obtener una imagen profesional el grupo objetivo tendrá más credibilidad sobre la institución aumentando la confianza y creando un lazo con la misma.

Material impreso interno y externo, de esta manera generar información para poder entregar a las personas interesadas en colaborar con la Fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño.



Figura 6 . EPS. (Herrera, C. 2017)

# Proceso creativo

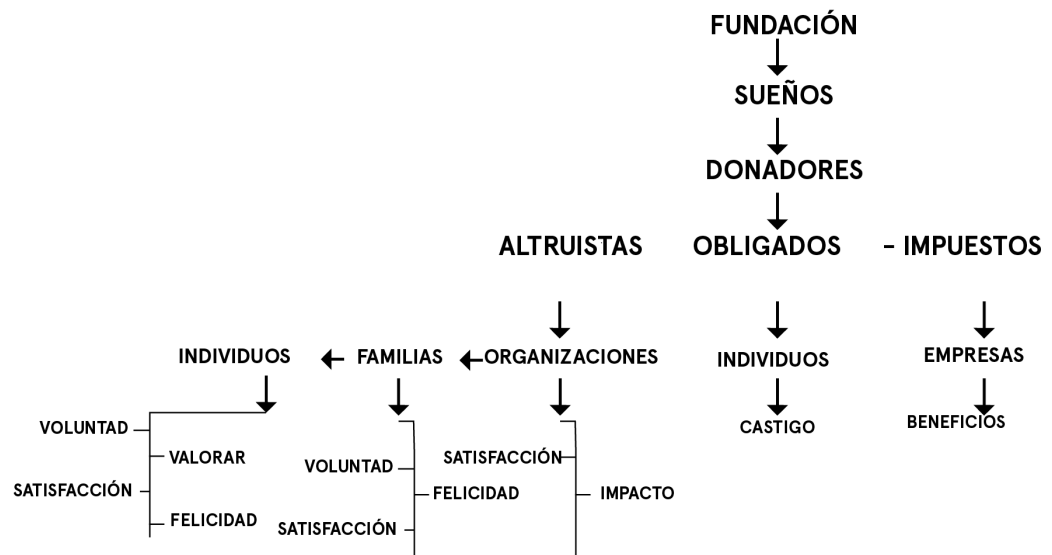
## Técnicas utilizadas:

### Primer concepto creativo Mapa Conceptual

Tabla indicadora de Insight poderoso ver en anexos 3.2

(Novak, J. D. 2002. es una red de conceptos. En la red, los nodos representan los conceptos, y los enlaces representan las relaciones entre los conceptos).

**Resultado: Ayudar es felicidad;** es el resultado obtenido al realizar un mapa definiendo el objetivo de la institución, a través de qué se logra, definir a los involucrados y que es lo que motiva a involucrarse en con la fundación. A partir de esto se separaron las emociones positivas buscando las que más se repetían y formarán un vínculo más fuerte con el grupo objetivo.



## Segundo concepto creativo

### Inmersión en ambientes creativos

*Buenos Negocios. (2017)* Visitá un museo, navegá sitios de imágenes, releé tus libros favoritos, mirá una película, reunirte con gente diferente. Tomá nota de observaciones, detalles, emociones, y todo lo que llame tu atención. Intentá luego relacionar tus anotaciones con tu desafío.

**Resultado:** Compartiendo sueños; resultado obtenido tras entablar una conversación con personas del grupo objetivo preguntando su experiencia de colaborar con la fundación, que los motiva, lo que sienten al poder ayudar a manera de conocer mejor cómo piensa el grupo objetivo generando insights y conceptos más certeros a partir de palabras o frases dichas por los mismos.

Tabla indicadora de Insight poderoso ver en anexos 3.3

A ti que te motiva ayudar y no solo a la fundación de linda sino a otras organizaciones y así?

Me motiva, dar cuenta todo lo que tengo y a veces pienso que donar te llena tanto el corazón valoras muchas cosas que das por sentado (como estar sano) y gastas un montón cuando salís y con poco para ellos es muchísimo

Yo antes celebraba mi cumple en mi casa por ejemplo y venían 30 personas o algo así un año no lo cebre y use ese dinero para llevarles un mago a Unop ellos me cantaron

Cuantos crees de los 30 q me dijieron feliz cumple? Y los niños estaban así impactados eso me gusta muchísimo más

Y que sentís cuando ayudas a cumplir el sueño de alguien? o que te motiva a cumplir el de alguien más?

Si...y trato siempre de llevame a alguien para q se de cuenta del impacto y la persona termina más feliz q el niño. Yo pienso en mi cumple nunca falta el pastel, ellos tal vez no tengan un próximo cumple... Y muchos tienen la voluntad o quieren pero se queda en la intención, por 100 no te vas a morir



Y los niños se quedan en tu corazón y te dad cuenta lo dichoso q sos y ni te percatas de eso

No todos estrenan no todos tienen smart phone no todos comen pizza pollo mac cuando tienen antojo

## **Tercer concepto creativo**

### **Inmersión en ambientes creativos**

*Buenos Negocios. (2017)* Visitá un museo, navegá sitios de imágenes, releé tus libros favoritos, mirá una película, reunirte con gente diferente. Tomá nota de observaciones, detalles, emociones, y todo lo que llame tu atención. Intentá luego relacionar tus anotaciones con tu desafío.

Resultado: Animate ayudar; resultado obtenido al entablar una conversación con la coordinadora del fundación preguntando su experiencia con la fundación, que la motivó a iniciar con la fundación, lo que sienten al poder ayudar a niños para poder de conocer mejor cómo piensa el grupo objetivo y entender mejor a la fundación generando insights y conceptos más certeros a partir de palabras o frases dichas por los mismos.

Tabla indicadora de Insight poderoso ver en anexos 3.4

Poner tu granito de arena en hacer algo bueno por el país; no conformarte con las cosas que tienes sino que dar de lo que tienes a quien lo necesita mas a niños con cáncer y sus familias que con algo tan sencillo los estas ayudando un monto y es parte de tu deber como ciudadano y aportar algo a la sociedad ayudando al prójimo.

Si uno tiene las posibilidades de poder aportar que no solo es económicamente, sino compartir su tiempo y tu pasión por lo que no hay excusa para no ayudar. La gente siempre una excusa para no ayudar pero formas de ayudar siempre la diferencia es el querer hacerlo y dar el primer paso.

### **Concepto creativo:**

Compartiendo sueños

La fundación se dedica a cumplir sueños de niños con cáncer terminal por lo que el concepto compartiendo sueños se sale de que para cumplir sueños no solo se trata de donar cosas materiales sino compartir tiempo, profesión.

### **Insight**

Me gusta compartir lo que tengo y qué mejor que cumpliendo un sueño

Se definió el insight en base a la técnica de inmersión en ambientes creativos ya que de esta manera conocemos la forma de pensar y lo que siente el grupo objetivo.



Figura 7. EPS. (Herrera, C. 2017)



# Propuesta de códigos visuales

## Tipográfico / titulares

Tungsten es una sans serif compacta y deportiva que es desarmante en lugar de insistente, no sólo fuerte, sino persuasiva.

Los sans serifs de lados planos han sido una parte vital del diseño gráfico desde sus comienzos. Esta tipografía, es una referencia de la pintura de letreros. Estas letras modulares fueron una parte importante del cartel del siglo XX.

Una tipografía que genera confianza y sutileza. Tungsten es una familia de fuentes de alto impacto que no sacrifica el ingenio, la versatilidad o el estilo.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii

Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp

Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx

Yy Zz

0123456789 !"#\$%&/

()=?¡\*´ \_.,

## Tipográfico / Cuerpos de texto

Brandon Grotesque es una tipografía sans-serif geométrica diseñado por el diseñador con rasgos geométricos, es legible, cuenta con mayúsculas y minúsculas, con diferentes estilos light, regular, medium, bold y black lo cual facilita la lectura y jerarquía en textos grandes.

Aa Bb Cc Dd Ee  
Ff Gg Hh Ii Jj Kk  
Ll Mm Nn Ññ  
Oo Pp Qq Rr Ss  
Tt Uu Vv Ww Xx  
Yy Zz  
0123456789  
! ". \$ % & / ( ) = ? : ; \* ^ \_ ,

## Paleta cromática

### Celeste

El azul es el color del cielo y del agua, y representa la tranquilidad, la frescura y la inteligencia. En el mundo del marketing se emplea en muchos logotipos como Twitter. Es un color elegante y corporativo, uno de los más usados por las empresas. Transmite confianza y pureza.

El amarillo representa la luz. Suele relacionarse con la felicidad, la riqueza, el poder, la abundancia, la fuerza y la acción.

El negro es el color de la elegancia, la formalidad y la sobriedad.

C:39 M:2 Y:7 K:0

R:166 G:215 B:235

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

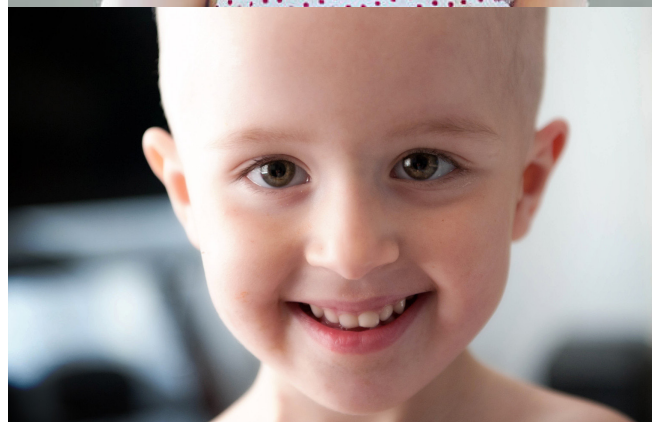
R:255 G:237 B:0

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

R:0 G:0 B:235

## Fotográfico

Se busca que las fotografías usadas para las piezas gráficas de la fundación sean niños con expresiones de alegría y tonos saturados.



# 4

Capítulo

---

## **Planeación Operativa**

Flujograma del Proceso

Cronograma de Trabajo



# Flujograma

PROCESO CREATIVO  
Proyecto de Graduación

VISITA INSTITUCIONAL

- Se definen los materiales a realizar a través de un diagnóstico institucional previo.
- Se realizó una definición de las ventajas y desventajas de cada material a realizar, a fin de presentar para asesorías y para generar una herramienta de autoevaluación.
- Inicio de bosquejo con materiales para definir una guía de contenido.
- Se desarrolla previo a la siguiente asesoría, puntos de conceptualización junto a premisas de diseño que se han elaborado de forma primaria.

**Insumos**

- Impresión de hoja para autoevaluación
- Transporte a la institución: Q10.00

**Tiempos**

- Visita a la institución: 4-5 horas
- Cuadro comparativo y material de autoevaluación: 4 horas
- TOTAL**  
2 días.

CONCEPTUALIZACIÓN

- Búsqueda de proyectos alternos
- Realización de mapas conceptuales, perfil de la institución y del Grupo Objetivo
- Realización de moodboards para sistematizar toma de decisiones de diseño.
- Elaboración de brief creativo.

**Insumos**

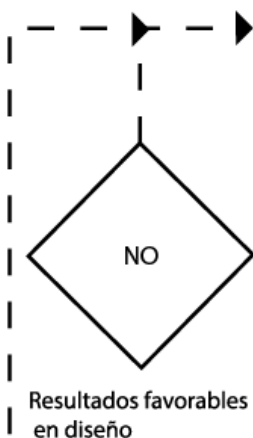
- Transporte a la institución: Q20.00

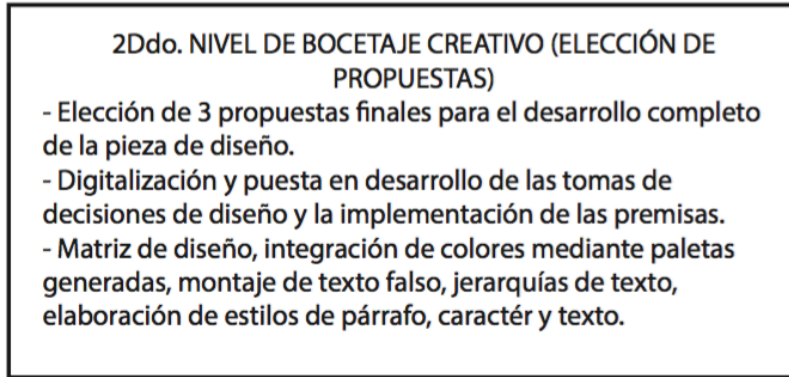
**Tiempos**

- Búsqueda de información e implementación:  
1 semana y media
- TOTAL**  
9 días

NIVEL DE BOCETAJE CREATIVO (BOCETAJE)

- Elaboración de bocetos manuales: lápiz y mano alzada a partir de la búsqueda de referencias y conceptualización.
- Desarrollo de diagramación y formas de encajar el texto e imagen junto al color y tipo de texto para definirlos y desarrollar.
- Fundamentación de la primera fase de bocetaje, luego de la investigación y el diagnóstico realizado de manera personal y en coevaluación junto a compañeros de clase.





**Insumos**

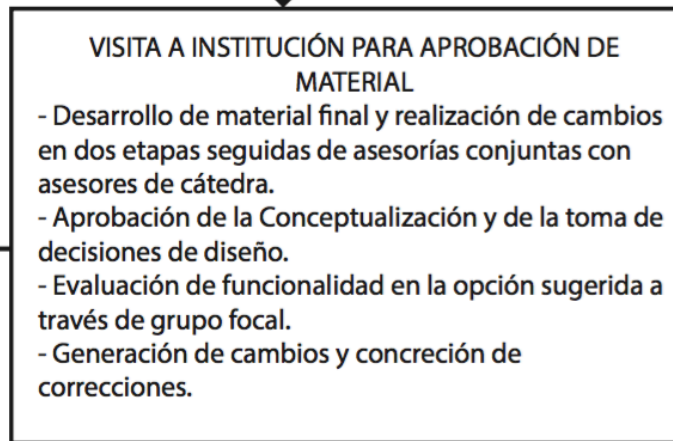
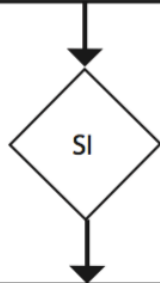
- Referencias, computadora portátil y servicio de internet
- Lápices, hojas, impresora

**Tiempos**

- Bocetos de primer nivel: 1 a 2 días.
- Bocetos de segundo nivel: 1 a 2 días.
- Cambios y observaciones: 2 horas.
- Correcciones y observaciones de tercer asesor: 2 a 3 días.

**TOTAL**

1 mes y medio.



**Insumos**

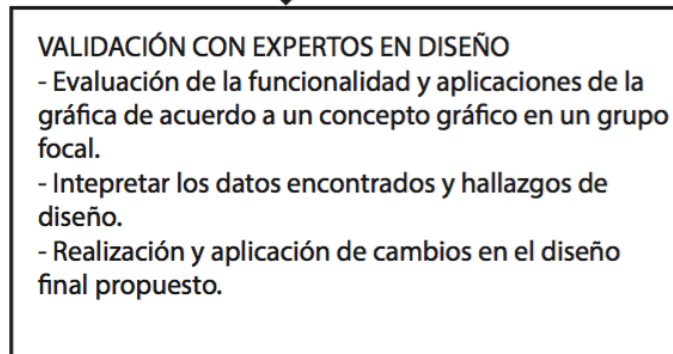
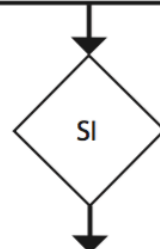
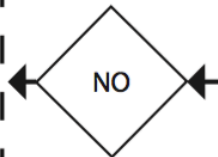
- Material de apoyo y presentación del material.
- Servicio de Internet.
- Transporte hacia y desde la institución: Q20.00

**Tiempos**

- Visita a institución: 5 a 6 horas.
- Creación e interpretación de datos: 2 días
- Correcciones: 3 a 4 días.

**TOTAL**

1 semana



**Insumos**

- Transporte hacia y desde el lugar del grupo focal: Q20.00

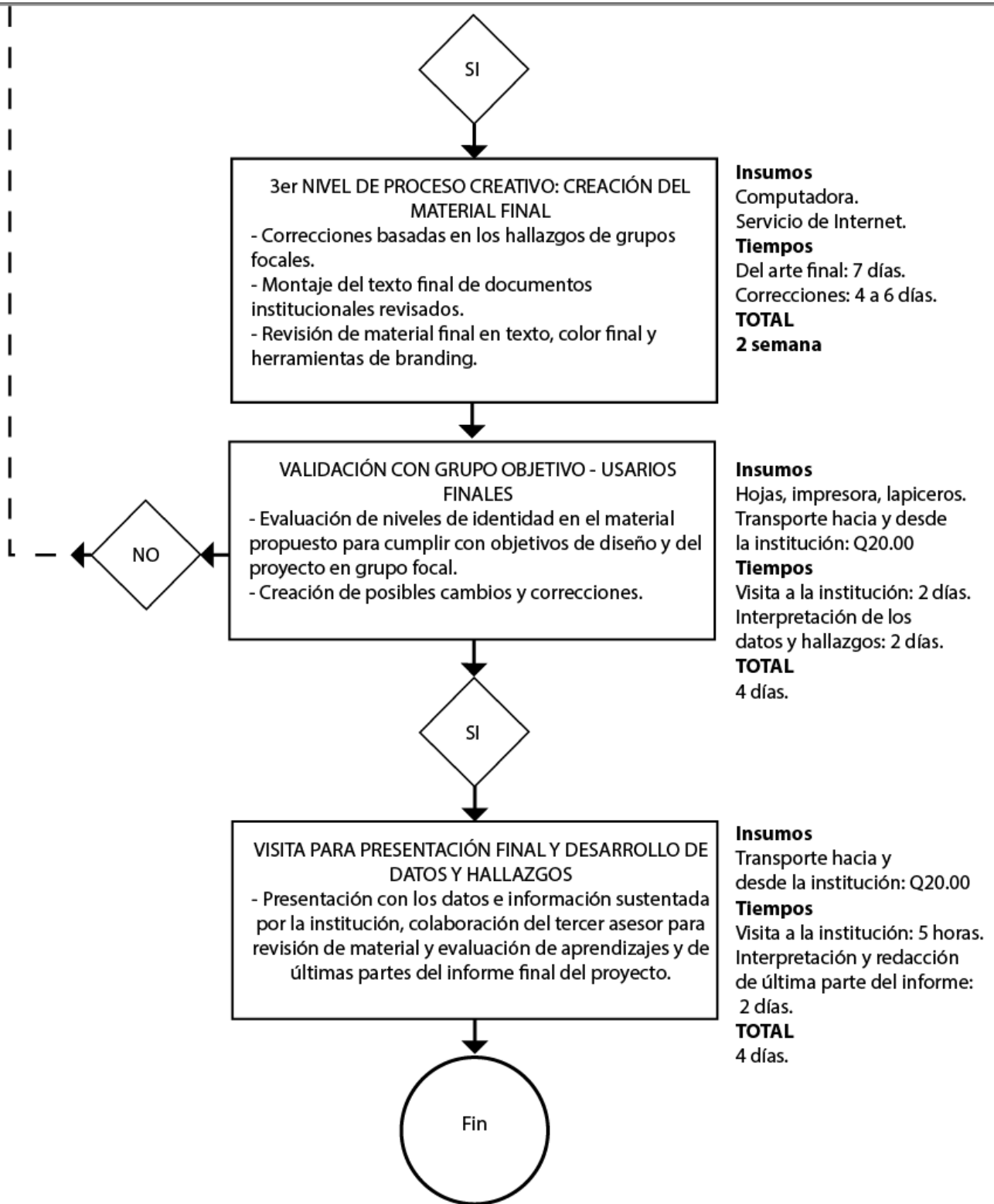
**Tiempos**

- Grupo focal con profesionales: 3 días.
- Interpretación de datos: 2 días.

**TOTAL**

1 semana





# Cronograma

| Actividad  | Septiembre | Octubre  | Noviembre |
|--|------------|----------|-----------|
| Socialización con el equipo de la propuesta electa.                          | Semana 3   |          |           |
| Cambios pertinentes a partir de toma de decisiones por parte del equipo.     | Semana 4   |          |           |
| Cambios pertinentes a partir de toma de decisiones por parte de asesores.    |            | Semana 1 |           |
| Producción.  |            | Semana 2 |           |
| Pruebas de procesos de reproducción y funcionalidad.                         |            | Semana 2 |           |
| Validación.  |            | Semana 3 |           |
| Cambios a partir de la retroalimentación obtenida en la etapa de validación. |            | Semana 3 |           |
| Producción del arte final.   |            | Semana 4 |           |
| Fundamentación del proceso de diseño.  |            | Semana 4 |           |
| <b>Informe final del proyecto</b>  |            |          |           |
| Revisión técnica del informe.  |            |          | Semana 2  |
| Impresión del informe.   |            |          | Semana 2  |
| Entrega del Informe.   |            |          | Semana 3  |

| Actividad   | Julio    | Agosto   | Septiembre |
|---|----------|----------|------------|
| <b>Investigación</b>  |          |          |            |
| Tematización de Marco Teórico   | Semana 3 |          |            |
| Investigación de fuentes secundarias.   | Semana 4 |          |            |
| Análisis de factores que inciden en el proyecto y toma de decisiones de diseño. | Semana 4 | Semana 1 |            |
| Análisis y toma de decisiones de corrientes y estilos de diseño.                | Semana 4 | Semana 2 |            |
| <b>Procesos de diseño</b>   |          |          |            |
| Generar insights por medio de la investigación previa.                          |          | Semana 2 |            |
| Conceptualización.  |          | Semana 2 |            |
| Primer nivel de bocetaje.   |          | Semana 3 |            |
| Primera asesoría.   | Semana 1 |          | Semana 1   |
| Segundo nivel de bocetaje   | Semana 1 |          | Semana 1   |
| Tercera asesoría  |          | Semana 3 |            |
| Propuesta final   |          |          | Semana 1   |



Figura 8. EPS. (Herrera, C. 2017)



# 5

Capítulo

---

**Marco  
Teórico**



# Marco teórico

Cáncer es el conjunto de enfermedades relacionadas con el deterioro de las células según (American Cancer Society 29/01/2016): “El cáncer se puede originar en cualquier parte del cuerpo. Comienza cuando las células crecen descontroladamente sobrepasando a las células normales, lo cual dificulta que el cuerpo funcione de la manera que debería”; las células del cuerpo crecen, se dividen para formar nuevas células según las necesidades del cuerpo. En el cáncer el proceso celular natural se descontrola, las células se vuelven anormales y las células viejas o dañadas sobreviven en vez de ser reemplazadas por una nueva. Estas células empiezan a dividirse de manera descontrolada y a su vez generan masas a las que se conoce como tumores.

Los tumores que son cancerígenos se pueden extender a otros tejidos cercanos, al crecer los tumores, algunas células cancerígenas se separan y trasladarse a lugares distantes del cuerpo por medio del sistema circulatorio o del sistema linfático y formar nuevos tumores extendiendo el cáncer. (Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala “MSPAS” 19/02/16): “En Guatemala, doce de cada 100 mil niños sufren de cáncer y de estos el 45 por ciento son por Leucemia.



Figura 9 . EPS. (Herrera, C. 2017)

Sin embargo la (Fundación Ayúdame a Vivir AYUVI, 2017), indica que el 70 por ciento de los niños atendidos, tiene posibilidades de curarse si el cáncer es diagnosticado a tiempo y recibe un tratamiento adecuado”.

El cáncer en niños debe ser diagnosticado a tiempo, es fundamental para poder tratarlo adecuadamente debido a que en menores de edad el cáncer se extiende sumamente rápido, es de suma importancia prestar atención a



Figura 10. EPS. (Herrera, C. 2017)

los síntomas que padecen los niños y consultar con un médico ante la menor sospecha para descartar cualquier posibilidad o bien poder tratarlo a tiempo. El cáncer en niños tiene mayor posibilidad que dependa de la predisposición genética, pero también puede darse a través de otros factores tales como factores ambientales, infecciones y contaminantes.

(Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño, 2017): “En enero del año 2015 se inició la Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño, la cual es una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer”.

La fundación tiene una proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tienen un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra el cáncer. Tomando en cuenta a las instituciones que velan por el bienestar de su salud. Brindando un soporte social continuó con la integración activa de la sociedad. Los sueños van desde conocer a un deportista o un cantante como comer su comida favorita, juguetes, ropa, conocer lugares; esto se realizan a través de personas independientes, empresas y principalmente organizaciones estudiantiles. Se informan de los diferentes casos por medio de las redes sociales de la fundación y de esta manera contribuyen monetariamente, artículos o bien parte de su tiempo dependiendo de lo requerido.



La fundación ha cumplido más de 250 sueños y actualmente cumple un sueño semanal aproximadamente por lo que es necesario darle unidad a su imagen institucional y para que provoque mayor confiabilidad y profesionalidad en la institución que a su vez proporcione que un mayor número de personas de personas colaboren activamente con la fundación y se sientan seguros de depositar su confianza en la fundación.

La universidad de San Carlos de Guatemala es la más grande y antigua del país sin mencionar que es la única universidad estatal del mismo. Fue fundada durante la colonia española siendo la más prestigiosa institución de educación superior en centroamérica y la única en Guatemala hasta 1954. Al ser una universidad que utiliza fondos del estado y luego de la revolución de 1944 la universidad tuvo una mayor orientación social.

FARUSAC: “El Ejercicio Profesional Supervisado EPS, es un programa de proyección y extensión a las comunidades, donde los estudiantes que han cerrado pensum; bajo la supervisión de profesores; someten a la práctica los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de su carrera, aplicándolos al servicio de la sociedad” La universidad promueve proyectos sociales a lo largo de la carrera universitaria de cada estudiante, pero dentro de estos destaca el ejercicio profesional supervisado EPS, el cual los alumnos llevan a cabo durante un periodo específico de tiempo



Figura 11. EPS. (Herrera, C. 2017)

prestan al servicio de la sociedad guatemalteca los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de su carrera, supervisados por profesionales siendo esta una forma en que la Universidad retribuye a la sociedad guatemalteca el pago de sus impuestos.

En la escuela de diseño gráfico se busca solucionar los problemas de comunicación por medio del diseño gráfico los cuales los alumnos del décimo semestre buscan instituciones sin fines de lucro, los cuales al detectar los problemas de comunicación lo solucionan mediante el diseño de piezas gráficas las cuales son donadas a la institución.

## **Importancia de un manual de identidad gráfica**

(Giorgio Vasari, 1570): “El diseño es el principio que estimula cualquier proceso creativo” El diseño gráfico es una profesión cuya actividad consiste en transmitir mediante la comunicación visual difundiendo mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. El mundo se mantiene en un constante cambio de información y necesidad de personas capaces de poder transmitir esta información de manera visual, El diseño gráfico es inmenso está constituido por diferentes ramas de las cuales algunas son: diseño gráfico publicitario, diseño editorial, diseño de identidad corporativa, diseño web, diseño de envase, diseño tipográfico, cartelería, señalética, entre otros.

La actividad de un diseñador resulta igual de amplia e imprecisa a la hora de definirla. Específicamente, el diseñador gráfico es un creador de ideas que han de expresarse utilizando palabras y/o imágenes y que generalmente resuelven problemas de comunicación visual.

(Tom Peters, El poder de la marca, 2000): “Diferenciarse es hoy cada vez más difícil, ya que los costes de los productos son similares. Por ello, la clave de los negocios está en el «branding», es decir, en el poder de la marca como elemento diferenciador.” Por lo tanto en un mercado tan competitivo como lo es

hoy en día darle personalidad e identidad propia a la marca es esencial para que destaque de las demás y pueda el grupo objetivo identificarse con la misma adueñarse de ella y crear un lazo de lealtad con la misma.

Para que un branding sea eficiente y pueda facilitar su manejo adecuado es necesario un manual de identidad corporativa el cual pueda regir y normar los elementos de la alfabetividad visual en función de la forma, el tamaño, tipografía, color, contraste e imágenes para darle unidad a las piezas gráficas y facilite la identificación de la marca por el grupo objetivo.

Joan Costa: “La identidad corporativa toma como núcleo de comunicaciones de la marca. La crea cuando no existe, la modifica cuando es preciso” Los manuales de marca son caminos de la identidad corporativa los cuales se perciben no sólo mediante medios gráficos sino también por medios verbales, culturales, sonoros y ambientales. La identidad corporativa es una estructura que rige y organiza diferentes tipos de recursos gráficos.

(Manuel Estrada, Cuaderno del equilibrista, 2010): “Logos síntesis máxima. Decir lo máximo con lo mínimo (Brossa). Buscar el contraste/equilibrio entre lo curvo y lo recto, lo masculino y lo femenino, lo cálido y lo frío, lo personal y lo empresarial, la eficacia y la proximidad.” Un logo es un resumen de una

identidad debe expresar el máximo de cualidades características o personalidad que va a representar la marca, el logo aporta rapidez, capacidad de ser el foco visual de la identidad y ser el primer contacto con el grupo objetivo. El logotipo debe ser simple como símbolo de una corporación, empresa u organización encarna ideas complejas y al mismo tiempo es icónico. Steven Heller: “En última instancia cuando la memorización es la meta la complejidad ofrece un rendimiento cada vez menor y la simplicidad sigue siendo la raíz del poder mnemotécnico de un logotipo”. Un logotipo debe ser simple.



Figura 12. EPS. (Herrera, C. 2017)

(Paul Rand, *designer's art*, 1968): “No se puede separar el color de su entorno físico sin que cambien. Al igual ocurre en el diseño, el color es cuestión de relaciones” El uso del color implica en conocimiento, o al menos conciencia no solo de su mecánica sino de los problemas formales, psicológicos y culturales que conlleva. La elección de colores es fundamental, deben reflejar la filosofía y visión de la marca para poder empatizar con el grupo objetivo.

(Emil Ruder, *Manual de diseño editorial*, 2000): “Variación significa hacer resaltar un valor central y someterlo al mayor número posible de transformaciones posibles”, Variación implica cambio la vitalidad de la transformación, frente a la constancia, la inmutabilidad de lo invariable, tomar el aspecto básico transformarlo en diferentes opciones que mantengan unidad gráfica esto con el fin que el diseñado pueda adaptarse a las diferentes necesidades que pueden presentarse. El logotipo de la fundación necesita variaciones que puedan aplicarse según la necesidad de la pieza pero manteniendo unidad.

(Adrian Frutiger, en torno a la tipografía, 2002): “Una tipografía legible encierra el secreto del equilibrio entre lo claro y lo oscuro”. Las letras de nuestro alfabeto están construidas de acuerdo con dos principios fundamentales.

Los trazos oscuros que delimitan el espacio interno y externo de cada letra. La luz penetra en las letras y las palabras a través de las superficies claras lo que permite reconocer una letra. La tipografía debe ser clara y legible para facilitar su entendimiento y asegurar que el mensaje llegue correctamente a sus destinatarios. Por lo que las tipografías que sean seleccionadas deben ser legibles y contar con diferentes pesos esto para poder aportar jerarquías tipográficas y poder hacer énfasis en el mensaje deseado.





Capítulo

# Proceso de Producción Gráfica

---

Nivel 1 de Visualización

Nivel 2 de Visualización

Nivel 3 de Visualización

Fundamentación de la  
Propuesta Gráfica

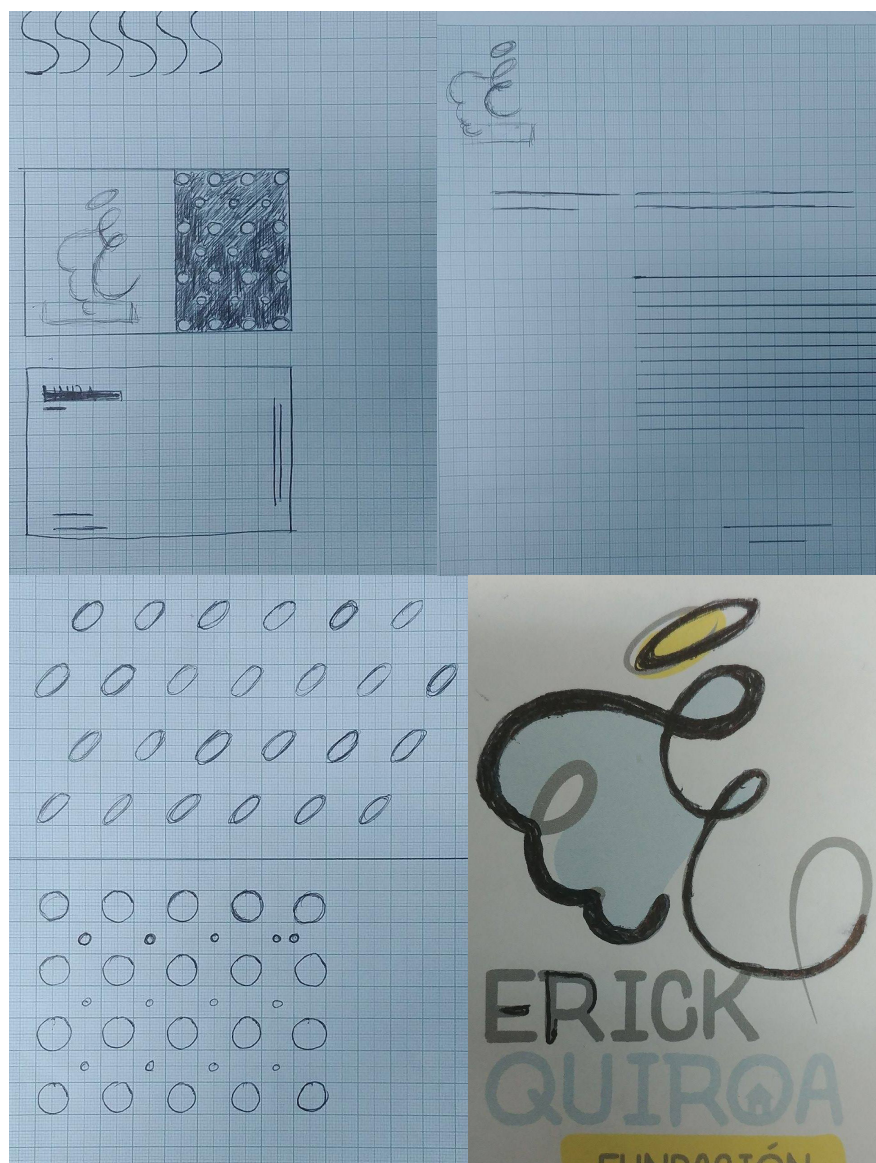


# Bocetaje

## Nivel de visualización 1

Bocetaje a mano

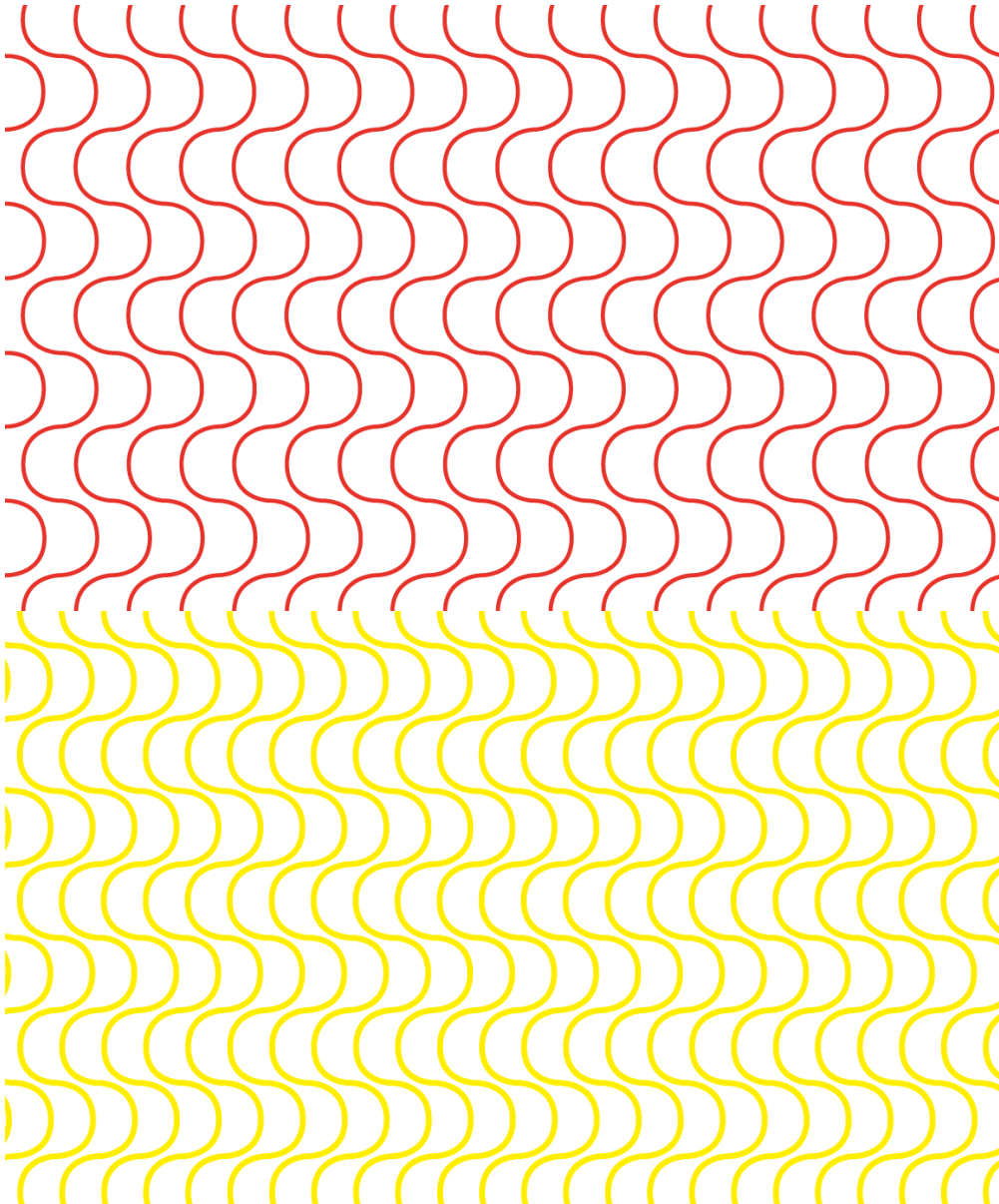
Se realizó una primera etapa de visualización a mano de la tarjeta de presentación, hoja membre-tada, patrones y cambios al logo original para un rediseño del logotipo conservando la idea original.



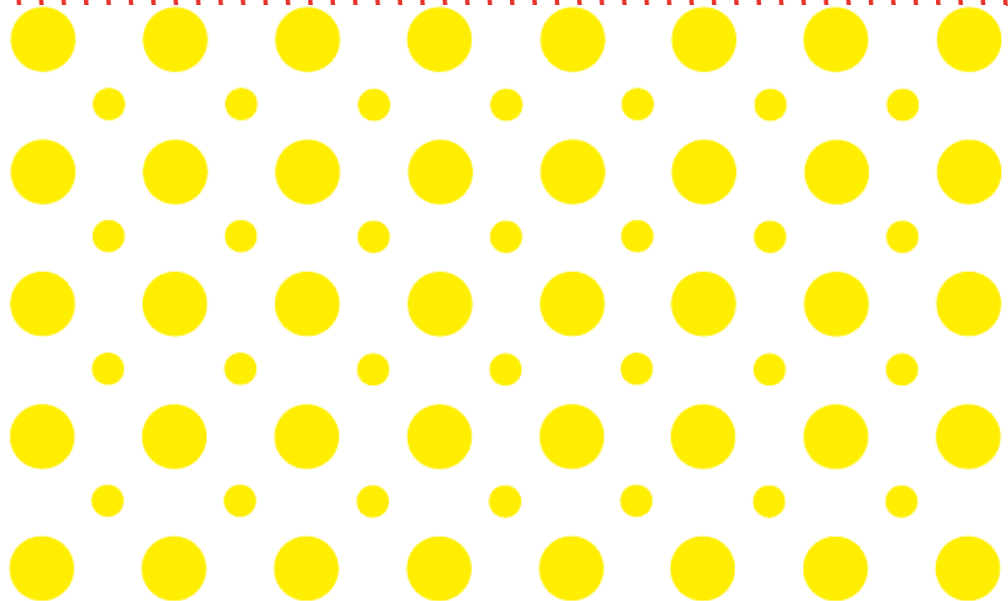
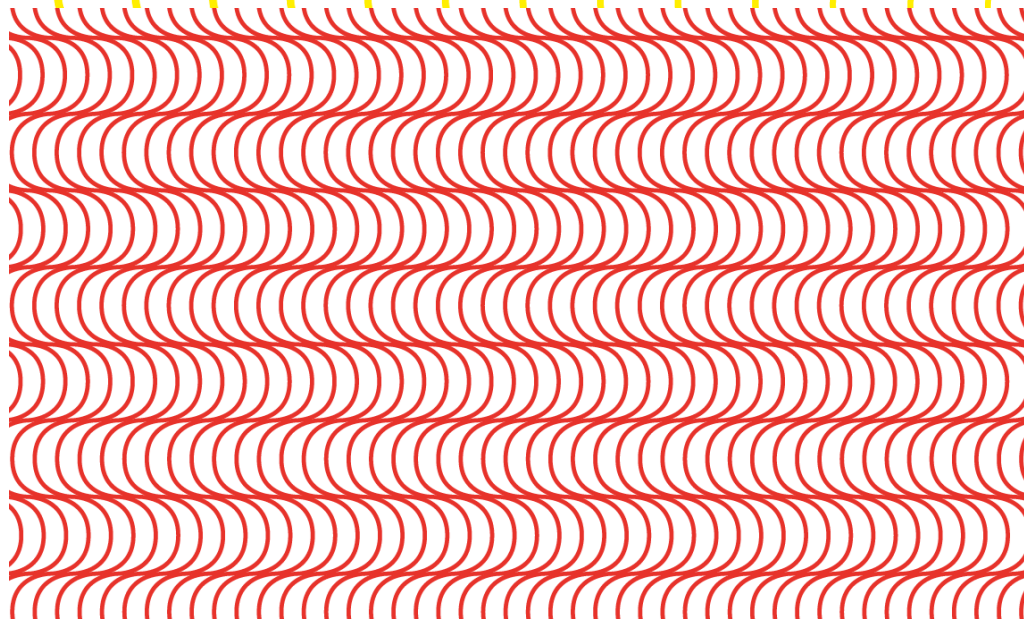
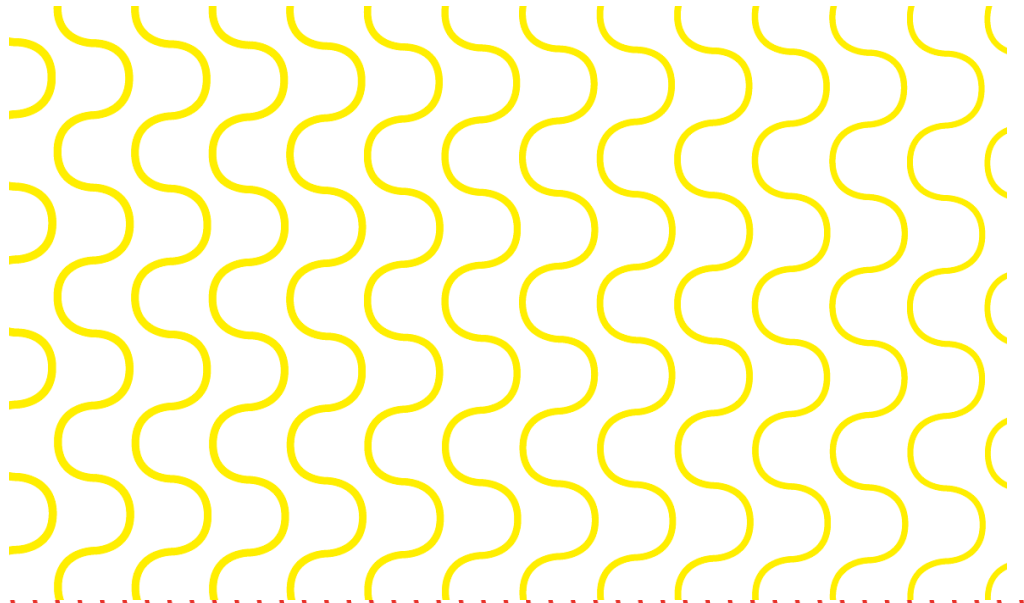
# Nivel de visualización 1

Bocetaje digital

Se digitalizo los bocetos de los patrones sin descartar ninguno para tener una mayor variedad de opciones.







# Autoevaluación

## Piezas para autoevaluación

Se realizó el diseño de 3 tarjetas de presentación con propuestas de la línea gráfica, los colores que se utilizaron son los colores institucionales dados por la fundación los cuales no estaban abiertos a cambios y se evaluó 3 patrones diferentes. Según la tabla de autoevaluación la propuesta 2 es la más viable.



## Tabla de autoevaluación

| Propuestas | Pertinencia | Memorabilidad | Fijación | Legibilidad | Composición | Abstracción | Estilización | Identidad visual | Uso de color | Resultado |
|------------|-------------|---------------|----------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------------|--------------|-----------|
| 1          | 3           | 4             | 3        | 4           | 4           | 3           | 4            | 4                | 3            | 32        |
| 2          | 4           | 4             | 3        | 4           | 4           | 4           | 4            | 4                | 3            | 38        |
| 3          | 2           | 2             | 3        | 3           | 4           | 2           | 4            | 4                | 3            | 23        |

# Nivel de visualización 2

## Evaluación con diseñadores

Se evaluó el diseño de la tarjeta de presentación con diseñadores y entre los cambios sugeridos se encontraban cambiar el color del patrón debido al mal contraste del mismo, centrar los elementos del logotipo para mejorar el equilibrio y cambiar el color gris por negro para evitar futuros problemas de impresión (ver instrumento de validación en anexos 6.1)



## Tipografía

### Principal

Títulos  
Black / Bold  
Uso en mayúsculas y minúsculas

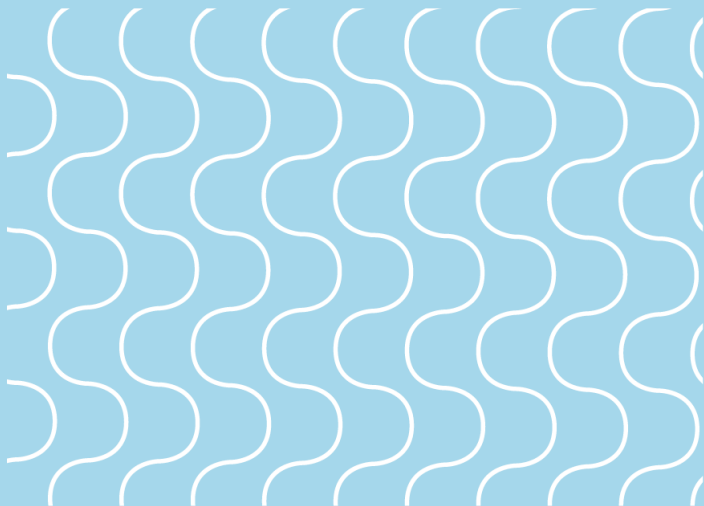
Esta tipografía debe utilizarse únicamente en titulares de piezas gráficas de comunicación institucional de la fundación en sus estilos bold y black según sea necesario.

# Tungsten

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp

Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789 ! " \$ % & / ( ) = ? ¡ \* ^ \_ ,



# Elementos de diseño

# Validación con expertos

En el nivel de visualización 2 se realizó una validación con expertos en el tema de manuales de normas gráficas, por lo que se les proporcionó un PDF con el contenido del manual de normas gráficas.

## **Técnica utilizada para evaluar:**

Puesta en común, Se emplea cuando dos o más personas o grupos exponen sus pensamientos, conocimientos, opiniones, etc., acerca de algo en concreto con el objetivo de extraer las mejores ideas. (ver instrumento de validación en Anexos 6.2)

## **Conclusiones**

- Cambiar la tipografía del subtítulo a la misma del cuerpo de texto
- Llevar al borde el cajón del titular de página
- Cambiar el lugar de la numeración

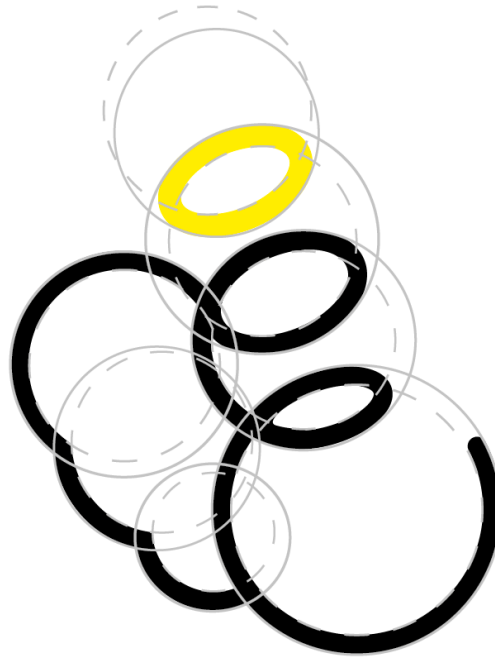
## Antes

### Logotipo y sus usos

#### Isotipo dentro de grilla

La grilla creada para el icono de "E" se basa en una serie de 14 círculos entrelazados.

Para "Erick Quiroa" se utilizó una grilla compuesta del ancho de la letra "l" como elemento X y se repite horizontalmente, verticalmente y de manera inclinada para formar cada una de las letras.



23

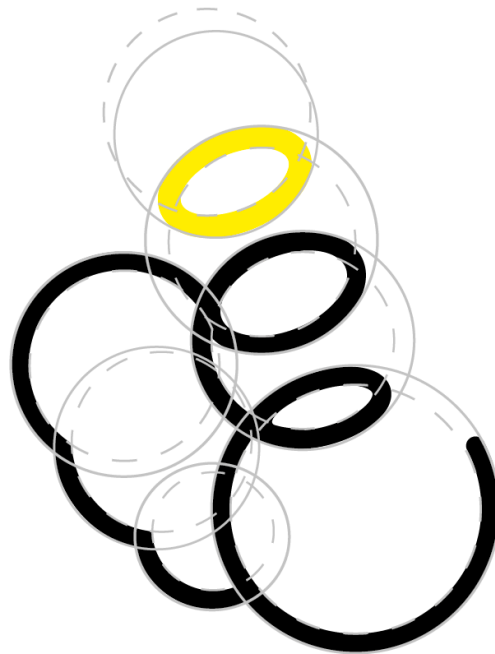
## Después

### Logotipo y sus usos

#### Isotipo dentro de grilla

La grilla creada para el icono de "E" se basa en una serie de 14 círculos entrelazados.

Para "Erick Quiroa" se utilizó una grilla compuesta del ancho de la letra "l" como elemento X y se repite horizontalmente, verticalmente y de manera inclinada para formar cada una de las letras.



23

# Validación con grupo objetivo

En el nivel 3 se realizó validación final con el 10 individuos del grupo objetivo, a quienes se les mostó todo el material, para comprender la línea gráfica y el manual de normas gráficas.

## **Técnica**

Encuesta (ver anexo 6.3)

## **Conclusiones y cambios:**

Agrandar la imagen de las redes sociales para poder apreciar el post de fb

Agrandar el tamaño de la letra de la tarjeta de presentación.

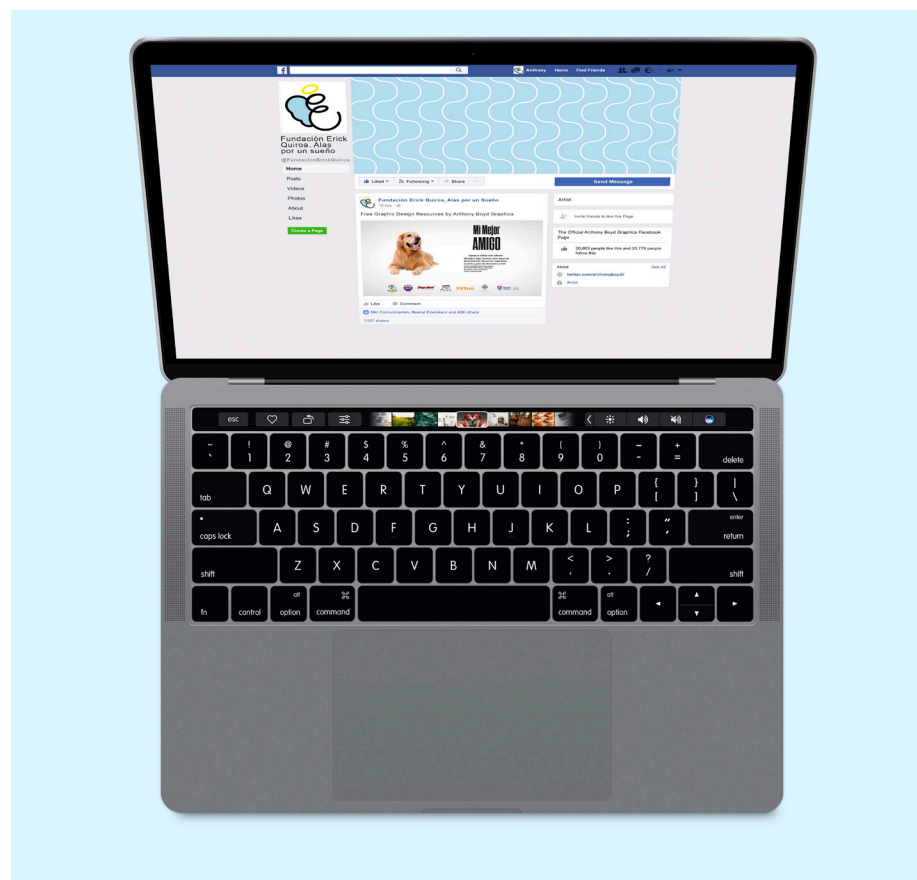
- 10/10 encuentran la tipografía legible
- 10/10 consideran que los colores utilizados en las piezas se identifica con los colores institucionales
- 10/10 consideran que las piezas poseen concordancia y unidad entre sí
- 10/10 consideran que las piezas son funcionales
- 10/10 Considera que el manual es facil de entender



## Antes



## Después



**Antes**



**Después**

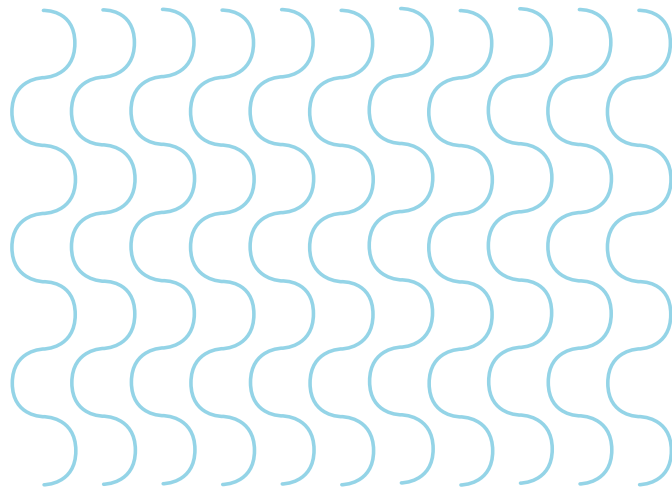


# Fundamentación de la Propuesta Gráfica

Se rediseño el imagotipo en base figuras geométricas utilizando círculos para el isotipo y para el logotipo se usó tipografías geométricas San Serif que contrastan con el imagotipo y que transmitan una imagen profesional.



Para los elementos de diseño se realizó un patrón a través de la abstracción de los semicírculos utilizados en el isotipo creando módulos en repetición formando una especie de onda que simula las ondas alfa la cual es una analogía al concepto creativo compartiendo sueños, las ondas alfa se producen en el cerebro en la primera etapa del sueño.



Las tipografías utilizadas fueron tungsten para los titulares debido su personalidad fuerte aportada por ser una tipografía condensada con bordes pronunciados ideal para titulares y proporcionar una jerarquía visual adecuada y brandon grotesque una tipografía legible que cuenta con una familia diversa lo cual permite establecer una correcta jerarquía tipográfica en los cuerpos de texto.

## Tungsten

Aa Bb Cc Dd EeffGg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789 !".\$%&/()=?;:\*` \_.,

## Brandon Grotesque

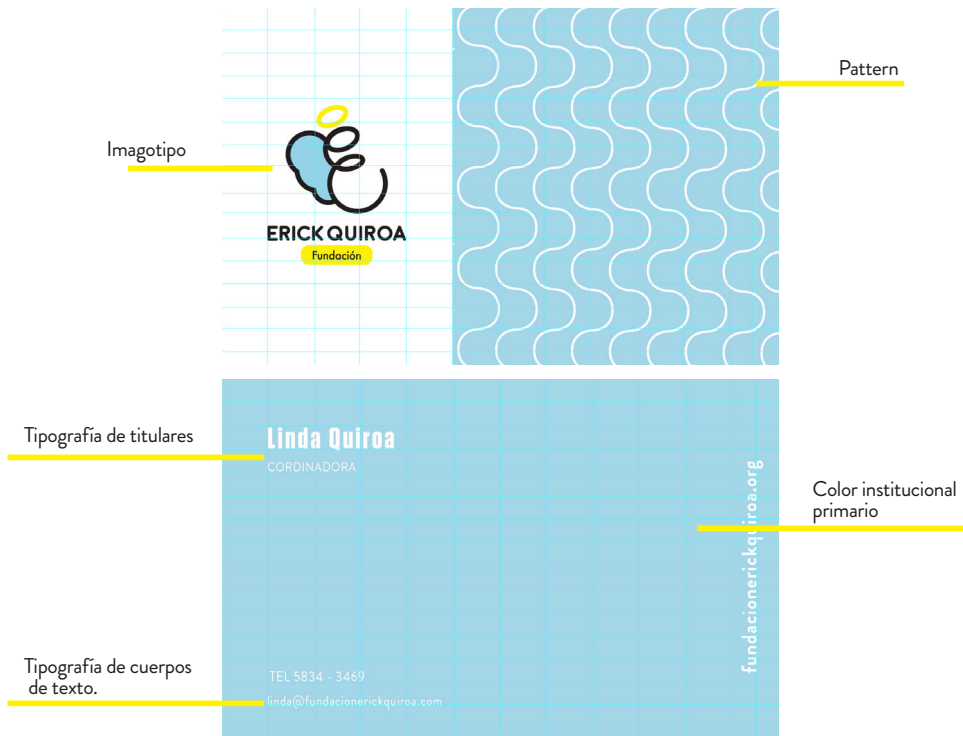
Aa Bb Cc Dd EeFfGg Hh Ii Jj Kk Ll

Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv

Ww Xx Yy Zz


0123456789 !".\$%&/()=?;:\*` \_.,

El layout responde a una retícula de columnas 12 columnas, formato 3.5 x 2 pulgadas



El layout responde a una retícula de columnas 12 columnas, formato carta.

Logo



Guatemala,  
25 de octubre del 2016

Licda Ileana Reyna:  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Deseándoles éxitos en sus actividades nos dirigimos a ustedes para hacer constar que el alumno Christian Alexander Herrera Soberanis a sido aceptado en la fundación Erick Quiroa. Alas por un Su año para realizar el ejercicio profesional supervisado EPS. Sin nada mas que agregar me despido cordialmente de usted deseándole la mejor de las suertes.

Linda Quiroa  
Cordinadora

Fundación Erick Quiroa      fundacionerickquiroa@gmail.com      facebook.com/FundacionErickQuiroa

Color institucional primario

Pattern

# Nivel de visualización 3

Manual de normas gráficas

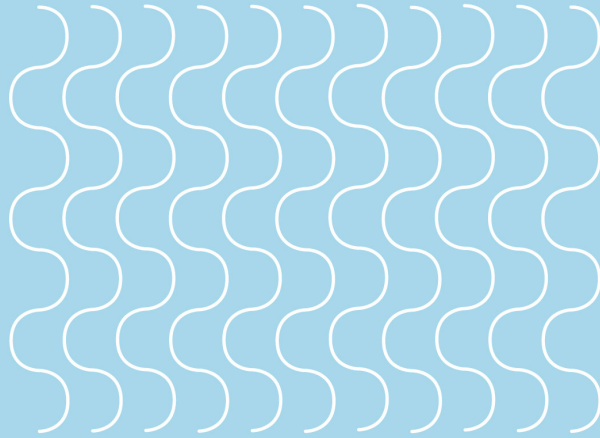
**REDISEÑO DE LOGOTIPO  
Y MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS**  
PARA LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA,  
ALAS POR UN SUEÑO.

|               |           |              |           |                     |
|---------------|-----------|--------------|-----------|---------------------|
| <b>ÍNDICE</b> | <b>9</b>  | Introducción | <b>19</b> | Logotipo y sus usos |
|               | <b>37</b> | Tipografía   | <b>41</b> | Colores             |

**47** Elementos de diseño

**51** Estilo de imagen

**55** Aplicaciones



# Introducción

9



Somos una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Además con un enfoque en proyección social, donde mas allá de cumplir sueños, tenemos un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra el cáncer.

Tomando en cuenta a las instituciones que velan por el bienestar de su salud. Brindando un soporte social continuo con la integración activa de la sociedad.

11

# Misión

12

Cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Cerrar un círculo en su vida generando una sonrisa y hacerlos olvidar por un día su enfermedad.

Proporcionar a los padres de familia la satisfacción de ver la felicidad de sus hijos al cumplir los sueños, que ellos por su situación económica no pueden alcanzar.

13

# Visión

14

Llegar a cada niño con cáncer que lo necesite. Crecer, brindando ayuda colateral, contando cada día con más personas donadoras de sueños y voluntarios que se unan a nuestra causa. Llevando a cabo los proyectos sociales y humanitarios en pro de los niños y niñas con cáncer y sus familias.

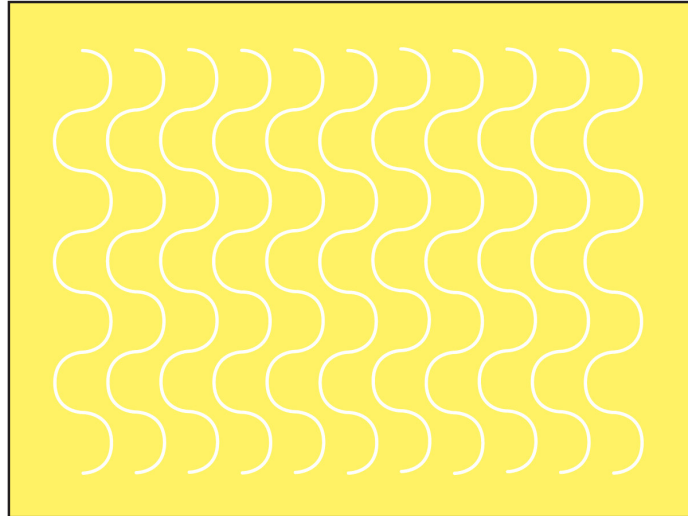
15



16

En el contenido del siguiente documento se presenta las normas para la aplicación correcta de logotipo de Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño.

En este tomo se encontrarán las formas correctas del uso de color, aplicaciones del logotipo, tipografía, icono y aplicaciones correctas en materiales impresos y digitales entre otras.



**Imagotipo y sus usos**

Imagotipo lineal y full color



**ERICK QUIROA**

Fundación



**ERICK QUIROA**

Fundación

22

**Imagotipo y sus usos**

Isotipo full color

La parte más reconocida de la marca, sintetiza visualmente la personalidad, valores y carácter de la fundación.



20

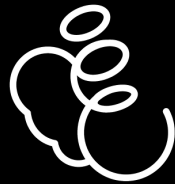
**Imagotipo y sus usos**

Imagotipo positivo y negativo



**ERICK QUIROA**

Fundación



**ERICK QUIROA**

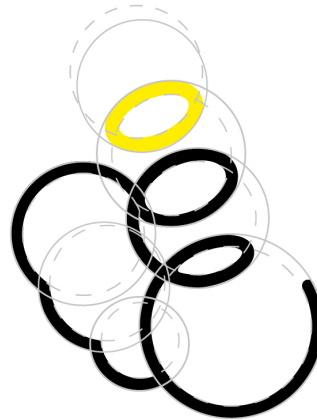
Fundación

## Imagotipo y sus usos

### Isotipo dentro de grilla

La grilla creada para el icono de "E" se basa en una serie de 14 círculos entrelazados.

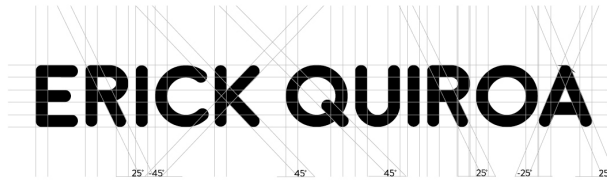
Para "Erick Quiroa" se utilizó una grilla compuesta del ancho de la letra "I" como elemento X y se repite horizontalmente, verticalmente y de manera inclinada para formar cada una de las letras.



23

## Imagotipo y sus usos

### Logotipo dentro de grilla



24

## Imagotipo y sus usos

### Logotipo dentro de grilla



25

## Imagotipo y sus usos

### Espaciado entre elementos

El espaciado entre los elementos se toma como referencia la "o" de la palabra fundación y se toma como elemento "X" para medir el espaciado vertical por medio de la altura de la "o".



26

## Imagotipo y sus usos

### Area segura del imagotipo

Area segura de imagotipo se basa en la circunferencia mas grande del logotipo calculando el espacio de la parte mas externa.



27

## Imagotipo y sus usos

### Usos incorrectos



No se debe cambiar la tipografía del imagotipo



No se debe cambiar el color de los elementos en su versión lineal



No se debe cambiar la proporción de los elementos

28

## Imagotipo y sus usos

### Usos incorrectos



No se debe cambiar la proporción del logotipo



No se debe cambiar el color de elementos en su versión full color



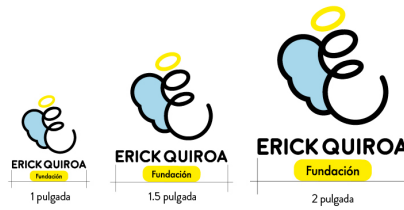
No se debe cambiar el orden de los elementos

29

## Imagotipo y sus usos

### Tamaños de reducción mínima de imagotipo

El tamaño mínimo de reducción del imagotipo debe ser de 1 pulgada para que aun sea legible.

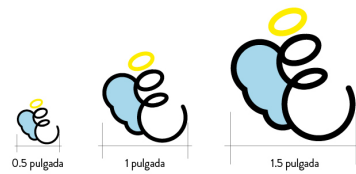


30

## Imagotipo y sus usos

### Tamaños de reducción mínima de isotipo

El tamaño mínimo de reducción del isotipo debe ser de 0.5 pulgadas para que aun sea legible.



31

## Imagotipo y sus usos

Uso de imagotipo positivo a color



Este imagotipo debe utilizarse únicamente en fondos blancos para materiales realizados a una sola tinta.



32

## Imagotipo y sus usos

Uso de imagotipo positivo



Este logotipo debe utilizarse únicamente en fondos blancos para materiales realizados a escala de grises o a blanco y negro.



33

## Imagotipo y sus usos

Uso de imagotipo negativo



Este logotipo debe utilizarse sobre fondos oscuros o fondos de los colores institucionales.



34



## Imagotipo y sus usos

Uso de imagotipo full color

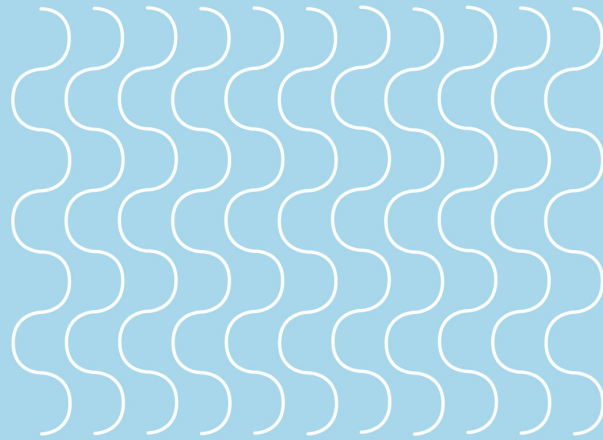


**ERICK QUIROA**  
Fundación

El logotipo principal debe utilizarse únicamente en fondos blancos o fondos claros.



35



# Tipografía

37

## Tipografía

### Principal

Títulos  
Black / Bold  
Uso en mayúsculas y minúsculas

Esta tipografía debe utilizarse únicamente en titulares de piezas gráficas de comunicación institucional de la fundación en sus estilos bold y black según sea necesario.

# Tungsten

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp

Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

0123456789 !" \$%&'()\*+,-?@`~.,

38

## Tipografía

### Secundaria

Cuerpos de texto  
Light/Regular/Medium/Bold  
Uso en mayúsculas y minúsculas

Esta tipografía debe utilizarse para cuerpos de texto de piezas gráficas tanto de comunicación externa como interna de la fundación en sus estilos light, regular, medium o bold según sea necesario.

# Brandon Grotesque

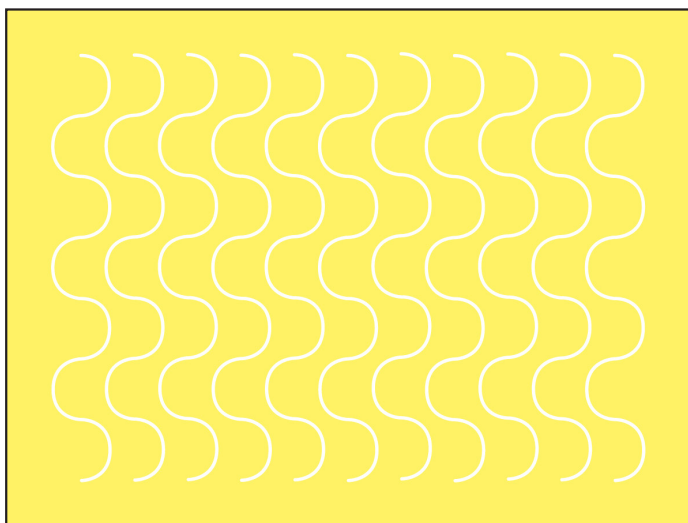
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll

Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv

Ww Xx Yy Zz

0123456789 !" \$%&'()\*+,-?@`~.,

39





**Colores**

El código CMYK sirve para medios impresos tanto para impresión digital, inkjet o litográfica.

El código RGB para medios digitales.

El pantone es una tinta especial utilizada para impresión litográfica

C: 39 M: 2 Y: 7 K: 0

R: 166 G: 215 B: 235

Pantone P 110-11U

42

**Colores**

El amarillo al 100% debe utilizarse solo en el imatipio full color y el amarillo al 70% puede utilizarse en fondos y en piezas gráficas menos en tipografía.

100%

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

R: 255 G: 237 B: 0

70%

Pantone P process yellow U

43

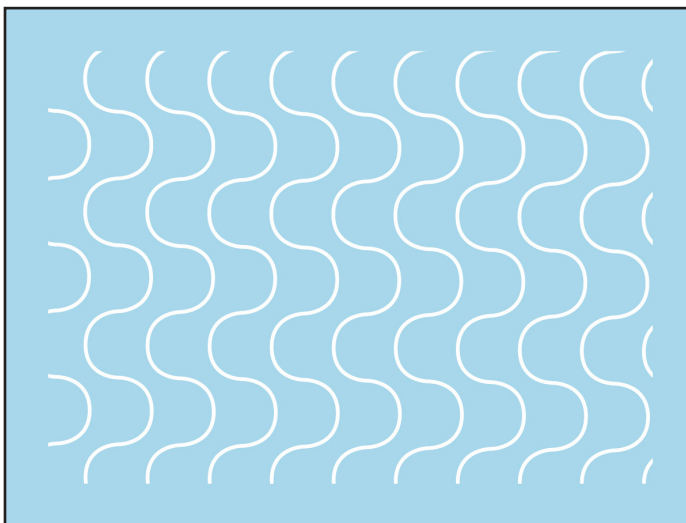
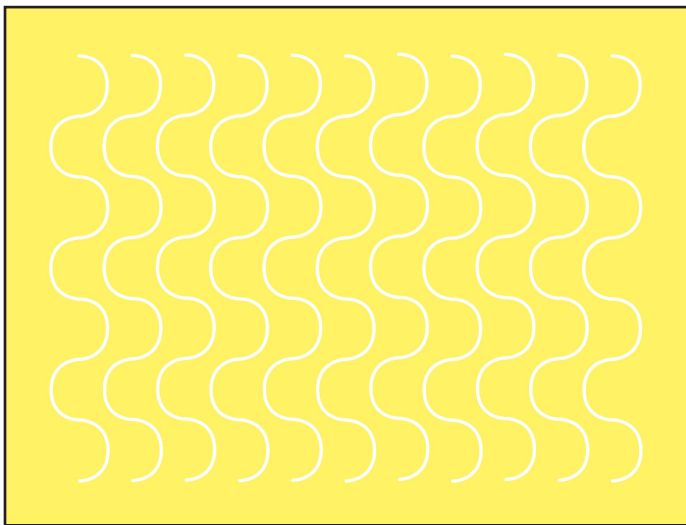
Colores

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

R:0 G:0 B:235

Pantone P process black U

44



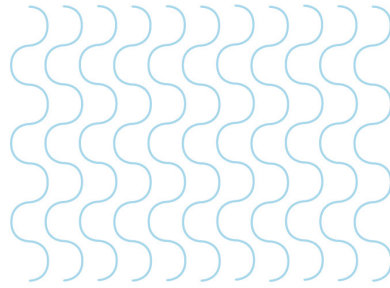
# Elementos de diseño

47

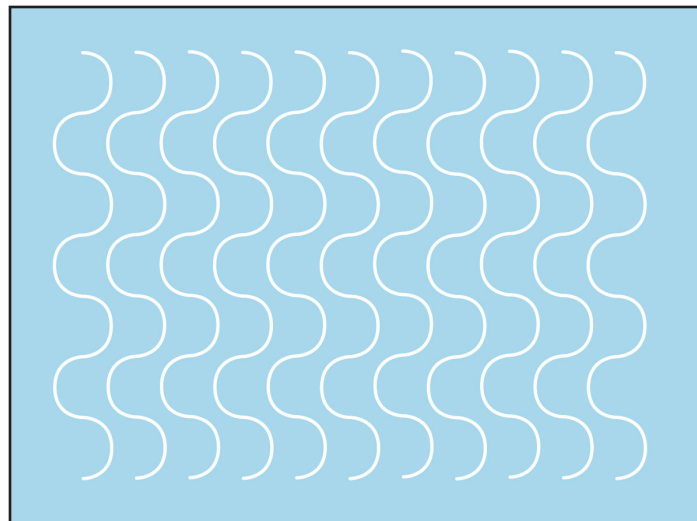
## Elementos de diseño

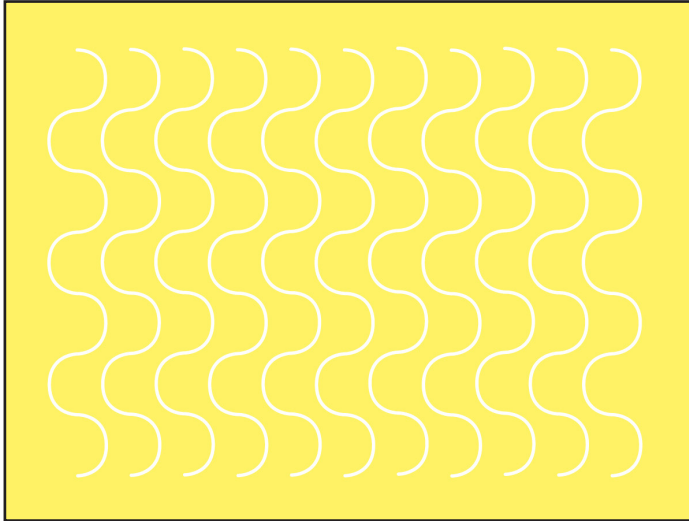
### Patrón

El patrón se compone de la abstracción de los semicírculos que conforman el isotipo formando modelos en repetición.



48






# Estilo de imagen

51

**Estilo de imagen**

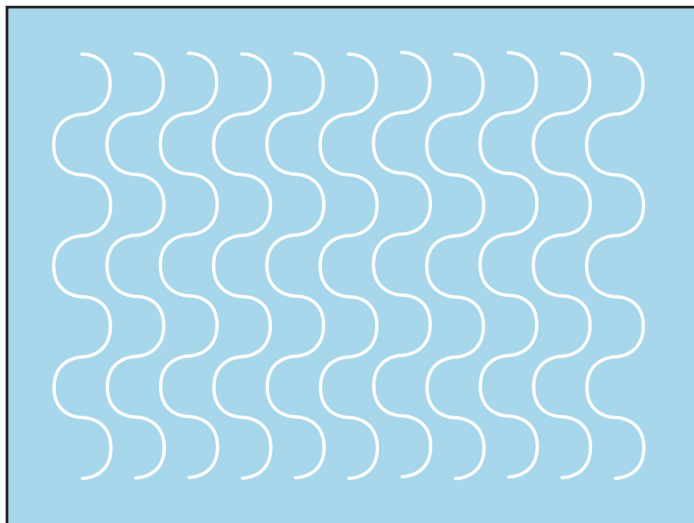
Las fotografías utilizadas para las piezas de comunicación se recomienda que sean niños con expresiones de felicidad.



52



53

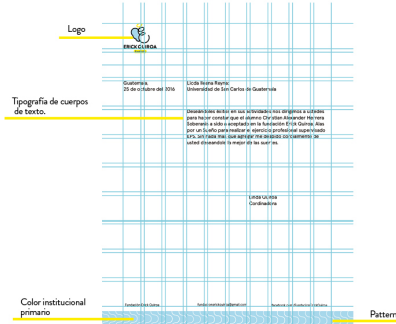


55

## Aplicaciones

### Paperería

El layout responde a una retícula de columnas 12 columnas, formato carta.

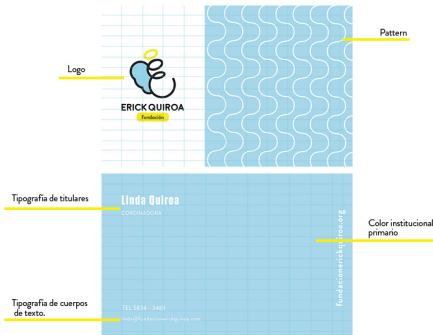


56

## Aplicaciones

### Paperería

El layout responde a una retícula de columnas 12 columnas, formato 3.5 x 2 pulgadas.

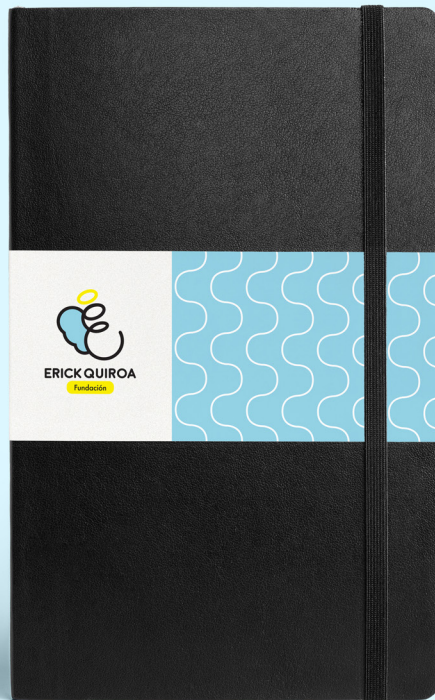
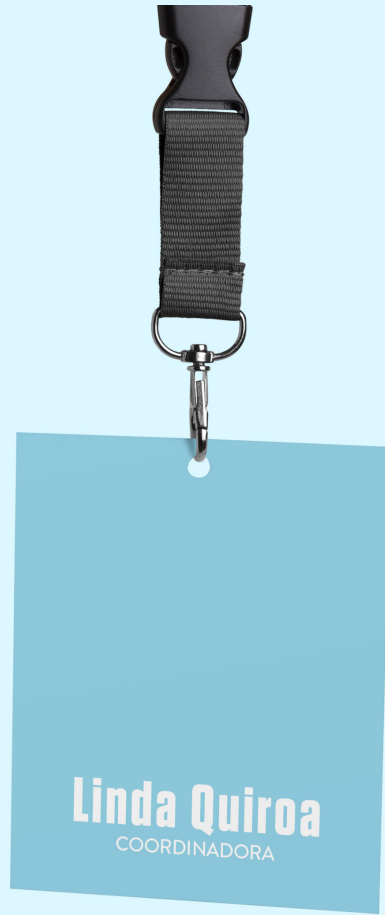


58











Erick Leonel Quiros Ramos, un niño de 12 años que hacía todo lo que a esa edad hace cualquier niño. Le encantaba el fútbol, los videojuegos, fanático del Barcelona.

El 15 de marzo del 2011, dio un giro en su vida y en la de su familia, cuando después de muchos exámenes por fiebres sin causa, le diagnosticaron Leucemia Linfoblástica Aguda. Su fortaleza y madurez con que siempre enfrentó la enfermedad, lo llevó a mantener a su familia positiva.



@FundacionErickQuiros



facebook.com/FundacionErickQuiros



23100381



34 avenida "A" 3-65 zona 1  
Barrios Amigos como Fundación  
Erick Quiros

## Nosotros

Somos una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Además, con un enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tenemos un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra el cáncer.



## Nuestra Visión

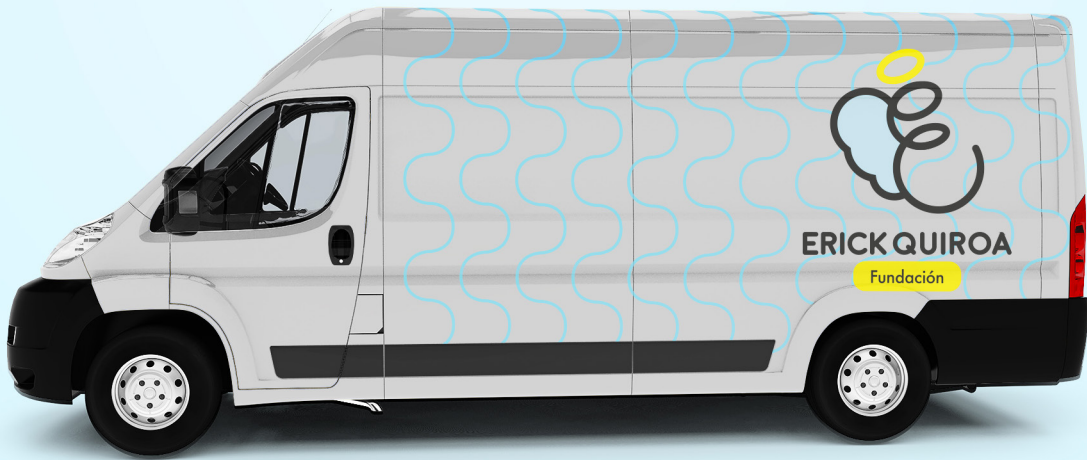
Llegar a cada niño con cáncer que lo necesita. Crecer, brindando ayuda colateral, contando cada día con más personas donadoras de sueños y voluntarios que se unan a nuestra causa. Llevando a cabo los proyectos sociales y humanitarios en pro de los niños y niñas con cáncer.

## Nuestra Misión

Cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Cerrar un círculo en su vida generando una sonrisa y hacerlos olvidar por un día su enfermedad.  
Proporcionar a los padres de familia la satisfacción de ver la felicidad de sus hijos al cumplir los sueños, que ellos por su situación económica no pueden alcanzar.







## Brochure





# NOSOTROS

Somos una fundación no lucrativa enfocada a cumplir sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Además con un enfoque en proyección social, donde más allá de cumplir sueños, tenemos un compromiso humanitario para las necesidades de la niñez guatemalteca que lucha contra el cáncer. Tomando en cuenta a las instituciones que valen por el bienestar de su salud. Brindando un soporte social continuo con la integración activa de la sociedad.

Erick Leonel Quiroa Ramos, un niño de 12 años que hacía todo lo que a esa edad hace cualquier niño. Le encantaba el fútbol, los videojuegos, fanático del Barcelona.

El 15 de marzo del 2011, dio un giro en su vida y en la de su familia, cuando después de muchos exámenes por fiebres sin causa, lo diagnosticaron Leucemia Linfoblástica Aguda. Su fortaleza y madurez con que siempre enfrentó la enfermedad, lo llevó a mantener a su familia positiva.

En la semana 78 del nuevo tratamiento la familia recibió la peor noticia, el 9 de mayo del 2014, el cáncer volvió y esta vez sin posibilidad de sobrevivir.

Erick siempre dijo que su sueño era ir a ver jugar al Barcelona, en el famoso Camp Nou. A pesar del último diagnóstico, toda la familia y amigos se unieron para cumplir su sueño. El cual se hizo realidad el 17 de mayo, donde partió a Barcelona, sin el saber su diagnóstico final.

El 1 de agosto de 2014, a sus 16 años Erick Quiroa perdió la batalla contra el cáncer, después de luchar como un héroe hasta el último momento. Dio una enseñanza de valor a la vida hacia todas las personas.



# MISIÓN

Cumplir los sueños de niños, niñas y adolescentes con cáncer. Cerrar un círculo en su vida generando una sonrisa y hacerlos olvidar por un día su enfermedad. Proporcionar a los padres de familia la satisfacción de ver la felicidad de sus hijos al cumplir los sueños, que ellos por su situación económica no pueden alcanzar.

# VISIÓN

Llegar a cada niño con cáncer que lo necesite. Crecer, brindando ayuda colateral, contando cada día con más personas donadoras de sueños y voluntarios que se unan a nuestra causa.

Llevando a cabo los proyectos sociales y humanitarios en pro de los niños y niñas con cáncer y sus familias.



# Conclusiones

Capítulo

Lecciones aprendidas

---

Conclusiones

Recomendaciones: A la institución respecto a la publicación o reproducción del material. A futuros estudiantes de Proyecto de Graduación y a la Escuela de Diseño Gráfico.

Fuentes Consultadas

Glosario

Anexo



# Lecciones aprendidas

Durante el proceso para llevar a cabo el material propuesto se debe mantener una comunicación con la institución para poder solicitar información la cual serviría para poder llevar a cabo los materiales el informe final.

Al detectar problemas de comunicación con la institución o si la institución no tiene la información necesaria para llevar el proyecto se debe cambiar de institución a la brevedad ya que este problema puede agravarse con el tiempo e interferir con el proyecto.

La conceptualización es vital para una propuesta pertinente, que realmente responda a las necesidades sociales e institucionales. Se debe de tener en claro lo que se espera obtener, mantener la mirada en los objetivos planteados durante este largo proceso.

# Conclusiones

Se logró crear una comunicación institucional efectiva la cual permitió darle una nueva personalidad a la fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño y mostrarla como una institución mas seria y profesional.

Se logró mejorar los procesos de comunicación externa al darle una unidad visual a las piezas de comunicación de manera que la difusión de la información de actividades realizadas por la Fundación Erick Quiroa, Alas por un sueño tenga una imagen más formal acorde a la fundación

Se logró rediseñar su logotipo y brindar unidad a la imagen institucional mediante un manual de normas gráficas para mayor formalidad, credibilidad y confianza en la fundación ante el grupo objetivo.

# Recomendaciones

## **A la institución respecto a la publicación o reproducción del material.**

- Realizar pruebas de impresión antes de realizar tirajes largos
- Revisar los textos que no tenga faltas ortográficas
- Usar el código CMYK para medios impresos tanto para impresión digital, inkjet o litográfico y utilizar el código RGB para medios digitales
- Las hojas membretadas deben ser tamaño carta
- Se recomienda reproducir las tarjetas de presentación en un papel mate como opalina

## **A futuros estudiantes de Proyecto de graduación**

- Buscar instituciones que tienen proyectos a realizar ya que si la institución debe generar la información, se atrasa y dificulta el proceso
- Al realizar materiales que se van a im-

primir hacer que la institución firme un documento que libere de cualquier responsabilidad al diseñador luego de ser aprobado el diseño

- No dedicarle tanto tiempo a las piezas gráficas al final es el informe lo que importa
- Cambiarse de carrera, no estudien diseño gráfico

## **A la Escuela de Diseño Gráfico**

Buscar que los proyectos se adapten a las necesidades de comunicación de la institución más allá de los requisitos impuestos por la universidad ya que si la institución no puede cubrir la producción de todos los materiales tan solo se vuelve una pérdida de tiempo.

# Presupuesto

## De diseño

|  |           |
|--|-----------|
| Logotipo   | Q2,500.00 |
| Manual de normas gráficas  | Q7,000.00 |
| Diseño de hoja membretada  | Q300.00   |
| Diseño de tarjetas de presentación   | Q400.00   |
| Diseño de sobre  | Q200.00   |
| Diseño de carpeta  | Q500.00   |
| Diseño de trifoliar  | Q1,000.00 |
| Diseño de brochure   | Q1500.00  |
| Empaque  | Q1500.00  |
| Adaptación del arte de playera, gorra, bolsa, etc. Precio individual Q373.06 X 4 = | Q1,492.24 |
| Facebook - Profile (Cover + Profile pic)   | Q624.00   |
| Impresión de prototipos finales  | Q370.00   |

**Total** **Q17,386.24**

Este monto es una donación para la Fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño por parte del alumno Christian Alexander Herrera Soberanis y la Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## De reproducción

|   |                |
|---|----------------|
| Hoja membretada 500 unidades                  | Q125.00        |
| Tarjetas de presentación 300 unidades         | Q150.00        |
| Trifoliar bond 120 tiro y retiro 100 unidades | Q175.00        |
| Impresión de manual hojas bond 120 35 hojas   | Q375.00        |
| Pasta suave                                   | Q75.00         |
| <b>Total</b>                                  | <b>Q900.00</b> |

## Visión Digital

2a calle 17-88 zona 15 VHII, CC. Pacific Vista Hermosa.  
2320 3000



# Referencias Bibliográficas

## Libros

Cruz, N. (2016). Supersignos. 1st ed. Madrid.

Frascara, J. (2000). Diseño para la gente. Ediciones In nito. Buenos Aires, Argentina.

García, S. (2015). Cáncer Infantil. [online] Deguate. Available at: [http://www.deguate.com/artman/publish/salud\\_salud/cancer-infantil.shtml](http://www.deguate.com/artman/publish/salud_salud/cancer-infantil.shtml) [Accessed 23 Nov. 2017]. fundación ante el grupo objetivo.

Peters, T., & Aparicio Aldazabal, R. (2012). 50 claves para hacer de usted una marca. Barcelona: Deusto.

Rand, P. A designer's art. New Haven: cop. 2000.

Ruder, E. (1992). Manual de diseño tipográfico. México: McGraw-Hill.

Thomas.R. (S.F). Flat Design Trends 2016. UXPin Inc

## Páginas Web

Instituto Nacional de Cáncer. (2016). ¿Qué es el cáncer?. [online] Available at: <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/naturaleza/que-es> [Accessed 23 Nov. 2017].

# Glosario

## **B**

### **Branding**

Proceso de hacer y construir una marca mediante la administración estratégica del conjunto total de activos vinculados en forma directa o indirecta.

## **C**

**Cromático:** De los colores o relacionado con ellos.

## **E**

### **Estereotipo**

Modelo de cualidades o conducta.

## **F**

### **Flujograma**

Representación gráfica de un proceso determinado.

## **I**

### **Identidad**

Es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización.

## **Insight**

La forma en que el consumidor piensa o siente.

## **L**

### **Linfoblástica**

Arte y la técnica en el manejo y selección de tipos para crear trabajo

## **M**

### **Mnemotecnia**

mnemotecnia es el proceso intelectual que consiste en establecer una asociación o vínculo para recordar una cosa.

## **O**

### **Oncología**

Parte de la patología que estudia los tumores y su tratamiento.

# Anexos

## 3.1 Tabla comparativa de piezas gráficas

| Pieza                    | Ventajas  | Desventajas  |
|--------------------------|---|--|
| Hoja membretada          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos bajos de impresión</li> <li>- Uso diario</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mal gasto ecologico</li> </ul>  |
| Mupi                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mayor número de personas a las que llegará el mensaje</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costo alto de publicación</li> <li>- Mensaje corto, el tiempo de vista es rápido</li> </ul> |
| Tarjeta de presentación  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar a conocer la institución</li> <li>- Buena primera impresión</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mal gasto ecologico</li> </ul>  |
| Post para redes sociales | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costo bajo o nulo de publicación</li> <li>- Eco friendly</li> <li>- Alto número de receptores del mensaje</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Si el G.O. no se identifica con el mensaje el alcance puede ser corto.</li> </ul>           |
| Gafete                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ayuda a identificar a los miembros de la fundación</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solo son útiles en eventos externos</li> </ul>  |
| trifoliar                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opción de implementar más texto</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costo de reproducción</li> </ul>  |
| Brochure                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opción de implementar más texto</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costo de reproducción</li> </ul>  |
| Recibo                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costos bajos de impresión</li> <li>- Uso diario</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mal gasto ecologico</li> </ul>  |
| Uniforme                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso diario</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costo de producción</li> </ul>  |
| Postal                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar a conocer la institución</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mal gasto ecologico</li> </ul>  |

### 3.2 Tabla indicadora de insight 1

| Indicadores de un insight  | Si | No |
|--|----|----|
| ¿Genera un sentimiento?  | X  |    |
| ¿Es fácil de entender?   | X  |    |
| ¿Se relaciona con una característica del G.O.?   | X  |    |
| ¿El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizado? | X  |    |
| De 1 a 10 ¿qué tanto se relaciona el insight?  | 9  |    |

### 3.3 Tabla indicadora de insight 2

| Indicadores de un insight  | Si | No |
|--|----|----|
| ¿Genera un sentimiento?  | X  |    |
| ¿Es fácil de entender?   | X  |    |
| ¿Se relaciona con una característica del G.O.?   | X  |    |
| ¿El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizado? | X  |    |
| De 1 a 10 ¿qué tanto se relaciona el insight?  | 10 |    |

### 3.4 Tabla indicadora de insight 3

| Indicadores de un insight  | Si | No |
|--|----|----|
| ¿Genera un sentimiento?  | X  |    |
| ¿Es fácil de entender?   | X  |    |
| ¿Se relaciona con una característica del G.O.?   | X  |    |
| ¿El insight es aplicable a la mayoría del G.O. según la observación e investigación realizado? | X  |    |
| De 1 a 10 ¿qué tanto se relaciona el insight?  | 8  |    |

## 6.1 Instrumento de validación del primer nivel de visualización

Nombre:

Profesión y cargo:

### ENCUESTA DE VALIDACIÓN DEL MATERIAL:

La encuesta que a continuación se detalla, tiene únicamente carácter académico, su finalidad es validar el material gráfico presentado y se ruega responder con la mayor veracidad posible, no tiene ninguna implicación posterior para el encuestado.

¿Cómo califica el nivel de legibilidad de la tipografía utilizada?

- Excelente
- Bien
- Necesita mejorar

¿Considera que el contenido del material es fácil de entender?

- Si
- No
- Porque?:\_\_\_\_\_

¿Los colores utilizados dentro del manual reflejan la identidad institucional de la fundación?

- Si
- No
- Porque?:\_\_\_\_\_

¿Considera que el material comunica la identidad a través de los elementos que le componen?

- Si
- no
- Necesita mejorar

## 6.2 Instrumento de validación del segundo nivel de visualización

El segundo nivel de visualización fue validado con expertos en el tema para lo cual se validó con Pablo Zeceña director de arte de Anti Studio, Jose Muñoz director de arte de estudio Krft y Verónica Morales diseñadora del teatro nacional.

### Instrumento de Validación del segundo nivel de visualización

La encuesta que a continuación se detalla, tiene únicamente carácter académico, su finalidad es validar el material gráfico presentado y se ruega responder con la mayor veracidad posible, no tiene ninguna implicación posterior para el encuestado.

\* Required

**Nombre: \***

Your answer

**Profesión y cargo \***

Your answer

**¿Cómo califica el nivel de legibilidad de la tipografía utilizada? \***

- Excelente
- Bien
- Necesita Mejorar

**¿Considera que el contenido del material es fácil de entender? \***

- Si
- No
- Option 3

¿Los colores utilizados dentro del manual reflejan la identidad institucional de la fundación? \*

- SI
- No

Si su respuesta anterior fue no, por que?

Your answer

¿Considera apto el material a nivel profesional para adecuarlo a los programas de información y de elaboración de material institucional? \*

- Excelente
- Bien
- Necesita Mejorar

¿Considera que las jerarquías tipográficas están correctamente utilizadas? \*

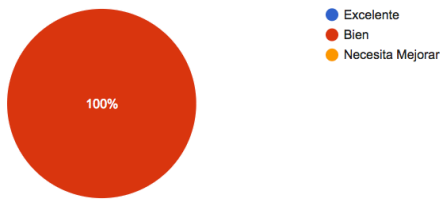
- Excelente
- Bien
- Necesita Mejorar

¿Considera que el recorrido visual y de lectura es el correcto? \*

- Bien
- Excelente

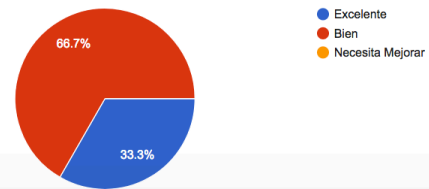
¿Cómo califica el nivel de legibilidad de la tipografía utilizada?

3 responses



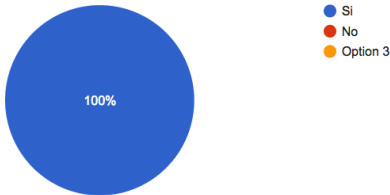
¿Considera que las jerarquías tipográficas están correctamente utilizadas?

3 responses



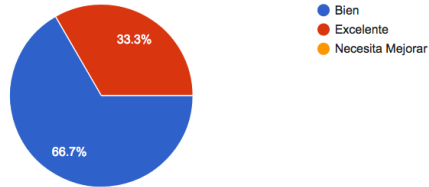
¿Considera que el contenido del material es fácil de entender?

3 responses



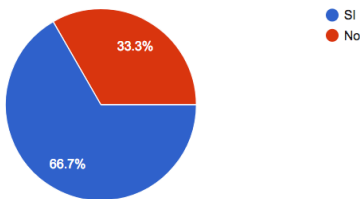
¿Considera que el recorrido visual y de lectura es el correcto?

1 ses



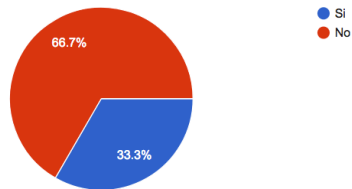
¿Los colores utilizados dentro del manual reflejan la identidad institucional de la fundación?

3 responses



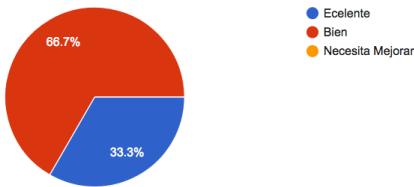
¿Hay alguna modificación en el contenido visual que recomendaría?

3 responses



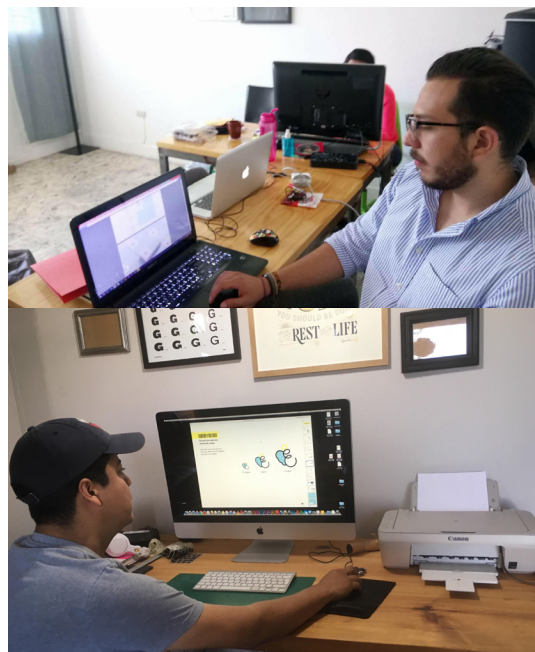
¿Considera apto el material a nivel profesional para adecuarlo a los programas de información y de elaboración de material institucional?

3 responses



## Conclusiones

- Cambiar la tipografía del subtítulo a la misma del cuerpo de texto
- Llevar al borde el cajón del titular de página
- Cambiar el lugar de la numeración





### 6.3 Instrumento de validación del tercer nivel de visualización

El tercer nivel de visualización fue validado con el grupo objetivo los cuales son hombres y mujeres del departamento de Guatemala entre las edades de 20 a 45 años.

Nombre:

Edad:

#### Rediseño de logotipo y manual de marca para la fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño

##### ENCUESTA DE VALIDACIÓN DEL MATERIAL:

La encuesta que a continuación se detalla, tiene únicamente carácter académico, su finalidad es validar el material gráfico presentado y se ruega responder con la mayor veracidad posible, no tiene ninguna implicación posterior para el encuestado.

¿cual de estas dos opciones cree que es más memorable para usted En cuanto lo simple y legible del logo?



1.



2.

¿La tipografía (tipo de letra) del manual y de las piezas es legible?

- Excelente
- Bien
- Necesita mejorar

¿Considera que el manual facilita la creación de piezas de comunicación visual institucional?

- Si
- no
- Necesita mejorar

¿Considera apto el material a nivel profesional para adecuarlo a los programas de información y de elaboración de material institucional?

- Si
- no
- Necesita mejorar

Descansos visuales

Jerarquias tipograficas

Recorrido visual y de lectura

¿Hay alguna modificación en el contenido visual que recomendaría?

Si No

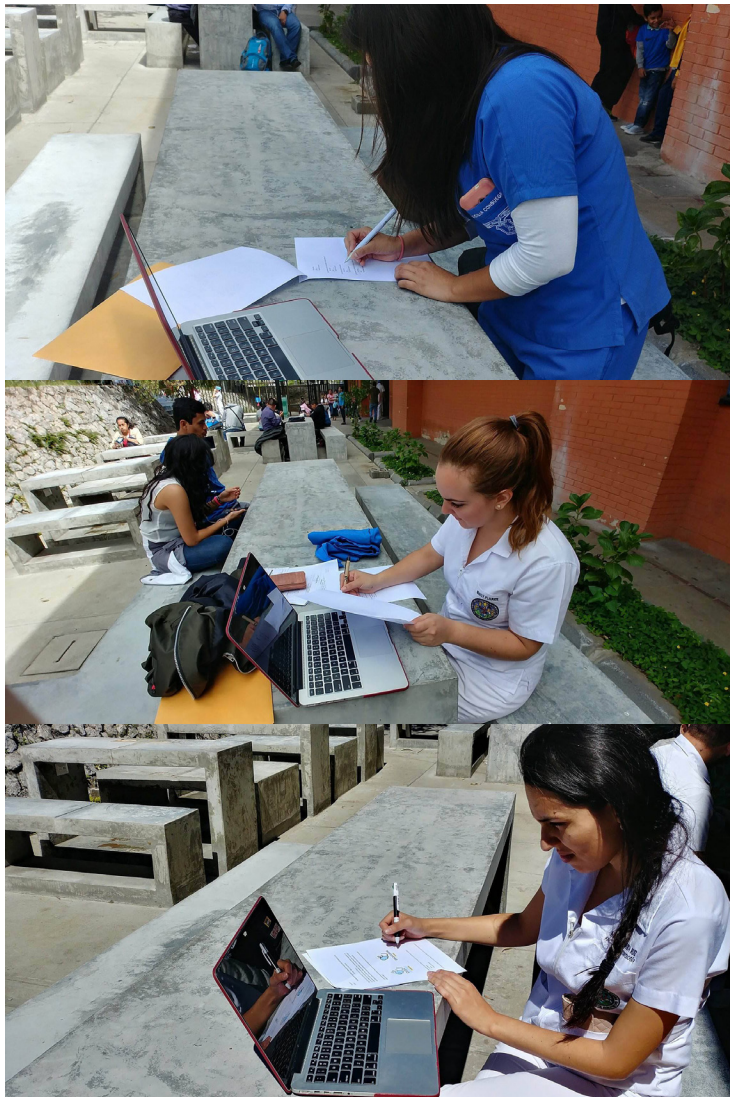
Comentarios: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

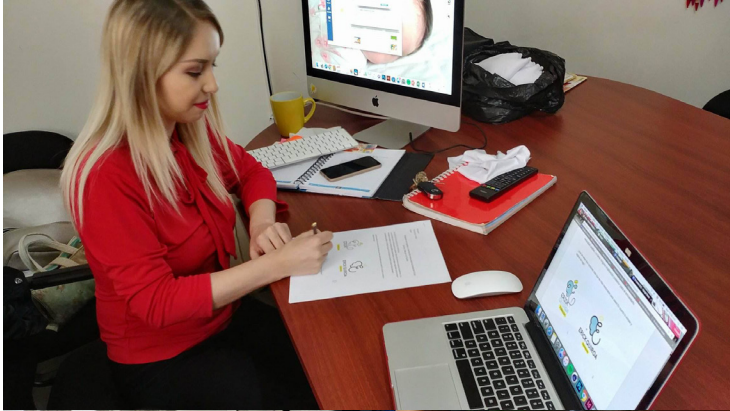
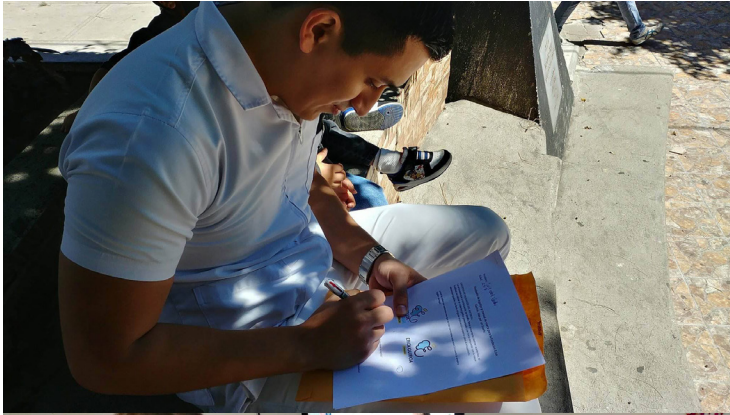
## Conclusiones:

Agrandar la imagen de las redes sociales para poder apreciar el post de fb

Agrandar el tamaño de la letra de la tarjeta de presentación.

- 10/10 encuentran la tipografía legible
- 10/10 consideran que los colores utilizados en las piezas se identifica con los colores institucionales
- 10/10 consideran que las piezas poseen concordancia y unidad entre sí
- 10/10 consideran que las piezas son funcionales
- 10/10 Considera que el manual es facil de entender





Guatemala, agosto 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 del estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **CHRISTIAN ALEXANDER HERRERA SOBERANIS**, Carné universitario: **201021303**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **REDISEÑO DE LOGOTIPO Y MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS PARA LA FUNDACIÓN ERICK QUIROA, ALAS POR UN SUEÑO**, previamente a conferírsele el título de Licenciado 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  
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](mailto:maricellasaravia@hotmail.com)

**“Rediseño de logotipo y manual de normas gráficas  
para la fundación Erick Quiroa, Alas por un Sueño”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



**Christian Alexander Herrera Soberanis**

Asesorado por:



**Licda. Claudia Anabella Leal Rivera De Flores**  
Asesor Metodológico



**Licda. Heana Del Carmen Reina Ramirez**  
Asesor Gráfico



**Licda. Cindy Gabriela Ruano Palencia**  
Tercer Asesor

Imprímase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



**Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón**  
Decano

