



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL Y MATERIAL INFORMATIVO

PARA LA ASOCIACIÓN DE OSTOMIZADOS DE GUATEMALA

Proyecto de graduación desarrollado por:
Henry Leonel Echeverria Quiñonez



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL Y MATERIAL INFORMATIVO PARA LA ASOCIACIÓN DE OSTOMIZADOS DE GUATEMALA.

Proyecto desarrollado por:

Henry Leonel Echeverría Quiñonez

Al conferírsele el Título de
Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala de La Asunción, marzo de 2019

Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



JUNTA DIRECTIVA

Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos

DECANO

Arq. Gloria Ruth Lara de Corea

VOCAL I

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini

VOCAL II

Arq. Alice Michele Gómez García

VOCAL III

Br. Kevin Christian Carrillo Segura

VOCAL IV

Br. Ixchel Maldonado Enriquez

VOCAL V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

SECRETARIO ACADÉMICO

TRIBUNAL EXAMINADOR

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón

Licda. Maria Berthila Gutiérrez de Melgar

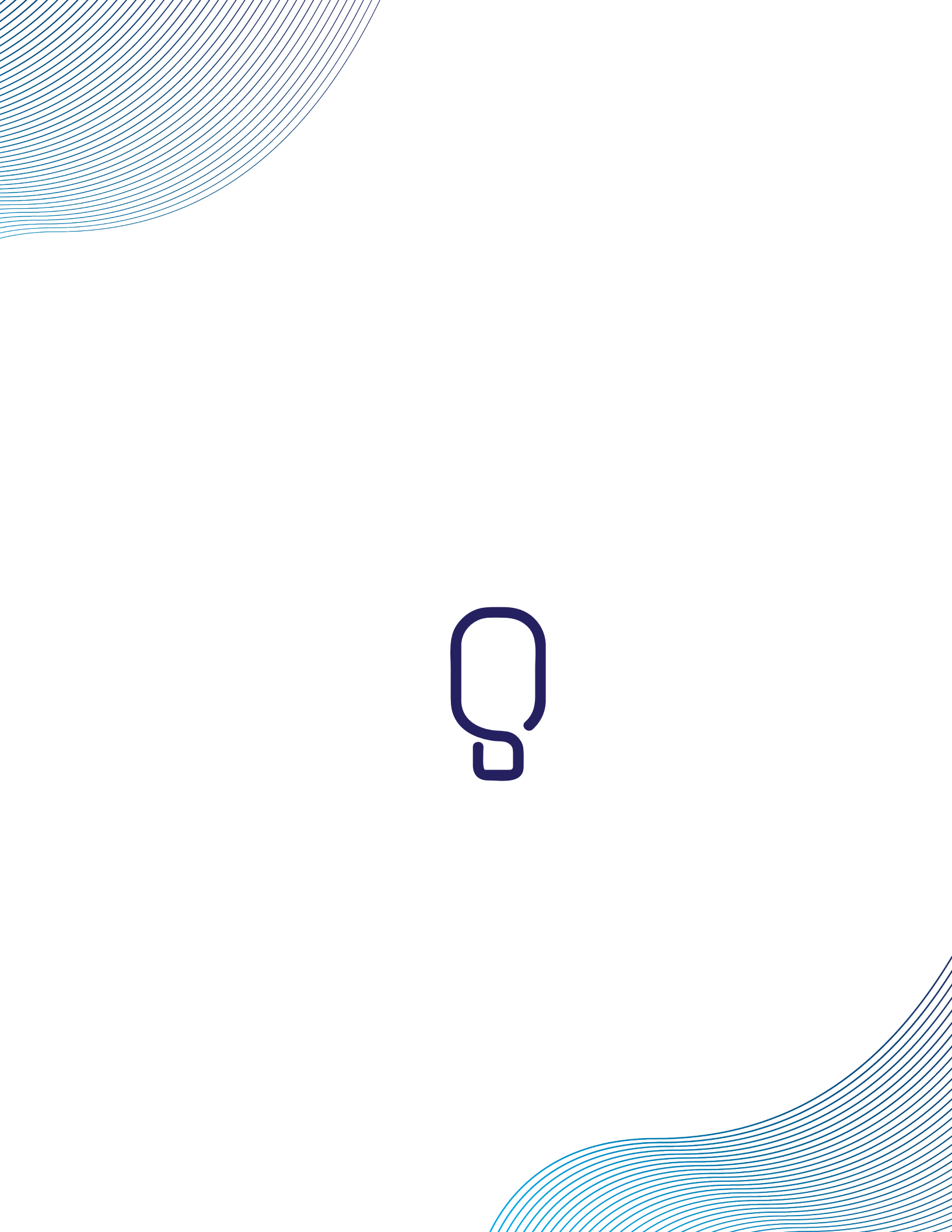
ASESORA GRÁFICA

Licda. Cluida Anabella Leal Rivera

ASESORA METODOLÓGICA

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos





Q

AGRADECIMIENTOS y Dedicatoria

Dedicado a Dios y a mis padres, hermana y abuelos por su ayuda y apoyo incondicional a lo largo de mi carrera Universitaria y una guía a lo largo de mi vida hasta la culminación de profesión.

A mis amigos tanto los que tengo fuera de la universidad como los que hice dentro de la misma, por su compañía, trabajo en equipo y apoyo.

A mis profesores, que fueron fuente de conocimiento y la base para mi formación profesional.

PRESENTACIÓN

del Proyecto

La Asociación de Ostomizados de Guatemala es una institución que brinda charlas motivacionales, asesoría médica, ayuda con suplementos médicos, etc. A personas que han sido ostomizadas en Guatemala, principalmente a personas con escasos recursos económicos.

A pesar de ser la única institución de su clase que trata este tipo de condición médica, se detectaron deficiencias tanto en su proceso de comunicación para captar usuarios como su imagen institucional que no refleja la esencia de sus acciones, por lo tanto se crearon dos fases de comunicación, la primera es la imagen institucional y la segunda una campaña como estrategia que le proporcione las bases para el reclutamiento de pacientes y posteriormente tener la experiencia para replicar dicho concepto en años posteriores.

El siguiente trabajo presenta el proceso de investigación, documentación, conceptualización y producción gráfica que se realizó para diseñar la identidad institucional, manual y material informativo para el proceso de reclutamiento y crecimiento de usuarios para la Asociación de Ostomizados de Guatemala.”



ÍNDICE

01 INTRODUCCIÓN

<i>Introducción</i>	17
<i>Antecedentes</i>	18
<i>Problema</i>	20
<i>Justificación</i>	21
<i>Objetivos</i>	24

02 PERFILES

<i>Perfil Institución</i>	26
<i>Perfil Grupo Objetivo</i>	32

03 DEFINICIÓN CREATIVA

<i>6 W</i>	39
<i>Spice/Poems</i>	41
<i>Concepto Creativo</i>	42

04 PLANEACIÓN

<i>Flujograma</i>	48
<i>Cronograma</i>	52

05 MARCO TEÓRICO

<i>Desigualdad Social</i>	56
<i>Comunicación/Solución</i>	61

06 PRODUCCIÓN GRÁFICA

<i>Validación I</i>	66
<i>Validación II</i>	71
<i>Validación III</i>	74
<i>Fundamentación</i>	75
<i>Adaptaciones Finales</i>	77
<i>Especificaciones Téc.</i>	86
<i>Costos de Diseño y Producción</i>	87

07 CONCLUSIONES

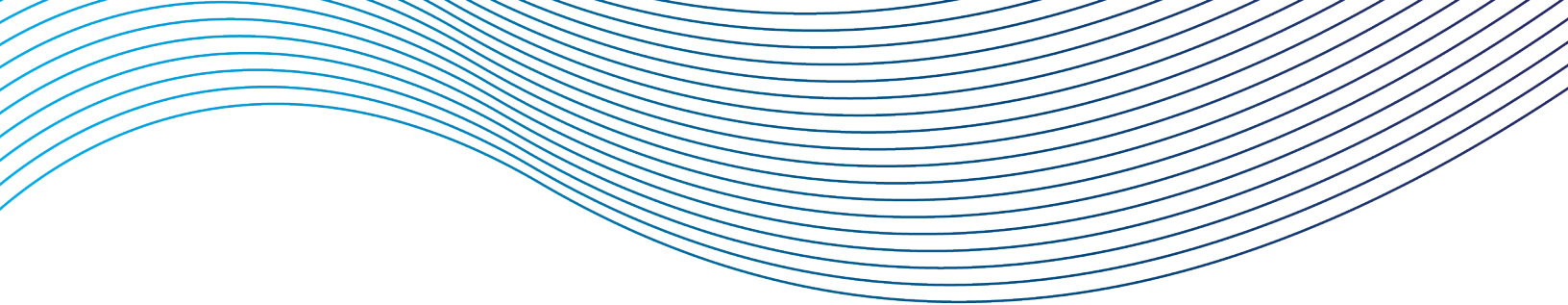
<i>Lecciones aprendidas</i>	90
<i>Conclusiones</i>	91
<i>Recomendaciones</i>	92
<i>Bibliografía</i>	93
<i>Anexos</i>	95



CAPÍTULO

01

INTRODUCCIÓN



El presente proyecto presenta de forma secuencial, el desarrollo de la creación de estrategias e identidad institucional que ayude a la asociación de Ostomizados de Guatemala para el crecimiento poblacional de la institución y la aplicación visual de distintos materiales que deseen hacer a partir de una estructura definida.

La Ostomía se define como un proceso médico quirúrgico en la que se realiza una apertura artificial en cierta zona del vientre en este caso llamado estoma, para asomar el intestino grueso, generalmente se realiza a nivel de sistema digestivo cerca de la pared abdominal y con esto permitir la eliminación de heces que llegan hasta una bolsa plástica de ostomía de alta resistencia, esta bolsa se encuentra fuera del cuerpo.

La Asociación de Ostomizados de Guatemala (ASOGUA) se crea en agosto del

año 2016, esto gracias al apoyo de doctores y pacientes con experiencia en el tema, como respuesta a la poca información y conocimiento que se tiene del tema a nivel general. ASOGUA contempla que alrededor de 30,000 personas de la población guatemalteca poseen este procedimiento quirúrgico el cual afecta significativamente varios aspectos de la vida cotidiana tanto física como psicológicamente.

Como parte de sus servicios ofrece conferencias mensuales donde llevan a diferente tipo de expertos en materia nutricional, charlas y presentación de empresas para promocionar sus dispositivos y productos.

Teniendo metas y proyecciones a futuro más ambiciosas para favorecer a los pacientes, esto se logrará a partir de una estrategia desarrollada recopilada en este documento para el aumento de usuarios.

ANTECEDENTES

Ostomía

En la tesis de Esteban Xicay (1997) se estudiaron los registros clínicos del Hospital General San Juan de Dios, se comprendieron casos en el periodo del 1 de enero de 1987 al 31 de diciembre de 1996, con diagnóstico de cáncer de colon encontrándose aproximadamente un caso por mes.

En este estudio del cáncer de colon también se puede encontrar que la enfermedad va en aumento cada día dentro de las enfermedades cancerígenas. En países desarrollados ocupa el segundo o tercer lugar dentro de la morbi-mortalidad y se le atribuye a factores de mayor frecuencia como dieta e historia familiar. En países como estados unidos este llega a las 50,000 muertes por año siendo solo superado por el cáncer de pulmón, lo que supone esto que alrededor de 15% de las muertes por cáncer.

Ámbito Guatemalteco

Centrándose en una de las causas que inciden con mayor frecuencia en la enfermedad de cáncer de colon es la mala nutrición, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2015) “El problema básico de Guatemala no se trata de la cantidad de alimentos que consume la población de menores ingresos sino de la calidad de dieta y practicas alimenticias”.

Lo que supone que una dieta incorrecta afecta considerablemente a familias principalmente de escasos recursos donde según el Banco Mundial “En casi la mitad de los municipios rurales en Guatemala (44 por ciento), la mayoría de su población (más del 75 por ciento) vive en pobreza”. Esto afecta la nutrición de las familias de escasos recursos por lo que incrementa las probabilidades de desarrollar células cancerígenas.

ASOGUA

La Asociación de Ostomizados de Guatemala fue creada a partir de un grupo de médicos especialistas y pacientes que tienen experiencia ya que viven con una ostomía, cuyo objetivo es brindar apoyo a pacientes ostomizados en respuesta a la problemática de la necesidad de asesoramiento en el cuidado y mantenimiento de la cirugía, dietas e información sobre su tipo de ostomía. Además se brinda ayuda para crear un vínculo entre personas que pasan por esto.

ASOGUA desde su creación ha tenido dos logotipos, y es la única institución que brinda ayuda a pacientes ostomizados en Guatemala por lo que es importante que su imagen sea reconocida entre los pacientes de ostomía.

Carecen de una línea gráfica integral que vaya acorde al logotipo, por lo que los pocos materiales que realizan no llevan una relación visual o simplemente no existe diseño en la papelería básica. También es importante recalcar la necesidad de informar acerca del tipo de ayuda que brindan, tipos de ostomía e información de la institución.



PROBLEMA

Los pacientes ostomizados de Guatemala no tienen el conocimiento de una institución que vele por el bienestar de personas con esta condición. Por lo que no cuentan con un correcto asesoramiento en respecto a nutrición, motivación y avances médicos respecto a su condición medica que es vital para prolongar su vida.

JUSTIFICACIÓN

Trascendencia

Es importante dar a conocer ASOGUA ya que es una institución que provee asesoramiento para mantener un estilo de vida adecuado a pacientes ostomizados, es parte vital para preservar un estado físico, psicológico y emocional saludable.

ASOGUI (2006) expone la importancia de una vida de reeducar al paciente en los casos de ostomía escribiendo “Excepcionalmente los problemas puramente físicos, lógicamente atendidos por personal sanitario, el resto de problemas, es decir, aquellos que afectan al propio YO de éstas personas, se hace una gran labor de AYUDA – AUTOAYUDA para que la persona en cuestión vuelva a su estado inicial, es decir, plenamente integrado en la sociedad y a todos los niveles posibles. Asesorar, educar, integrar, son palabras comunes en el vocabulario cuando de personas ostomizadas hablamos. Asesoramos para que éstas personas hagan más llevadera su forma de vivir con su ostomía, se educa para que sean autónomos en la medida que más les sean posible e integramos para que no haya ningún sentimiento de soledad o retraimiento”.

La mayoría de la población guatemalteca, a pesar de la existencia de ASOGUA en casi un año de dicha organización, no conoce que esta invita y coordina charlas

para el paciente y sus familiares que van desde los tipos de alimentos que deben consumir hasta dispositivos que existen en el mercado y su correcta aplicación. Además de ayudar a personas de escasos recursos brindándole dispositivos de atomización como lo son piezas, bolsas, adhesivos, etc. A pacientes de escasos recursos por medio de donativos.

Hablando de beneficios a largo plazo, se pretende mejorar el sistema de comunicación en materiales impresos e imagen institucional. Educar a los miembros de la junta directiva es vital para lograr mayor alcance no solo de manera regional, sino lograr un alcance internacional para formar lazos externos con demás asociaciones que traten el tema de la ostomía.

Incidencia del diseño gráfico

La función del diseño gráfico en primera instancia y dejando los aspectos estéticos de un lado, es la de comunicar. El juego de la reinterpretación de mensajes, ideas e información es parte que el diseñador gráfico debe de tener en su lista de conocimientos. Las aéreas donde se pueden aplicar son tanto a nivel comercial como a nivel social, brindando un beneficio a cierto sector vulnerable dentro de los parámetros sociales guatemaltecos.

Víctor Papanek (1923-1998) diseñador, educador y promovedor del diseño responsable exponía que “Diseñar para satisfacer necesidades antes que satisfacer deseos. Prever y crear productos que puedan resolver problemas humanos en gran escala y contribuir al bienestar social”.

La concientización y traslado de información a la mayor parte de la población a través del diseño gráfico hace de esto un material responsable y de ayuda vital para ASOGUA; brindando la oportunidad de poder informarse y capacitarse en un tema muy poco investigado a nivel nacional como lo es la ostomía.

El impacto que la intervención del diseño tendrá, va mas allá de un aspecto puramente estético, lo que se quiere proporcionar es un mejor sistema de comunicación a través de materiales visuales. Al desarrollarse un ReBranding que conecte con los pacientes, se desarrolle una campaña informativa y se distribuya en los centros apropiados donde estos puedan ser vistos y transmitido la información pertinente, la taza poblacional tendera a

subir, de esta manera ASOGUA tendrá la oportunidad de brindar prevención, ayuda y apoyo a los pacientes como su capacidad y recursos sean posibles.

Con los recursos informativos también se quiere dar al paciente materiales en los cuales pueda informarse de manera clara acerca de los tipos de ostomía que existen e historia acerca de la creación de la institución para que esta sea difundida a otros pacientes. Lo que se pretende con este material es proveer información para mejorar la calidad de vida.

La concientización y traslado de información a la mayor parte de la población a través del diseño gráfico hace de esto un material responsable y de ayuda vital para ASOGUA; brindando la oportunidad de poder informarse y capacitarse en un tema muy poco investigado a nivel nacional como lo es la ostomía.

Factibilidad

ASOGUA cuenta con apoyo financiero de donaciones de parte de los mismos afiliados y junta directiva para realizar y coordinar charlas y de donativos de bolsas de ostomía, el mismo Hospital Centro Médico han tenido la posibilidad de imprimir materiales. También cuenta con información proporcionada por especialistas del Hospital Centro Médico a pacientes que busquen alguna consulta.

La respuesta a la parte económica que respalde la reproducción de los materiales a largo plazo es solventar la problemática de la ausencia de afiliados ya que entre más pacientes se logre obtener, ma-

yor será el flujo de donaciones que la institución recibirá.

Se cuenta con el recurso humano para trabajar de la mano con la institución y del diseñador para realizar los materiales requeridos siendo esto una colaboración entre el diseñador y la institución.

OBJETIVOS



General

Fortalecer la imagen visual de ASOGUA y los medios de información para incrementar la afluencia de pacientes y expandir los servicios y asesoría a sus pacientes.

Comunicación Específicos

Informar y dar a conocer entre pacientes Ostromizados la existencia de la institución que brinda servicios y asesorías de forma gratuita respecto a la ostomía y sus cuidados.

Diseño

1. Diseñar la imagen visual de ASOGUA para dar soporte gráfico institucional acorde a la misma para transmitir a través de mensajes y códigos visuales que logren conectar con el grupo objetivo acerca de la institución.

2. Diseñar material informativo sobre los distintos temas relacionados a la ostomía e información acerca de la cultura de ASOGUA a pacientes con el fin de comunicar conocimiento relevante acerca del padecimiento.



CAPÍTULO
02

PERFILES

La Asociación de Ostomizados de Guatemala tiene sus orígenes luego de un curso de ostomía que fue impartido en Guatemala por Lion StomaCare en el mes de Agosto del 2016.

Características/Historia

La asociación de Ostomizados de Guatemala no pide ningún requerimiento a los usuarios para pertenecer a dicha organización y esta abierta a recibir incluso a personas que no están ostomizadas y sepan del tema, esto para a través de esta persona llegar a otras que tengan esta cirugía practicada ya sea familiar, amigo o conocido.

ASOGUA ofrece ayuda donando dispositivos pero solo a personas con una condición socioeconómica baja para apoyarlos, este donativo lo captan a través de otras personas que donan ya sea el dispositivo o dinero en efectivo.

La asociación de Ostomizados de Guatemala tiene sus orígenes luego de un curso de ostomía que fue impartido en Guatemala por Lion StomaCare en el mes de Agosto del 2016. Las charlas, información, cursos y capacitaciones se impartieron durante 3 días de parte de especialistas en tema afectados. Luego se produjo un debate donde se noto la ausencia y consecuentemente la necesidad de que en Guatemala debería haber una organización sin ánimos de lucro que apoyara a personas con ostomía.

Posteriormente nace ASOGUA, la institución fue creada con el propósito de crear una cultura de bienestar y calidad de vida

en base a capacitar e informar no solo a los afectados, si no a las familias de estos ya que la ayuda integral dentro de los parámetros familiares es de vital importancia para sobre llevar este padecimiento.

La asociación de Ostomizados de Guatemala, cuenta con los recursos físicos para atender a mucha más población de la que actualmente esta llegando, perdiendo así oportunidades para llegar a personas que necesitan los servicios que la Asociación presta debido al problema de comunicación como institución en su identificación.

Debido a que la ostomía no es tema muy tratado o desarrollado en el contexto guatemalteco en lo que se refiere a salud, los datos recopilados definen este procedimiento según la Asociación de Ostomizados de Guipuzcoa (ASOGUI) (2006) como “La exteriorización del colon (colostomía), del íleon (ileostomía) y uréteres (urostomía) a través de la pared abdominal, suturándolo a la piel del paciente, creando de ésta manera una salida artificial (estoma), con el objeto de recoger los desechos que produce el cuerpo humano en un dispositivo en forma de bolsa, que variará su forma dependiendo del tipo de ostomía.

Aspectos físicos/psicológicos

Los aspectos psicológicos y físicos son las partes que presentan una problemática al someterse a este tipo de intervenciones, como lo comenta la Dra. Martínez Morales. Experta en estomoterapia y supervisora de servicio de cirugía. “Los pacientes son personas que proceden de los más variados círculos sociales, culturales y religiosos y han sido condicionados desde la infancia para aceptar diversas creencias, formas de vida y actitudes que dan lugar a una combinación única del individuo.

A lo largo de la vida, la autoestima traducida en auto cuidado (hábitos dietéticos, higiénicos, estéticos) se ha desarrollado con mayor o menor eficacia. Este proceso puede verse interrumpido o descompensado ante la vivencia de un proceso quirúrgico como es la ostomía (agresión a la imagen corporal), manifestándose en ansiedad por la pérdida de control, abocando al paciente a un estado depresivo que bloqueará el desarrollo posterior y se traducirá en la no aceptación del estoma, en agresividad y en retraimiento de sus relaciones interpersonales”.

Si bien en el ámbito y contexto guatemalteco no se tienen datos específicos de la magnitud poblacional, la Asociación de Ostomizados de Guatemala estima que podrían haber uno 150,000 casos que tratan este padecimiento.

Según la revista CONAMED, suplemento de enfermería (2009) contemplando otros contextos en América Latina como

Argentina reportan que dos de cada mil de la población argentina convive con una ostomía, lo que supone en total un colectivo de 30,000 personas. Si se observa la situación desde el factor de la edad, la incidencia de la ostomía correspondería a tres de cada mil de la población adulta argentina. En otros países occidentales se recogen cifras que oscilan entre el 2 y 4 por mil de los adultos.

parte de la población humana en general, afectando desde edades muy tempranas hasta las edades más longevas por lo cual es importante el cuidado, información y asesoramiento en los diferentes aspectos diarios de los pacientes.

Estudios internacionales

En un estudio realizado y publicado en la revista CONAMED, desarrollando la metodología correspondiente donde la muestra quedó constituida por 1688 pacientes los cuales 868 (51%) son pacientes del ISSTE (Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de Trabajadores del Estado), 400 (24%) de la secretaria de salud, 250 (15%) del IMSS, 100 (6%) de PEMEX y de Hospitales privados (70%), de ellos 898 (53%) son del género masculino y 790 (47%) del femenino.

Con los datos obtenidos se pudo observar que en los grupos de edad donde se presentan con mayor frecuencia las ostomías de eliminación son: de 19 a 50 años con 507 pacientes (30%), de 51-62 años con 402 pacientes (24%) y de 63 años o más 411 pacientes (24%).

En base a los siguientes datos e información recopilada, se construye cierto tipo de magnitud y alcance que puede tener este tipo de cirugía, donde afecta gran parte de la población humana en general, afectando desde edades muy tempranas hasta las edades más longevas por lo cual es importante el cuidado, información y asesoramiento en los diferentes aspectos diarios de los pacientes.

Actualmente ASOGUA cuenta con material gráfico realizado de manera interna por algunos miembros que no conocen la materia del diseño, esto ha desencadenado una serie de interpretaciones confusas en cuanto al mensaje lanzado en afiches, posts de redes sociales, etc. Y no se ha mostrado un avance en estos materiales que evidencie mayor incremento de asociados ya que la comunicación está enfocada y materializada de forma incorrecta según encuestas realizadas a los asociados.





Visión

Ser una institución humanista y confiable, promotora de cambios proactivos como son: el espíritu de altruismo y de servicio conformada con una estructura funcional y financiera sólida que sea reconocida universalmente.



Misión

Ayudar a la persona ostromizada a superar el trauma psicológico que entraña la ostromía y en la adaptación a su nueva situación personal.

Brindar desde la asociación la oportunidad de crear lazos entre las personas afectadas, que ayuden a superar los cambios físicos y psicológicos que se producen, haciéndonos partícipes de una realidad compartida.

Promover y difundir entre las personas ostromizadas una cultura de cambios positivos que contribuyan al fortalecimiento de su autoestima, ofreciéndoles asesoría, rehabilitación de sus heridas y proporcionarles material y equipo de acuerdo a las posibilidades de la asociación y las limitaciones monetarias de los pacientes.

Generar un espacio de apoyo e información en temas médicos, técnicos y personales para los ostromizados, haciendo hincapié sobre todo en la contención psicológica del operado. Lograda su aplicación, muchos operados podrán insertarse nuevamente en la sociedad, desarrollando su vida en forma absolutamente normal.



Valores

Autosuficiencia

Que la persona ostomizada adquiera destreza suficiente para manejar y aplicar los materiales y equipos para colocarse en su organismo.

Seguridad

Que la persona ostomizada adopte una actitud positiva ante la problemática de la mutilación de un órgano importante de su cuerpo.

Optimismo

Que la persona ostomizada reconozca la cirugía que se le practicó como un factor importante que le permitirá la supervivencia tanto en el entorno familiar como en el laboral.

Disciplina

Que la persona ostomizada practique los cuidados y tipo de alimentación de acuerdo con la clase de estoma que porta.

Servicios que presta

La Asociación de Ostromizados de Guatemala ofrece charlas mensuales informativas y asesoramiento sobre temas relacionados a la ostomía, tipos de alimentación san, materiales médicos, conocimientos y acercamientos con profesionales del área médica para resolver cualquier tipo de duda que tengan acerca de su padecimiento.

También practican las visitas personalizadas donde mantiene un record de la persona y su estado de salud, ayudan con donaciones y víveres, estas ocurren cuando el caso del paciente es especial, ya sea por falta de recursos económicos, una condición de salud muy delicada o que el paciente requiera de chequeos constantes por el tipo de ostomía que tiene.

La ayuda emocional también es parte de los servicios, el ambiente y hospitalidad que caracteriza a los miembros sirve de soporte a la persona para que el positivismo permanezca en una situación de gran impacto personal. El objetivo es mostrarle al paciente que hay mas personas que pasan por las mismas dificultades, pero es posible llevar una vida normal, sana y productiva.

Las charlas y asesorías sirven como una importante guía para evitar complicaciones o un mal procedimiento al momento de colocarse la bolsa de ostomía, ya que el cuidado de la cavidad debe ser meticoloso y tener conocimientos de cuidado personal tanto en el área alimenticia, cuidado personal y aplicación de las herramientas medicas puede significar evitar una infección o emergencia en el hospital.

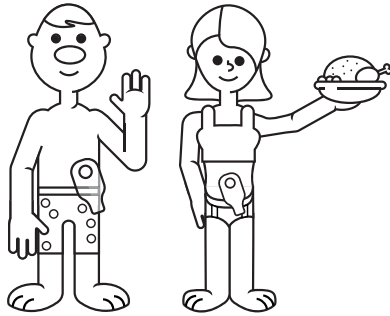
Identidad y comunicación visual

La institución no cuenta con una línea grafica, únicamente un logotipo (en este caso sería el segundo logotipo de la organización).

Gracias a donaciones se ha llegado a reproducir afiches que se colocan en sanatorios, hospitales y dispensarios ya sea en la ciudad o en el interior; pero sin ningún tipo de lineamiento grafico.

Su comunicación es mayoritariamente a base de redes sociales (Facebook) donde se publican mensajes motivacionales o fotos de las reuniones mensuales en el Centro Médico.

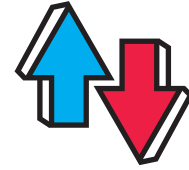
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS



Hombres y mujeres

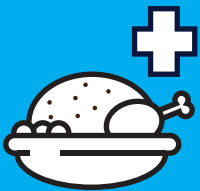


Clase media/
media baja



Edades de
25-60 años

CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS



Tratan de mantener un buen nivel de salud debido a su condición, como dietas, higiene personal, condición física aceptable, etc.

Personas trabajadoras,
generalmente oficinistas
u obreros



Son personas con mucho positivismo, decididas a enfrentar cualquier obstáculo, dispuestas a vivir la vida lo mas normal posible y sin ningún tipo de complejo.



Son personas que les gusta informarse de aspectos médicos, tanto avances como nuevas técnicas ya que esto les ayudaría a adaptar nuevas formas de adaptación y por ende a mejorar su calidad de vida.

La Asociación de Ostomizados de Guatemala es una institución que brinda charlas motivacionales, asesoría medica, ayuda con suplementos médicos, etc. A personas que han sido ostomizadas en Guatemala, principalmente a personas con escasos recursos económicos.



GRUPO OBJETIVO

Características Geográficas

Los afiliados a la institución son en mayoría habitantes de la ciudad capital de Guatemala, de clase media o media baja residentes de zonas concurridas con viviendas propias o alquiladas. Los restantes provienen de zonas aledañas a la ciudad.

Sociodemográficas

Hombres y mujeres entre 27 y 56 años de edad de clase media o media baja residentes del área metropolitana del país que padezcan algún tipo de ostomía o sean familiares o amigos de estos. De acuerdo al estudio de Guillermo Díaz doctor en sociología e investigador del Instituto de Investigaciones Económicas (IDIES) de la Universidad Rafael Landívar en su artículo “Estratificación y movilidad social en Guatemala” señala que la clase media regular en Guatemala está conformada por lo que denomina “trabajadores calificados” representa la cuarta parte, lo que equivale al 19.3% de la población. Este bloque está conformado por artesanos y obreros en su mayoría.

Un sub grupo que se denomina “trabajadores no calificados” corresponde a la gran mayoría de la población (66.5%) y representa a 6 de cada 10 guatemaltecos.

Pictográficas

Personas que se hayan realizado esta cirugía como prioridad y en segundo plano personas que tengan conocidos que padezcan esta condición médica ya sea con la necesidad de orientación nutricional, asesoría en el cuidado e higiene, ayuda psicológica, etc.

Físicas

Personas con un estado de salud delicado por algún tipo de complicación o enfermedad gastrointestinal ya sea por algún tipo de colitis, cáncer o accidente que haya afectado la zona intestinal. Deben llevar en la zona lateral una bolsa de ostomía la cual se encarga de almacenar los desechos del cuerpo cuando este no es capaz de hacer por el recto. La salud del paciente llega a ser un primer plano en la vida de la persona ya que en algunos casos familiares dependen de esta persona.

Beneficiarios finales del Proyecto

Los beneficiarios finales esta contemplado que sean los pacientes, ya que el material visual será la herramienta por la cual nuestro daremos a conocer la asociación que a su vez esta servirá de canal para hacer llegar la información, asesorías y capacitaciones necesarias para el cuidado de los pacientes.

Relación del grupo objetivo con la asociación

En la asociación los pacientes y familiares podrán gozar de beneficios como charlas e información acerca de la ostomía, los cuidados que esta conlleva y ayuda médica integral.

Para personas de escasos recursos la asociación ayuda dando insumos médicos ya que las bolsas de ostomía tienen una duración de vida promedio de entre 3 a 5 días y muchas personas no cuentan con el recurso económico para solventarlas.

Además se cuenta con ayuda emocional ya que logran tener afinidad a con personas en situaciones similares y relacionarse entre si para compartir problemas y llegar a soluciones que afecten la vida diaria.

CAPÍTULO
03

DEFINICIÓN
CREATIVA

Rebranding

La Asociación de Ostomizados de Guatemala (ASOGUA) desea posicionarse delante de su grupo objetivo y captar la mayor cantidad de personas ostomizadas como sea posible, para lo anterior e necesario primero tener una línea grafica que conceptualice la imagen institucional unificada y así de esta manera hacer saber que son la única organización en su tipo y capaz de atender a pacientes que hayan pasado por la ostomía.

Se realizo un Brief del cliente para tener a mayor cantidad de información necesaria

del cliente, como lo son sus objetivos, target o público objetivo, etc, con el objetivo de reunir toda la información necesaria para crear una imagen institucional funcional. (*ver anexo 3.1*).

El propósito de este capitulo es el de exponer de manera cronológica los pasos que llevaron a cabo la elaboración de los elementos teóricos para la realización del proyecto. Desde un brief del cliente y sus necesidades hasta las técnicas creativas que se usaron para la fundamentación del concepto creativo el cual es la base ideológicas de las piezas gráficas.

Para esta parte también se utilizo una tabla de ventajas y desventajas de las propuestas de piezas gráficas para evaluar cada una y escoger las mas adecuadas según su función. (*ver anexo 3.2*).

6 w's

Las 6 W sirven como una herramienta en el diseño para aclarar las interrogantes de un problema de forma mas especifica. Esta nos permite detectar necesidades por medio de 6 simples preguntas acerca de la institucion como del proyecto a desarrollar.

Se desarrollo la siguiente tabla que responde a las preguntas y necesidades que conlleva al proceso de desarrollo de las aplicaciones de las piezas gráficas.

<p>¿Qué?</p> <p>El problema principal de ASOGUA es la dificultad para identificar visualmente la identidad de la institución. Esto como consecuencia debilita su identidad tanto en materiales impresos o en medios digitales ya que no existe un documento que norme su identidad en su material informativo o papelería básica.</p>	<p>¿Por qué?</p> <p>La creación de la identidad y un manual de normas graficas dará unidad y lineamientos al momento de realizar piezas o materiales informativos. Dando mas profesionalismo y confianza, además de generar un llamativo visual lo cual atraerá la atención del publico.</p>	<p>¿Con qué?</p> <ul style="list-style-type: none"> -Manual de normas graficas -Material informativo (Afiches, brochures, papelería básica). -Rediseño de logotipo
<p>¿Para quien?</p> <p>Adultos y adultos jóvenes de edades entre 25-50 años.</p> <p>Pacientes ostomizados.</p>	<p>¿Cuándo?</p> <p>Todo el proyecto ser desarrolla durante los meses de febrero, marzo, abril y mayo del presente año (2018).</p>	<p>¿Dónde?</p> <p>Asociación de Ostromizados de Guatemala y Hospital Centro Medico.</p>

Proceso Creativo

Para la realización del proceso creativo se creó un brief (ver anexo 3.1) con la información pertinente del cliente y diferentes técnicas creativas (Spice/Poems, Relaciones forzadas) para establecer diferentes tipos de conceptos que podrían ser parte del concepto de la institución.

Proceso Creativo: Relaciones Forzadas

Esta técnica fue desarrollada por Charles S. Whiting “Esta técnica cuya utilidad es combinar conceptos conocidos con desconocidos fuerza a la mente a crear una nueva situación”. (Joachim Sikora, 2015).

RELACIONES FORZADAS					
OSTOMÍA	Oportunidad	Cuidado	OPTIMISMO	Felicidad	Motivación
	Disciplina	Higiene		Oportunidad	Alegría
	Retos	Lucha		Capacidades	Entusiasmo
	Esfuerzo	Físico		Esperanza	Jovialidad
	Condición	Beneficio		Mejorar	Exaltación
	Potencial	Dificultades		Positivo	Marcha
	Medico	Salud		Amigable	Jubilo
	Padecer	Esperanza		Esperanza	
		Proceso		Interés	

Para esto se colocaron palabras referentes a la “Ostomia” y al “Optimismo” ya que unir sinónimos de optimismo con la problemática de los pacientes generaría un insight ideal para las piezas y lo que se desea transmitir.

Luego de tener ciertas palabras claves seleccionadas, se determinaron las siguientes propuestas una vez uniendo de forma lógica las siguientes palabras.

- **Como persona Ostomizada tengo la esperanza de continuar con mi vida.**
- **La Ostomia la tomo como una segunda oportunidad para vivir de una manera diferente.**
- **Bolsa de Ostomia: Un amigo que esta en las buenas y en las malas, un objeto que nos ayuda en nuestro diario vivir**

Proceso Creativo: Spice&Poems

Esta técnica permite el desarrollo de la habilidad de comparar, esto sienta las bases para la emisión de juicios de valor. . Facilita el procesamiento de datos, lo cual antecede a la habilidad de clasificar y categorizar información. (S.f, 2014).

En base a un cuadro se realizaron dos cuadros comparativos, uno que refleja el ambiente, servicios, objetos, etc. Que reflejan su diario vivir y otro que describe sus actitudes, condición física y emocional del paciente para lograr entender su perspectiva.

Las ventajas como técnica creativa de desarrollar este cuadro comparativo es el desarrollo de una estrategia de enseñanza y aprendizaje que permiten identificar semejanzas y diferencias de dos o mas objetos hechos.

POEMS		SPICE	
PERSONAS	Personas: Pacientes Ostomizados, familiares y amigos de estos muy cercanos.	SOCIAL	Necesita apoyo emocional y apoyo físico, un ambiente agradable, positivo, estar constantemente animado y distraído en actividades que lo hagan sentir útil y provechoso.
OBJETOS	Objetos: Papelería, afiches, material de comunicación visual, material para redes sociales, fichas medicas, papelería personal para conocer estado actual del paciente, brochures, etc.	FÍSICO	Estar preparado para emergencias en caso de una infección o problema con la ostomía, estar en buena condición, comer saludable y limpio. Mantenerse en actividades que mejor su rendimiento físico.
AMBIENTE	Lugar de reunión de los asociados, áreas urbanas, hospitales, clínicas, dispensarios de salud, hospitales públicos, organizaciones en pro de la salud.	IDENTIDAD	Soy una persona que tiene una oportunidad mas para disfrutar la vida, trabajadora, profesional, enérgica y con una nueva perspectiva de la vida, una mas saludable que se quiere a si misma. Mi base fundamental para seguir es el apoyo de mi familia, su comprensión y esperanza hacia mi hacen que me levante día a día a pesar de las dificultades que tengo.
MENSAJES/MEDIOS	Mensajes y medios: Información acerca de que es la Ostomía, la asociación que brinda ayuda para estas personas, mensajes motivacionales e informativos sobre los cuidados de las mismas, conferencias y testimonios de terceros. Esto se puede hacer en medios como redes sociales, medios impresos (afiches, brochures, presentaciones, etc.).	COMUNICACIÓN	Quiero saber de los avances médicos, preferentemente en lo que respecta a mi condición, me interesan los tips de comida para mejorar mis hábitos alimenticios, saber de mas personas y contarles mis experiencias en círculos sociales donde tengan las mismas dificultades que tengo.
SERVICIOS	Asesoría en redes, uso correcto de la imagen institucional, procesos para establecer técnicas creativas al momento de planear la estrategia de alguna campaña por temporada, aspectos visuales en cuanto a material impreso para hacer el producto llamativo e informativo.	EMOCIONAL	Quiero sentirme bien con mi persona, ser útil tanto en mi trabajo como dentro de mi hogar, un ambiente donde me vean como cualquier otra persona con las mismas capacidades y oportunidades, un ambiente de positivismo y amigable.

Luego de tener ciertas necesidades claves seleccionadas, se determinaron las siguientes propuestas una vez uniendo de forma lógica palabras claves.

- **Ostomia: Es una camino para una nueva vida, una salida a un problema medico.**
- **Disfruto y vivo de una manera diferente, sana y plena.**

Insights

Diego Mejía en su Blog Diseño Gráfico Publicitario describe al insight como “una clave, la clave que nos permite encontrar la solución a un problema, un camino, un dato que nos sugiere como resolver cualquier ecuación por compleja que sea.” (Mejía, 2015)

Esto quiere decir que se puede describir a un insight como un vincula metafórico entre elementos como necesidad-emociones del cliente para construir una idea para dar un sentido y valor agregado al diseño.

Una vez las técnicas conceptualizadas se evaluaron se redactaron una serie de insights que se adaptaban a la forma de sentir del paciente hacia la condición de la ostomía.

Se evaluó la potencialidad de los insights y se seleccionaron los 3 mejores que se adaptaban a las necesidades del proyecto para luego crear el concepto creativo definitivo.

En base a esto, y para dar una mejor construcción al concepto y valor agregado a la idea a desarrollar se procederá a realizar la elaboración del insight, uno que empatice con el grupo objetivo y puedan sentirse identificados como asociación.

Listado de Insights

- **Como persona Ostomizada tengo la esperanza de continuar con mi vida.**
- **La Ostomia la tomo como una segunda oportunidad para vivir de una manera diferente.**
- **Bolsa de Ostomia: Un amigo que esta en las buenas y en las malas, un objeto que nos ayuda en nuestro diario vivir**
- **Ostomia: Es una camino para una nueva vida, una salida a un problema medico.**
- **Disfruto y vivo de una manera diferente, sana y plena.**

Se evaluó la potencialidad de cada insight y se seleccionaron los que mejor ponderación tenían con la esencia que se le quiere dar para luego crear el concepto creativo que se relacione al sentimiento que se plantea.

CONCEPTO 1

Bolsa de Ostomia: Un amigo para toda la vida

Técnica (Relaciones forzadas)

CONCEPTO 2

La esperanza de continuar con tu vida

Técnica (Spice&Poems)

CONCEPTO 3

Una segunda oportunidad de vida

Técnica (Spice&Poems)

Concepto Creativo escogido

Bolsa de Ostomia: Un amigo para toda la vida

Fundamentación

Se escogió este concepto ya que la bolsa de ostomía representa un símbolo de esperanza y nuevas oportunidades para los pacientes. Es un concepto amigable y fácil de recordar y adaptar.

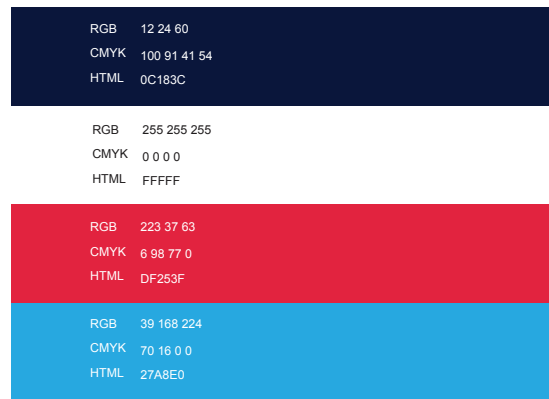
La idea de dar a la bolsa de ostomía una caracterización o personalidad de “amigo” facilitaría al grupo objetivo la aceptación del mismo y ayudaría en la imagen de la institución. Se planea implementar en la propuesta gráfica utilizando la forma básica de la bolsa de ostomía para crear el isotipo y plasmarlo ya como un símbolo.

Premisas de Diseño

Una vez teniendo el insight y concepto seleccionado, también se debe de tomar en cuenta los códigos visuales pertinentes para el grupo objetivo, ya sea con colores ya usados por la institución o tipografías contempladas que puedan ser ideales, mejor posicionadas y con características de estética visual con un manejo ideal en las piezas.

Premisa cromática

La paleta de colores en general, se utilizara la ya anteriormente establecida, esta conformada por el cyan que es su color principal, rojo y blanco, se añadirá el azul marino, un color que pretenda dar seriedad, profesionalismo y legitimidad a la institución.



Premisa tipográfica

En general se utilizaran tipografías palo seco, rectas y de una estructura ancha, se quiere resaltar la legibilidad, legitimidad y modernidad de la institución.



Premisa de Formato

Para los materiales se manejara tanto impreso como digital, ya que se pretende llegar a los pacientes de una manera física así como a la junta directiva en las reuniones mensuales que realiza la asociación y digital para llegar a usuarios donde la

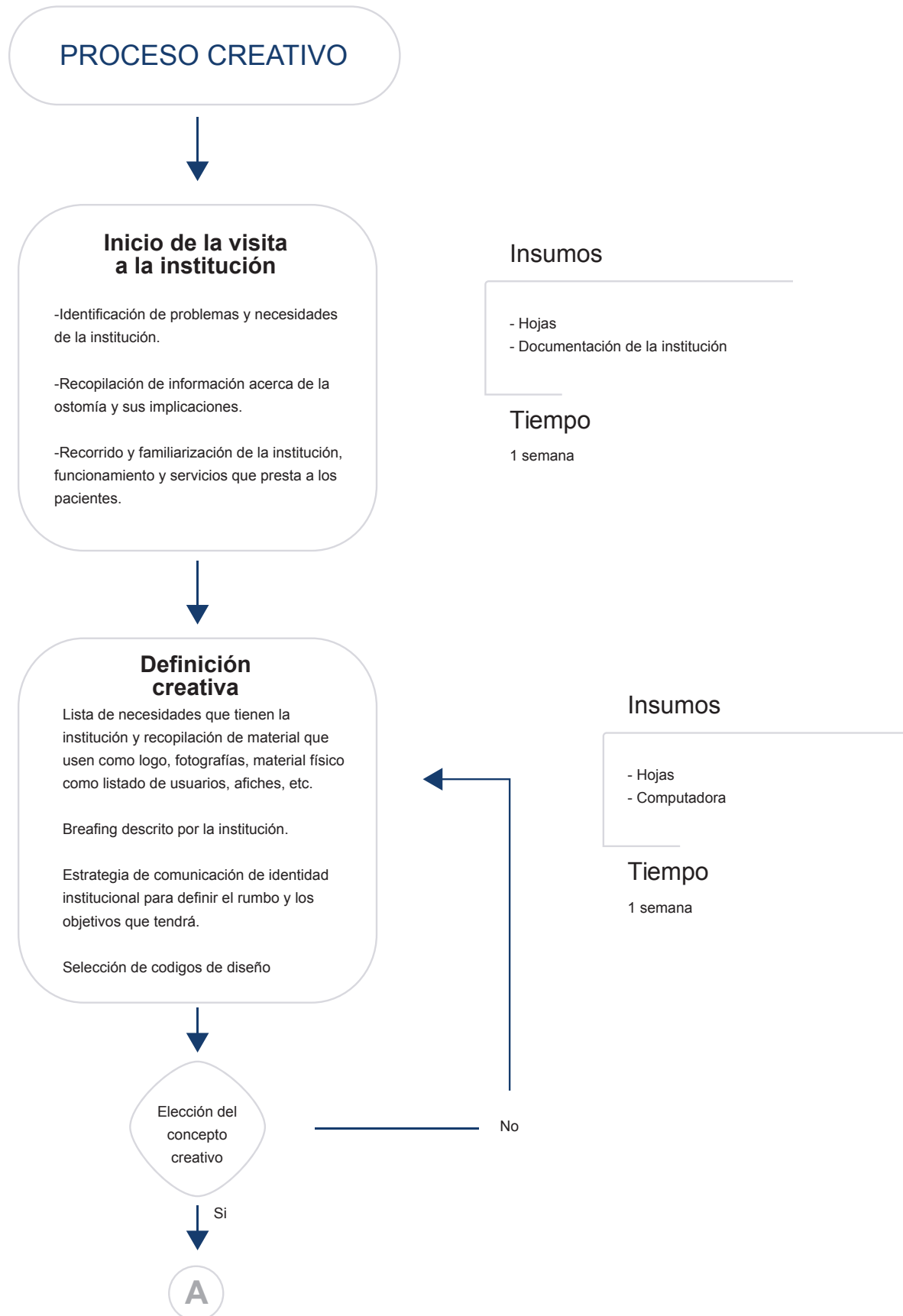
comunicación tiene que ser por medio de redes sociales como Whtasapp o pagina de Facebook.

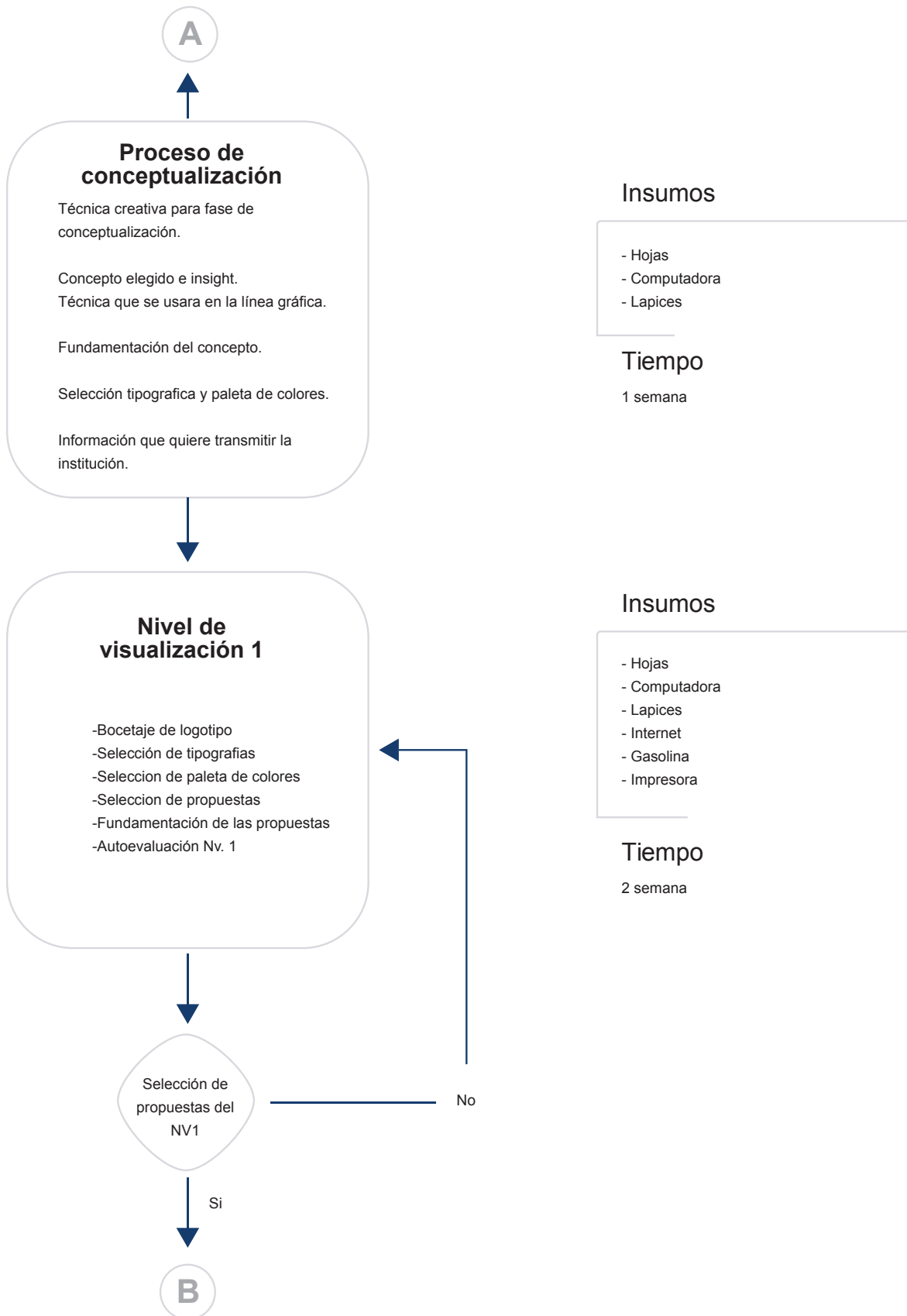
CAPÍTULO

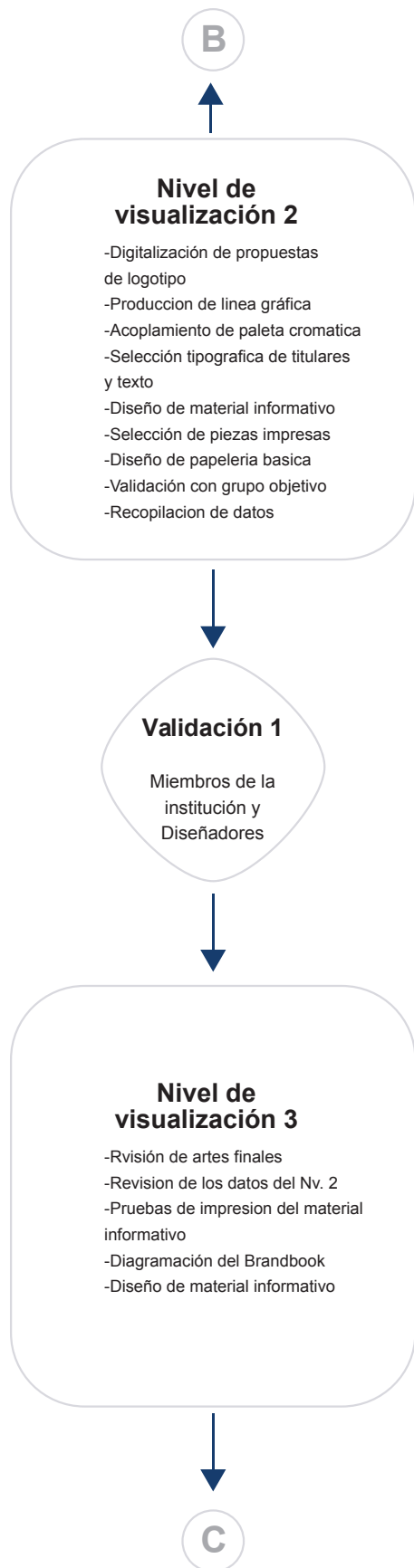
04

**PLANEACIÓN
OPERATIVA**

Flujograma





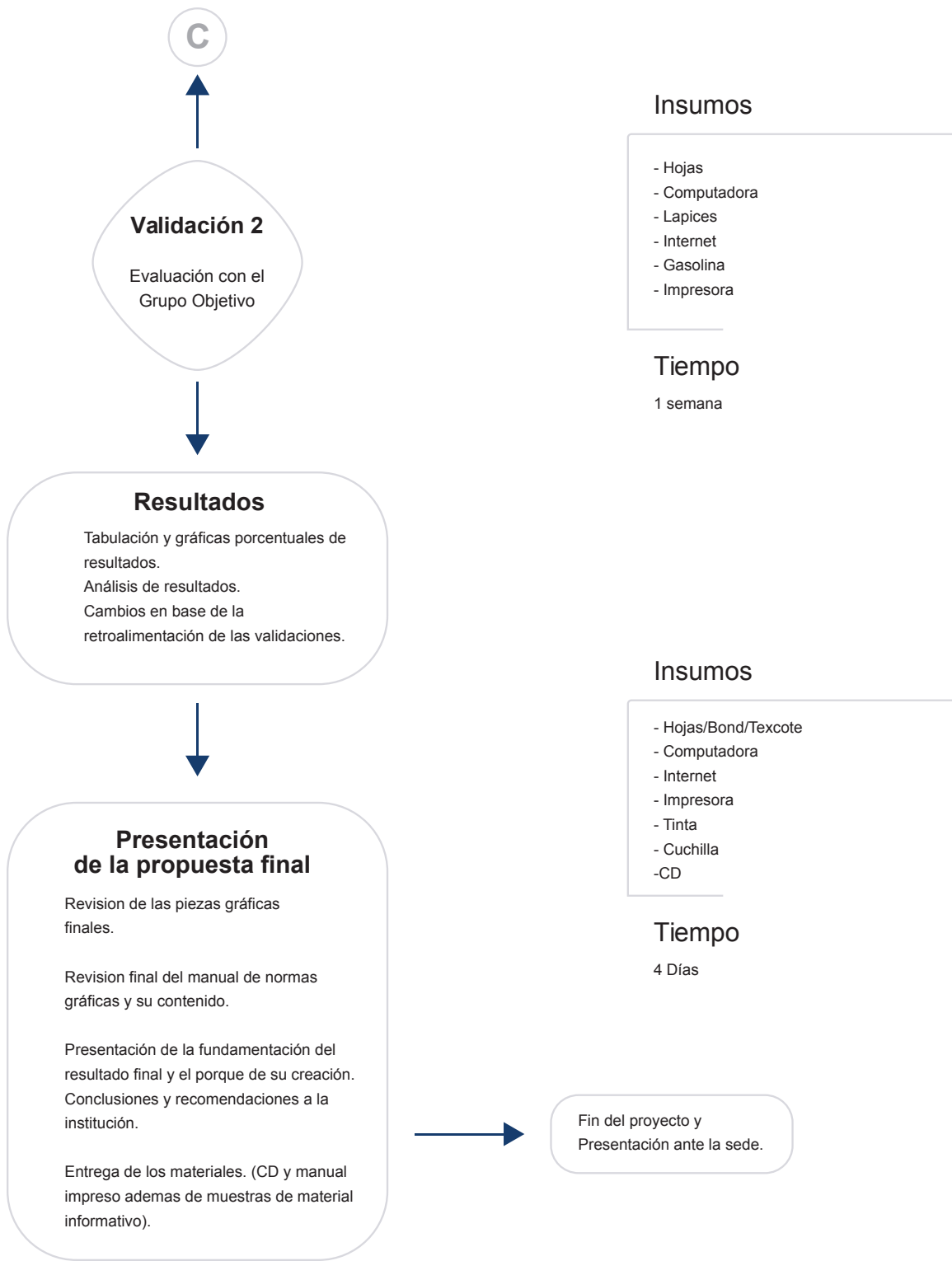


Insumos

- Hojas
- Computadora
- Lapices
- Internet
- Gasolina
- Impresora

Tiempo

1 semana



2 0 1 8

Febrero

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	Visita a la institución		
		Comienzo de etapa creativa				

2 0 1 8

Marzo

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
	Definición de Concepto		Primera visualización			
	Bocetaje		Segunda visualización			
	Tercera visualización			Prototipo		
	1 era. Validación			2 da. Validación		

2 0 1 8

Abril

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4 3 era. Validación	5	6	7
8	9 Adaptación de gráfica a materiales	10	11 Realización de cambios y mejoras a las peizas	12	13	14
15	16	17	18 Realización de informe final	19	20	21
22	23	24	25	26 Piezas gráficas finales	27	28
29	30					

2 0 1 8

Mayo

D	L	M	M	J	V	S
		1	2 Asesorias	3	4	5
6	7	8	9 Ultimas correcciones con la institución	10	11	12
13	14	15	16 Redacción de capítulos	17	18	19
20	21 Diagramación Informe	22	23 Presentación Informe	24	25	26
27	28	29		30	31	

CAPÍTULO

05

**MARCO
TÉORICO**

Ostomía, un padecimiento de desigualdad social

Las desigualdades sociales en el contexto guatemalteco van mas allá de aspectos socioeconómicos o culturales; también afecta a personas con cierto tipo de discapacidades. El Ministerio de Salud y Asistencia Social (MSPAS): “Es nuestro deseo aportar a despertar el interés por continuar examinando aquellos factores determinantes de las desigualdades en salud en el país, así como a promover la generación de información primaria con nivel de desagregación territorial cada vez más específica, con las estratificaciones de población importantes para el análisis tales como el registro de variables de género, etnia, grupos de edad, socio-económicas, etc.”

(MSPAS/Organización Panamericana de la Salud 2015, P. 09). En ella señala como las desigualdades en distintos grupos de la población o conglomerados territoriales se ha intentado entender la situación de salud del país y el potencial para reducirlo, entre estas podrían aplicar pacientes ostomizados, ya que estos se sienten marginados o en un estado de aislamiento social.

La ostomía muchas veces llega a confundirse con cierto tipo de enfermedad, esto es muy erróneo, en realidad la ostomía es una solución que se le brinda al paciente realizando una operación en el tubo digestivo a consecuencia de cáncer de colon, etc. En realidad la oclusión intestinal ya era de conocimiento antiguo como se plasma en el papiro egipcio de Ebers (3700 a.c.) “los sacerdotes-médicos podían reconocer el síndrome “cuando al explorar a un paciente que sufre trastornos digestivos, sientes cómo los intestinos se mueven en su interior como un odre lleno de aceite...” esto describiendo los problemas intestinales que impedían una evacuación normal.

En el contexto guatemalteco no se tiene mayor registro o documentación sobre personas ostomizadas o incluso un censo poblacional que haya pasado por la cirugía. Debido a esto se puede ver el panorama actual de desinformación tanto de las personas ostomizadas como el público en

general. En el caso de los pacientes la ostomía es un caso muy delicado, cualquier procedimiento quirúrgico en el cuerpo por mas pequeña que sea supone cierto tipo de agresión al cuerpo orillándolo a adaptarse a las nuevas condiciones de vida. En un estudio realizado por Nugent donde toma 391 pacientes, muestra como un 80% de ellos modifica su estilo de vida abarcando diferentes aspectos.

Otro tema importante es autoestima del paciente, todo dependiendo del carácter temporal o permanente “la del primer tipo se deja entre 2 y 5 meses, dependiendo de la recuperación del paciente”, señala el mayor Vargas Morales presidente de la asociación de Ostomizados de Colima México.

En cualquiera de los casos el paciente pasa por momentos muy difíciles tanto físicamente como emocionalmente, “El principal problema que enfrenta el candidato al procedimiento o quien ya fue ostomizado es la falta de información que existe en torno al tema, lo que redundo en temor al rechazo social y familiar, así como vergüenza y coraje hacia la vida. De ahí la importancia de nuestra labor como asociación, pues brindamos información al paciente y le damos las herramientas que requiere para que viva con su ostomía sin problema”, refiere Vargas Morales.

La falta de información sobre el padecimiento causa una total ignorancia, esto conduce a la desigualdad y posteriormente a un autoaislamiento. Con el objetivo de ayudar a resolver problemas psicosociales, informar y fortalecer la idea de vivir con cierta parte del cuerpo intervenido. Es por esto que en 2015 surge la Asociación de Ostomizados de Guatemala (ASO-GUA), para tratar con las consecuencias descritas anteriormente preocupándose por la reinserción integral, análisis de los pacientes y un seguimiento de las características de los casos en los cada paciente en particular.

“Primum non nocere”, del latín traducido que significa “ante todo no perjudique la vida, no perjudique la salud del enfermo”, lema que ha adoptado la comunidad médica, este es un principio ético y caracterizado por formar los principios de los practicantes de la salud y el motivo de su accionar. Esto forma parte del ser humano cómo ente social el cual es velar por el bienestar colectivo. La revista insigne Visual (2013) especifica las particularidades entre la moral y la ética, “La moral da pautas para la vida cotidiana, la ética es un estudio o reflexión sobre que origina y justifica estas pautas”. Ambas complementarias y como lo menciona Lopez-Aranguren (1995) “reconociendo la vinculación entre teoría y practica, se llama a la ética moral pensada y a la moral, moral vivida”. descritas anteriormente preocupándose

por la reinserción integral, análisis de los pacientes y un seguimiento de las características de los casos en los cada paciente en particular.

“Primum non nocere”, del latín traducido que significa “ante todo no perjudique la vida, no perjudique la salud del enfermo”, lema que ha adoptado la comunidad médica, este es un principio ético y caracterizado por formar los principios de los practicantes de la salud y el motivo de su accionar. Esto forma parte del ser humano cómo ente social el cual es velar por el bienestar colectivo. La revista insigne Visual (2013) especifica las particularidades entre la moral y la ética, “La moral da pautas para la vida cotidiana, la ética es un estudio o reflexión sobre que origina y justifica estas pautas”. Ambas complementarias y como lo menciona Lopez-Aranguren (1995) “reconociendo la vinculación entre teoría y practica, se llama a la ética moral pensada y a la moral, moral vivida”.

Así como la comunidad médica tiene sus propios códigos conductuales que rigen sus reglamentaciones en el accionar profesional, los diseñadores también se rigen por un código de ética, este aprovechando el campo del diseño y comunicación con oportunidades de beneficio social; en México existe un órgano colegiado llamado (DRALE) sociedad o corporación de personas de la misma dignidad o profesión, que agrupa a profesionales del diseño en un nivel nacional que se denomina CODIGRAM (colegio de Diseñadores industriales y Gráficos de México A.C.)

Sus objetivos principales son el de buscar el desarrollo y promoción del diseño, incrementar el conocimiento del diseño e impulsar el desarrollo y práctica profesional en todos los ámbitos aumentando la calidad de los productos y haciendo que la comunicación gráfica beneficie al país. (Colegio de Diseñadores Industriales y Gráficos de México A.C.:2013).

Este código aplica para diseñadores guatemaltecos que quieran ser partícipes de la evolución en el diseño para incidir en el contexto y así construir una mejor sociedad, promoviendo igualdades y libertades tanto individuales como en organizaciones en pro de intereses de personas marginadas por condiciones de salud precarias.

Debido a la escasa información y estudios acerca de la ostomía en Guatemala, se realizó una entrevista a Alejandro De La Riva, Presidente de la Asociación de Ostomizados de Guatemala, esto por su experiencia tanto como persona ostomizada así como fundador de la organización.

Alejandro tuvo dos experiencias con la ostomía dos veces, la primera vez la tuvo durante dos años y la segunda durante 10 meses, comenta que no fue difícil para él pero depende del tipo de ánimo de la persona, no lo afectó de sobremanera en ninguno de sus ámbitos sociales ya que una actitud positiva es crucial.

Su motivación para llevar a cabo la fundación de la organización fue el deseo de poder ayudar a personas que tienen una ostomía pero su motivación más grande es el deseo de devolver el apoyo recibido cuando estuvo enfermo.

No existe un censo que pueda determinar la cantidad de personas que puedan tener ostomía, ileostomía o algún derivado, esto por falta de recursos para contratar a un especialista o llevar a cabo investigaciones en cada hospital de la nación, lo cual limita el alcance que se quiere realizar.

Alejandro también nos comenta que los casos comúnmente encontrados son la colostomía, ileostomía y urostomía, en personas de todas las edades y diferentes lugares de la república.

Algo muy interesante es la propuesta que planean implementar, esta sería una iniciativa de ley ante el congreso de la república que le permita a la asociación traer suplementos médicos como bolsitas, placas, etc. Esto como donaciones y estar exentos de impuestos. Esto se propondrá una vez tengan una persona jurídica.

Actualmente no hay otra asociación que realice acciones similares a ASOGUA, como charlas motivacionales, testimonios alentadores y también nos comenta que

Por último, Alejandro nos comenta que ha tenido experiencias en congresos internacionales, en Agosto de 2016 viajó al 25 Congreso Latinoamericano de Coloproctología en Paraguay, esto le sirvió como retroalimentación para el manejo y la distribución de donaciones sobre el que cada persona que recibe aprecie su por medio de un cobro simbólico.

Las fichas personales son muy eficientes, su tipo de ostomía y el control de su suministro. El altruismo y la empatía hay que fomentarlo.

Fotografía por Henry Echeverria



El diseño como solución informativa

En un mercado competitivo de variedad de productos, instituciones y organizaciones sociales, lo que constituye la diferencia de marcas parte precisamente de los valores intangibles de una empresa, credibilidad y singularidad; así lo explica Tom Peters escritor estadounidense, especialista de gestión empresarial en su libro “El meollo del Branding” (2002).

El branding se refiere a la necesidad de crear y construir una marca, agregarle un valor de identidad mediante la estrategia de brindarle un nombre, icono o símbolo cuyo principal atractivo es la parte visual. Alexandra Pérez Nova, diseñadora gráfica colombiana define el branding como “la gestión estratégica de la marca que permite crear una relación emocional con el consumidor, afectando positivamente... los beneficios que son funcionales y emocionales y que se obtienen en la adquisición del producto básico y el provecho posterior que ofrece”.

Pero la creación de una marca no solo se refiere al entorno mercantil, también aplica a instituciones sin ánimos de lucro, organizaciones que velan por ciertos segmentos de la población que tienen alguna dificultad física, emocional o protección de derechos civiles. La marca es lo que define, lo que le da la parte emocional a cualquier institución para crear empatía y un vínculo memorable, según Peters “la capacidad de transmitir emoción es lo más importante en un mundo controlado por la tecnología”. El valor humano y la incidencia social que logremos plasmar como diseñadores y profesionales logremos afectar de manera positiva a la institución.

Por estas razones y, sabiendo las necesidades que tiene la Asociación de Ostromizados de Guatemala, crear una imagen

institucional se vio pertinente para responder de mejor manera a la problemática, ya que el branding en su englobada arquitectura lograría fortalecer su desarrollo, crecimiento y consolidación. Se pretende que a través de diferentes materiales lograr una mejor estrategia organizacional, pero la identidad institucional pretende dar a conocer la organización para las personas ostromizadas y/o interesados en el tema.

Joan Costa (1987) en su libro “La imagen Global”, considera a la identidad visual como la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, que se concreta con un programa que marca normas de uso para aplicarla correctamente. Esto supone que todos los elementos visuales que se vayan rediseñando (ya que dos isologotipos han formado parte de la historia visual de ASOGUA) tienen que ir no solo en función de los objetivos planteados, si no que estará ligada a la historia, conceptos y trayectoria de la organización.

Desde el punto de vista del branding institucional orientados a salud y discapacidad podemos encontrar casos análogos como lo son la Teletón, El comité Pro Ciegos y Sordos de Guatemala entre otras que son catalizadores tanto de crecimiento económico así como prosperidad y ayuda en los sectores donde quieren influir en la sociedad.

Nelson Razo, Diseñador especializado en Branding, marketing digital y comunicación institucional de México explica que “Ya sea un ayuntamiento, un gobierno nacional, una organización no lucrativa, o simplemente una dependencia que administra algún servicio público, desenvolverse con un enfoque de branding implica planear la arquitectura y visión de la marca, llevar a cabo investigación de mercado y de percepción de marca, así como

medir y administrar la interacción con la audiencia, la comunicación institucional, y tener en cuenta el futuro con una administración de la evolución de la marca”.

Siguiendo el discurso de Razo, el branding no se debe detener en la culminación del logotipo y línea gráfica, este debe de tener una evolución en el desarrollo de comunicación apoyándose de los elementos visuales para lograr posicionarse y expandirse el cual es el objetivo de ASOGUA para informar, reclutar y asesorar a pacientes en un país donde escasea la información y los asesoramientos son precarios y necesarios.

Toda entidad social, con solo existir y ser perceptible, envía a su entorno un volumen determinado de información. (Chaves, 1988; Bernstein, 1986). De un modo u otro, ya sea por acciones o acciones indirectas, una organización emite en sus actividades diarias cantidades de información que llega a sus usuarios.

Para lograr los objetivos de identidad institucional y reclutamiento de pacientes, se necesita entonces, tener fases de comunicación, una que sea la estructuración de la identidad institucional, lo cual es rediseño de logotipo y creación de línea gráfica para tener un concepto de la institución y otra la creación de material informativo que vaya inspirada en el concepto de la anterior para sentar las bases de a donde se dirige. Como anteriormente se menciona, no solo es de centrar la comunicación en un punto, sino en dos canales que se complementen.



CAPÍTULO
06

PRODUCCIÓN
GRÁFICA

NIVEL DE VISUALIZACIÓN 1

Propuesta 1

En esta propuesta se presenta una serie de niveles de Bocetaje los cuales fueron necesarios para lograr el resultado final. En este boceto se crea la abstracción de la bolsa de ostomía, con esta se pretende utilizar como un símbolo positivo y de superación en el paciente ya que es un instrumento que le permitirá llevar una mejor calidad de vida. En esta versión la abstracción y la tipografía están de forma independientes para que se pueda utilizar de forma individual o conjunta. La tipografía escogida se llama "Coolvetica" y fue seleccionada debido a su legibilidad, grosor y su forma recta la cual se considera moderna y profesional.

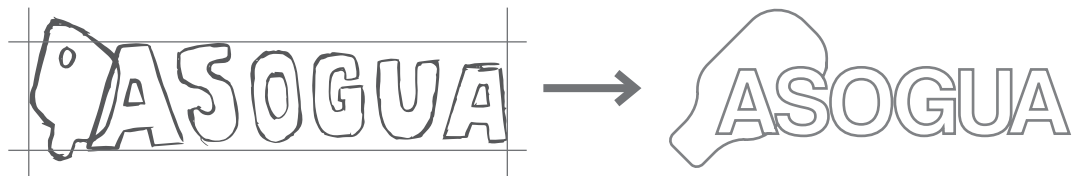
Esta propuesta tiene dos variaciones, una con el isotipo en la parte superior y la segunda con el isotipo con la parte lateral con unas líneas para texturizar y hacerlo mas dinámico.



Propuesta 2

La siguiente propuesta incorpora la metáfora de la unión de bolsa de ostomía con la parte lateral del cuerpo (en este caso la tipografía) utilizando la tipografía de la propuesta anterior y utilizando un azul marino oscuro.

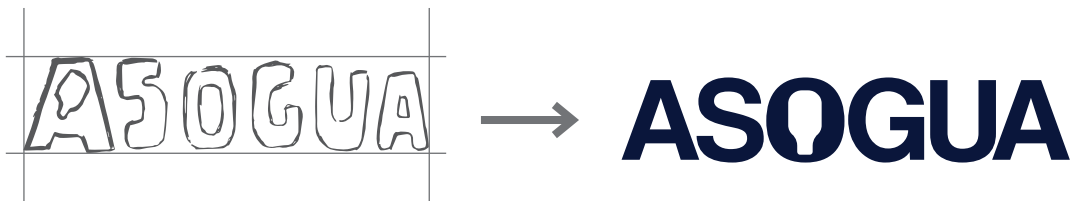
Lo que se quiere dar a entender en esta opción es la integración de la persona con la bolsa de ostomía ya que la integración a lo largo de la vida de estas personas es una parte esencial para aceptar su condición. La tipografía se optó utilizar un palo seco por su legibilidad, un color sólido que es el cian por ser un color ya recurrentemente utilizado en la asociación.



Propuesta 3

La tercera propuesta es figura-fondo enfocado en una letra, esto para resaltar el acrónimo de "ASOGUA" y dejando en segundo plano la bolsa de ostomía pero siempre tratando de que este presente. La parte de la integración

La segunda versión son dos bolsas de ostomía en la parte lateral con un cambio de perspectiva y agregando mas paletas de colores, en este caso el rojo, este ultimo es uno de los colores previamente utilizado en la asociación desde sus inicios, este color es muy llamativo y da connotaciones medicas cuando se utiliza junto con gamas de azules o blancos.



Autoevaluación

Teniendo tres propuestas a continuación se procedió a realizar una autoevaluación a cada una de ellas, para así descartar las ideas menos solidas y quedar con una que represente mejor las premisas pertinentes para el proceso de identidad de la institución. Se pretende que la imagen institucional tenga una trascendencia y eficiente comunicación.

Propuesta	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Identidad Visual	Tipografía	Uso del color	
1	5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37
2	2	2	2	3	4	3	1	3	4	5	29
3	2	1	2	1	1	3	1	3	4	5	23

Fundamentación propuesta final

La propuesta elegida es la propuesta 1 esto por su legibilidad, sencillez y estilización.

El color prevaleciente es el cyan, color distintivo de la institución. La tipografía “coolvetica” por su fácil legibilidad en distintos tipos de tamaños y por el tratamiento de modernizar la imagen de la organización, se expondrán versiones tanto el isotipo como logotipo juntas como separadas.

Se decidió por este boceto preliminar ya que cumple de mejor manera con el concepto de “Bolsa de ostomía, un amigo para toda la vida”.

El imago tipo esta compuesto por el acrónimo de la institución “ASOGUA” y la forma básica de la bolsa de ostomía, se quiso representar a la bolsa de ostomía ya que se quiere color a este como un símbolo de superación y esperanza para el paciente. Este esta compuesto geométricamente inclinado hacia la derecha con un ligero corte ondular que parte desde el centro hasta la esquina inferior derecha de la abstracción.

La lectura del isotipo es empezando desde la izquierda con la bolsa llegando ya con el nombre de la institución terminado este en la parte derecha, tratando de ante poner la bolsa antes para una rápida identificación de su forma y ligándola ya con la institución.

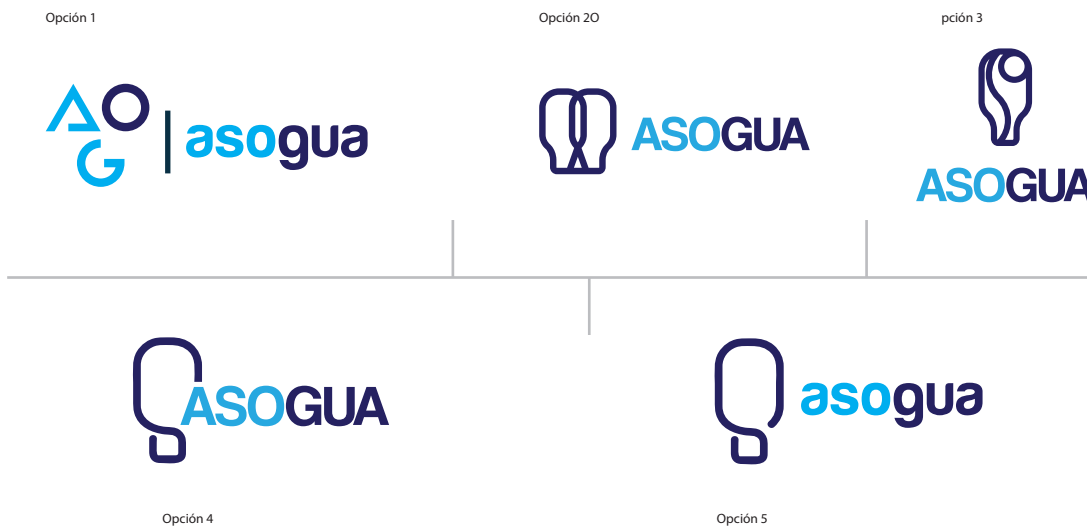


NIVEL DE VISUALIZACIÓN 2

Luego de la propuesta anteriormente realizadas, se procedió a mejorar y simplificar la propuesta se realizaron, propuestas para lograr una mejor integración entre la bolsa de ostomía y la imagen que la iba a representar, incluso se exploraron otras versiones que salían de la imagen de la bolsa y se propuso jugar con la tipografía.

Para esto se crearon 5 propuestas nuevas, siempre manteniendo el concepto escogido como base de todas las propuestas y variantes que a continuación se presentan.

La sencillez e integridad de los elementos entre si es importante al momento de representar en una institución que toca temas médicos.



De estas 5 se escogieron 2 las cuales tenían un aspecto visual e impacto más interesante que el resto. La limpieza también fue un factor importante en la elección de estos dos isotipos.

La primera propuesta esta conformada por las principales siglas de ASOGUA, se tomaron la “A”, “O” y la “G” para convertirlos en una imagen, se utilizaron figuras geométricas y estructura de posicionamiento piramidal invertida seguida por el nombre de la institución con una tipografía mas redonda, con remates mas curvados y mas dinámica.



La segunda propuesta es la bolsa de ostomía creada a partir de su contorno, para integrarla a la tipografía con la que se ha venido trabajando desde el principio esta se coloco en la parte inferior derecha de la imagen, dando alusión a la posición donde generalmente se coloca la bolsa de ostomía en los pacientes.

Se adapto la línea gráfica de la propuesta 1, en las validaciones se pudo determinar que el patrón de líneas onduladas era mas dinámico y se encontraba mas limpieza en el diseño.

También se encontró interesante utilizar colores planos de fondo dándole mas impacto a ciertas piezas.



Una vez definiendo las dos propuestas se procedió a validar con profesionales del Diseño Gráfico tanto el logotipo como la propuesta de línea gráfica (ver anexo 6.1).

Los resultados de las validaciones a los profesionales (ver anexo 6.2) presentaron que la mejor opción era la propuesta 2 y para línea gráfica la opción 1, por lo tanto se presentaron los siguientes cambios:

Isotipo

En el logotipo se abrieron un poco más sus vértices y se incremento su grosor, esto para evitar que el símbolo fuera confundido con una “G”. En la parte inferior el corte se cambio por recto a una forma en diagonal, esto para que vaya acorde al recorrido y el remate superior termine en línea recta acoplándose al texto.

En colores prevalecieron los mismos (Cyan y azul marino) ya que se considero que eran colores prudentes para una institución que toca temas médicos y de cuidado físico.

Línea Gráfica



Papelería

El diseño de la papelería quedó como en la opción 1, compuesto por líneas onduladas de color cian y azul marino, estas representan el sistema digestivo el cual es parte de donde se procede a efectuar la cirugía, se dio armonía, fluidez y un estilo

dinámico además de limpieza en su serie de líneas continuas, esta opción tuvo una mejor aceptación en las validaciones para una institución que vela por personas ostomizadas.

NIVEL DE VISUALIZACIÓN 3

Una vez escogido el logotipo y línea gráfica, se procede a validar con el grupo objetivo y obtener una mejor retroalimentación con los pacientes de la Asociación de Ostromizados de Guatemala.

Las piezas mostradas para la validación fueron:

- Logotipo
- Imagen Institucional
- Brochure/Afiche informativo

La validación dio como resultado que el G.O. le parecía un material funcional, ya que en su opinión consideran que la utilización de una imagen institucional tanto dentro como fuera de la organización es importante para tener una comunicación más clara, una visión de la institución más formal y conocer a la institución (*ver anexo 6.4*).

A diferencia de lo que se estaba haciendo anteriormente con una imagen muy genérica, esto permite mantener la unidad tanto en los insumos informativos que se le darán a los usuarios así como en los entregados a la junta directiva de la asociación.

Fundamentación de la Propuesta Gráfica Final

Logotipo

El logotipo y línea gráfica para la Asociación de Ostomizados de Guatemala se diseñó de una manera simple.

El isotipo es la abstracción de una bolsa de ostomía la cual es el instrumento por el cual las personas ostomizadas tienen que llevar y tomado como símbolo de perseverancia, esperanza y oportunidad; integrada en la parte lateral derecha del texto el cual lleva el nombre de la institución ASOGUA.

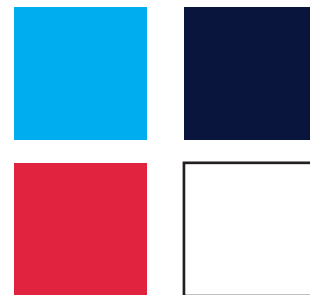
Código Cromático

Cyan: Representa formalidad, tranquilidad y asociado a la fortaleza, es un color que da frescura. Ideal para la nueva imagen de la asociación que quiere hacer sentir de un modo más reconfortante a los pacientes.

Azul marino: El azul marino refleja más seriedad, color representativo de la tranquilidad para tener equilibrio en la paleta de colores.

Blanco: Un color muy representativo de la limpieza y la pureza, complementario con cualquier color y proveer armonía y descanso visual, este color también se asocia con temáticas médicas por ser un color neutro en cuanto a su integración.

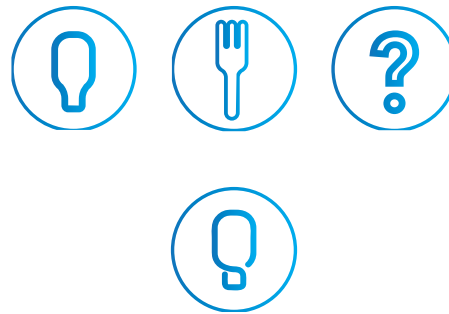
Rojo: Color dejado en segundo plano para la institución pero como opción en caso se requiera utilizar en ciertos elementos mínimos, este resalta por ser muy llamativo, con presencia y fuerza visual. También muy utilizado en el campo médico.



Código Iconográfico:

Para la iconografía se utilizó flat design por su sencillez y un ser un facilitador en su comprensión, se puede observar mucha de esta influencia en el brochure, de apariencia lineales y dentro de un círculo con los colores institucionales.

Se utilizarán también fotos de dominio libre para reflejar una imagen tipo wellness en los materiales gráficos, representar una vida sana y en armonía es parte importante de lo que se quiere reflejar en los pacientes.



Código Tipográfico

Para la tipografía se utilizó Coolvetica para el isotipo, esto por su grosor, legibilidad y estabilidad al acoplarlo a la imagen.

Sus trazos rectos y simétricos hacen que su estructura sea formal y amigable con el grupo objetivo. A pesar de estar conformada por mayúsculas, esto no crea un sobre peso en el aspecto visual.

La tipografía secundaria utilizada para textos y subtítulos es Avenir, su ligereza, corriente lineal en su estructura y variantes de la misma familia la hacen ideal para la jerarquía de títulos y textos de información brindando modernidad y fluidez.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrstu-
vwxyz**

**ABCDEFGHIJKLMN-
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrs-
tuvwxyz**

PIEZAS FINALES

Papelería Básica



Playera



Línea Gráfica



Logotipo



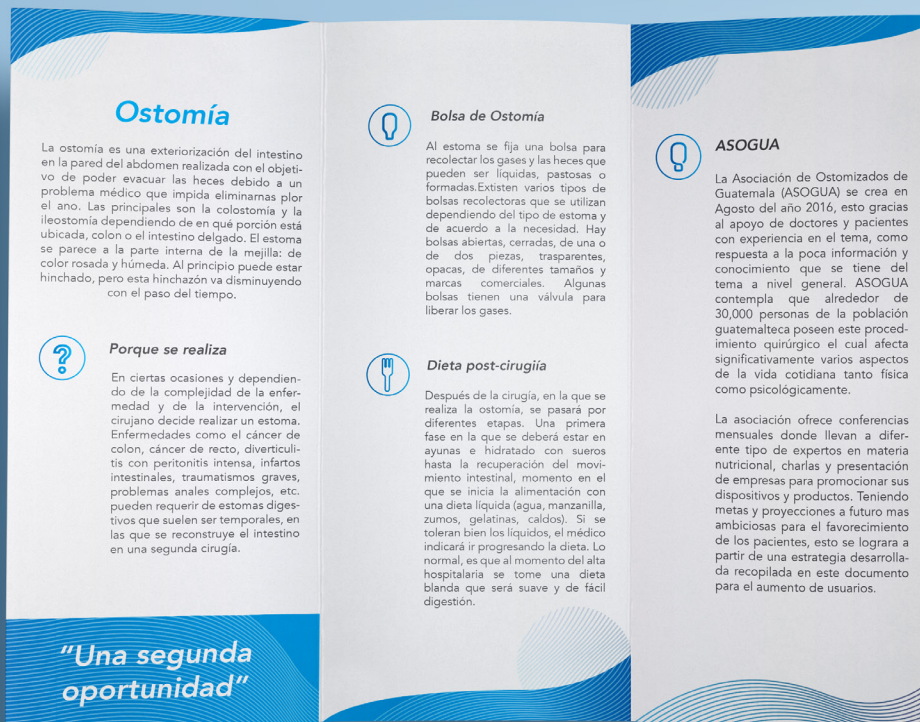


Tarjetas de presentación

Hoja membretada



Brochure informativo








ANTECEDENTES

La Asociación de Ostomizados de Guatemala fue creada a partir de un grupo de médicos especialistas y pacientes que tienen experiencia ya que viven con una ostomía, cuyo objetivo es brindar apoyo a pacientes ostomizados en respuesta a la problemática de la necesidad de asesoramiento en el cuidado y mantenimiento de la cirugía, datos e información sobre su tipo de ostomía. Además se brinda ayuda para crear un vínculo entre personas que pasan por esto.

ASOGUA desde su creación ha tenido dos logotipos, y es la única institución que brinda ayuda a pacientes ostomizados en Guatemala por lo que es importante que su imagen sea reconocida entre los pacientes de ostomía.

Carecen de una línea gráfica integral que vaya acorde al logotipo, por lo que los pocos materiales que realizan no tienen una relación visual o simplemente no existe diseño en la papelería básica. También es importante recalcar la necesidad de informar acerca del tipo de ayuda que brindan, tipos de ostomía e información de la institución.

ASOGUA 

Visión

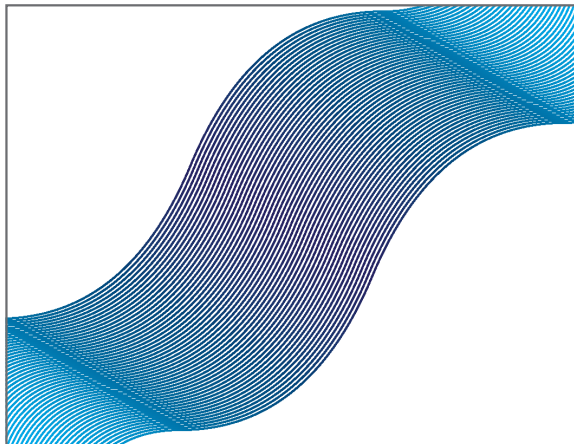
Ser una institución humanista y confiable, promotora de cambios proactivos como son el espíritu de altruismo y de servicio conformada con una estructura funcional y financiera sólida que sea reconocida universalmente.

Misión

Ayudar a la persona ostomizada a superar el trauma psicológico que entraña la ostomía y en la adaptación a su nueva situación personal.

Brindar desde la asociación la oportunidad de crear lazos entre las personas afectadas, que ayuden a superar los cambios físicos y psicológicos que se producen, haciéndonos partícipes de una realidad compartida.

ASOGUA 



LOGOTIPO

Símbolo



Fundamentación

El logotipo y línea gráfica para la Asociación de Ostomizados de Guatemala es el sueño de una manera simple.

El logotipo es la abstracción de una bolsa de ostomía la cual es el instrumento por el cual las personas ostomizadas tienen que llevar y ser usado como símbolo de perseverancia, esperanza y oportunidad. Integrado en la parte lateral derecha del texto el cual lleva el nombre de la institución ASOGUA.

ASOGUA 

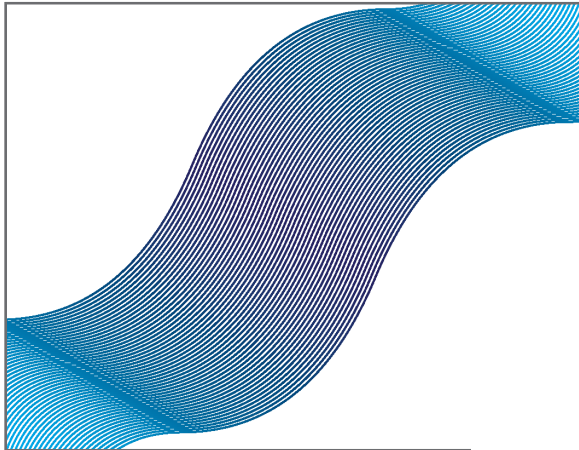
TRAZO
Geométrico



ASOGUA



Aplicaciones
de Logotipo



AZUL MARINO

Azul marino: El azul marino refleja más seriedad, color representativo de la tranquilidad para tener equilibrio en la paleta de colores.

BLANCO

Blanco: Un color muy representativo de la limpieza y la pureza, es complementario con cualquier color y proveer armonía y bienestar visual, este color también se aplica con temáticas médicas por ser un color neutro en cuanto a su integración.

ROJO COLOR SECUNDARIO

Rojo: Color dejado en segundo plano para la institución pero como opción en caso se requiera utilizar en ciertos elementos mínimos, este resalta por ser muy llamativo, con presencia y fuerza visual. También muy utilizado en el campo médico.

CYAN

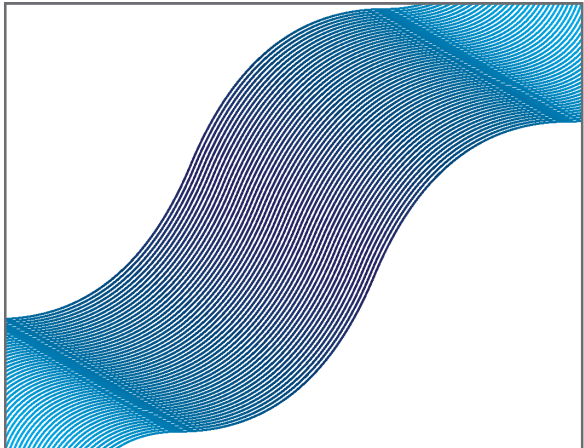
Cyan: Representa formalidad, tranquilidad y asociado a la frescura, es un color que da frescura. Ideal por la misma imagen de la asociación que quiere hacer sentir de un modo más reconfortante a los pacientes.

RGB 12 24 60
CMYK 100 91 41 54
HTML 0C183C

RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0
HTML FFFFF

RGB 223 37 63
CMYK 6 98 77 0
HTML DF253F

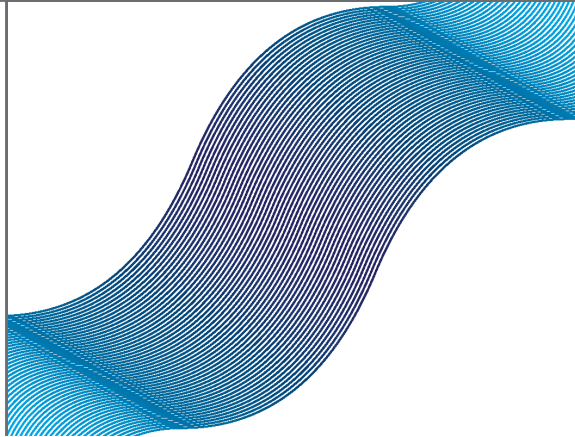
RGB 39 168 224
CMYK 70 16 0 0
HTML 27A8E0



ANTECEDENTES

Para la iconografía se utilizó flat design por su sencillez y un ser un facilitador en su comprensión, se puede observar mucha de esta influencia en el brochure, de a pariencia lineales y dentro de un círculo con los colores institucionales.

Se utilizaron también fotos de dominio libre para reflejar una imagen tipo wellness en los materiales gráficos, representar una vida sana y en armonía es parte importante de lo que se quiere reflejar en los pacientes.



Código Tipográfico

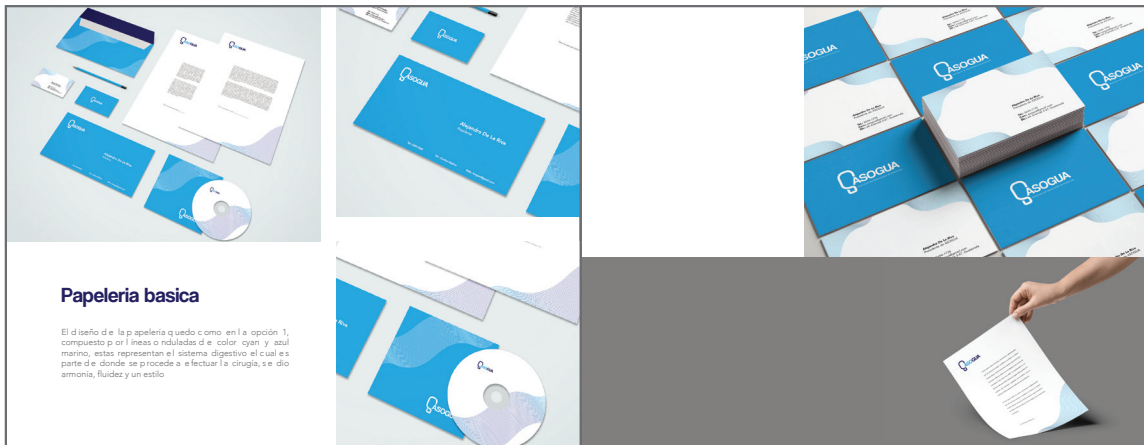
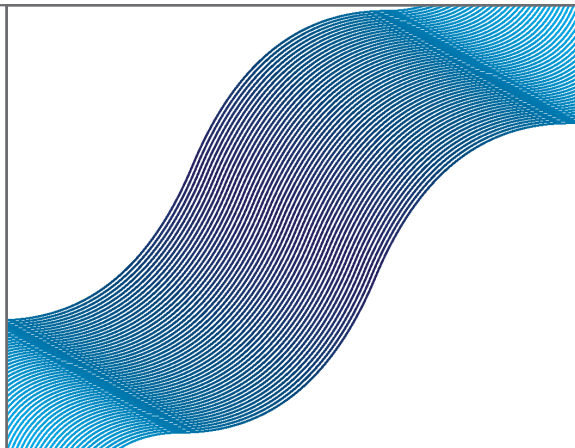
Para la tipografía se utilizó Coolvetica para el isotipo, es esto por su grosor, legibilidad y estabilidad al acople a la imagen.

Sus trazos rectos y simétricos hacen que su estructura sea formal y amigable con el grupo objetivo. A pesar de ser un tipo de letra con mayúsculas, esto no crea un sobre peso en el aspecto visual.

La tipografía secundaria utilizada para textos y subtítulos es Avenir, su ligereza y carácter lineal en su estructura y variantes de la misma familia la hacen ideal para la jerarquía de títulos y el resto de la información brindando modernidad y fluidez.

ABCDEFGHIJKLMNÑOP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuv
wxyz

ABCDEFGHIJKLMN-
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmñopqrs
tuvwxyz



Papelería básica

El diseño de la papelería quedó como en la opción 1, compuesto por líneas o volutas de color cian y azul marino, estas representan el sistema digestivo el cual es parte de donde se procede a efectuar la cirugía, se dio armonía, fluidez y un estilo.

Borchure informativo

Para la tipografía se utilizó Coolvetica para el sitio, esto por su grosor, legibilidad y estabilidad al exportarlo a la imagen.

Sus trazos rectos y simétricos hacen que su estructura sea formal y amigable con el grupo objetivo. A pesar de estar conformada por mayúsculas, esto no crea un sobre peso en el aspecto visual.

La tipografía secundaria utilizada para textos y subtítulos es Arial, debido a su ligereza, corriente lineal y su estructura y variantes de la misma familia la hacen ideal para la jerarquía de títulos y textos de información brindando modernidad y fluidez.



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

<i>Pieza</i>	<i>Medio de reproducción</i>	<i>Especificaciones técnicas</i>	<i>Distribución</i>
<i>Logotipo</i>	<i>Digital/impreso</i>	<i>Se entrega 6 versiones de logotipo con sus aplicaciones y métodos de uso especificados en el manual de normas gráficas.</i>	<i>Se entregara de manera digital a la junta directiva de ASOGUA. En ella se encontraran todos los métodos y normativos de uso en todos lo materiales.</i>
<i>Manual de Normas Gráficas</i>	<i>Digital y física (impresa)</i>	<i>Formato PDF. Medidas 8.5 x 11 plgs. Horizontal full color.</i>	<i>Se entregara de manera digital para realizar materiales con los lineamientos e implementación del uso adecuado de la marca.</i>
<i>Brochure/Trifoliar</i>	<i>Impreso</i>	<i>Impresión, a full color tamaño 8.5 x 11 plgs. Horizontal en papel bond.</i>	<i>La asociación deberá distribuirlos a los pacientes de la institución.</i>

PRESUPUESTO

<i>Pieza</i>	<i>Costo de reproducción</i>	<i>Costo de Diseño</i>
<i>Logotipo</i>	<i>Electricidad, depreciación del equipo – Q.65.00</i>	<i>Q.5,000.00</i>
<i>Manual de Normas Gráficas</i>	<i>Manual de Normas Gráficas 1 – Q.525.00 c/u</i>	<i>Q.6,000.00</i>
<i>Brochure/Trifoliar</i>	<i>200 – Q.8.00 c/u = Q.2,371.25</i>	<i>Q.1,800.00</i>
	<i>Total</i> <i>Q.2,896.00</i>	<i>Total</i> <i>Q.12,800.00</i>

Esto representa un donativo de parte de la Escuela de Diseño Gráfico a la institución.

CAPÍTULO
07

CONCLUSIONES

LECCIONES APRENDIDAS

- ▲ El proceso de investigación es el primer paso y una muy importante para sentar las bases del proyecto, recopilar toda la información posible así como experiencias y estudios para entrar en contexto con el tema y catalogar este por temas prioritarios que se necesite que la institución ponga especial énfasis en este para que su comunicación sea efectiva.
- ▲ La planificación operativa de los recursos tanto físicos como económicos que cuenta la institución, así como una calendarización de actividades y metas a cubrir en cierto límite de tiempo ya que es importante que cada fase tenga su momento de aplicación ya que esto ayuda a que los materiales actúen con mayor efectividad.
- ▲ Fundamentar e investigar la técnica de diseño a utilizar, que sea clara, se debe tomar como prioridad que el mensaje llegue de manera clara.
- ▲ El conocimiento de los códigos visuales y códigos médicos es importante para no caer en error de mal interpretar la comunicación ya que cada elemento tanto en el ámbito del diseño como en el ámbito de la medicina tienen lenguajes distintivos en su campo, es importante estudiarlos para que el diseño sea funcional en ambos lados.
- ▲ La lucha por causas sociales se ha ido dibujando como un tema de suma importancia en un país donde la discriminación y la falta de ayuda social a personas discapacitadas afectan de sobremanera. Inclusive, esto se incrementa en una nación como la nuestra, donde una gran porción de la población guatemalteca es de escasos recursos.

CONCLUSIONES

Para una institución es importante tener una imagen que represente sus valores y el trabajo que realizan para que esto permita a las personas conocer a la institución a través de estos elementos, es por lo anteriormente mencionado que se desarrollo la imagen institucional para la Asociación de Ostomizados de Guatemala que vela por el bienestar tanto físico como emocional de los pacientes que tienen esta condición medica.

Fortaleciendo la imagen de la institución se genero mayor interes por los miembros actualmente inscritos y nuevos acerca de los servicios y ayuda que presta.

Utilizando el Diseño gráfico como instrumento, se crearon materiales por los cuales los miembros de la asociación podrán darse a conocer e informar acerca de la institución, orígenes y funciones que realiza en pro de los pacientes.

La Escuela de Diseño gráfico y como diseñadores con este proyecto se aporta para el fortalecimiento en materia de conocimiento de información acerca de temas de interes a pacientes acerca de la Asociación de Ostomizados de Guatemala con ayuda del material realizado.

RECOMENDACIONES

A la Institución

- ▲ Se le recomienda a la institución contar con una base de datos de pacientes Ostromizados para tener una muestra, también registro y contacto con médicos sobre casos de ostmía y la frecuencia con la que estas son llevadas a cabo.
- ▲ Mantener unidad en sus materiales, principalmente en los que se publican por redes sociales, que se apoyen de una persona capacitada y con experiencia en manejo de comunicación digital.

A los alumnos

- ▲ La institución/organización con la que se vaya a trabajar debe de estar dispuesta y brindar apoyo al estudiante, los alumnos deben evaluar si la organización tiene objetivos claros de lo que quiere en pro de la institución para que ambas partes tengan un aprendizaje mutuo.
- ▲ Una comunicación constante y visitas reguladas son una buena ayuda para entrar en contexto con el tema, muchas veces la experiencia ayuda mas que los elementos teóricos plasmados en documentos.
- ▲ La definición de los tres proyectos es pertinente utilizar técnicas que nos ayuden a identificar el verdadero problema de la institución.
- ▲ No se debe olvidar que más allá que profesionales en diseños visuales, somos comunicadores visuales, es importante las estrategias de comunicación que simplifique y sea mucho más entendible distintos tipos de mensajes dirigidos a grupos objetivos.

Capriottiperi, Paul, Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. Santiago, Chile, 2009. 210 p.

Nova Perez, Alexandra, Principios del Branding, Crear marcas de éxito (Marketing), España, publicación independiente, 2011. 81 p.

Viso, Pons S. Historia de las colostomías: Estomas. Valoración, tratamiento y seguimiento. Ediciones Doyma SA, Barcelona, 1999. 116 p.

Florés, Armijo, MEDIAVILLA A. Farmacología humana. España, Editorial Masson, tercera edición, 1998. 102 p.

Corella Calatayud, José Manuel. Estomas: Manual para enfermería, España, Impreso por Gráficas Estilo, 2005. 267 p.

Lichtle A., María de los Ángeles. Insigne Visual, Revista de Diseño Gráfico. Puebla, México, 2013. 15 p.

Tesis

Toledo Lopez, Karla Ivette. Video institucional de AGIMS Asociación Grupo Integral de Mujeres Sanjuaneras. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2015.

Orozco Gracia, KrystellSucell. Identidad institucional para el posicionamiento de Casa Museo Luis de Lión, San Juan El Obispo, Antigua Guatemala. Universidad de San Carlos de Guatemala 2015.

Letona Rojas, Josué Ismael. Estrategia conceptual y gráfica de la identidad visual institucional de la división de desarrollo académico – DDA – de la USAC. 2013

Paginas web

Galiano Gil, Jesus Miguel. (2006). Reflexiones éticas acerca del paciente ostomizado [online] Ilustrados.com. Recuperado el 3 de marzo del 2018 de <http://www.ilustrados.com/tema/9377/>

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. (2016) [online] Desigualdades en salud en Guatemala. Guatemala. Paho.org. Recuperado el 7 de marzo del 2018 de: <http://www.paho.org/gut/>

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. (2015) [online] Situación de la mortalidad materna. Desigualdades en salud en Guatemala. Recuperado el 8 de marzo del 2018 de <https://www.paho.org/gut/>

Anonimo. (2014) [online] CLUB ENSAYOS. Spice y Poems. Recuperado el 7 de marzo del 2018 de <https://www.clubensayos.com/Negocios/SPICE-AND-POEMS>

Anonimo. Neuronilla (2015) [online] Relaciones Forzadas. Recuperado el 8 de marzo del 2018 de <https://www.neuronilla.com/relaciones-forzadas-palabra-al-azar/>

ANEXOS

Capítulo 3

ANEXO 3.2 TABLA VENTAJAS/DESVENTAJAS

Piezas	Ventajas	Desventajas	Elegible
Logotipo	Legitimidad Seriedad Profesionalismo	El posicionamiento de la marca es largo	
Identidad Institucional	Proporciona una estética visual Armonía entre los elementos	El proceso de conceptualización es largo Constituye de varias adaptaciones	
Rooll up	Visible a larga distancia Reusable Transportable	Estático (poca interacción con el material) Carece de un llamativo de atención	
Brochure	Manejable Ideal para sintetizar información Adaptación para diferentes materiales	Desechable	
Volante	Practico Sencillo Económico	Poco ecológico Espacio muy limitado para información	
Brandbook	Una guía para realización de materiales Provee mas seriedad y profesionalismo a la imagen Conserva la identidad	Costoso	

ANEXO 3.1

BRIEF

BRIEF

Ciente: Asociación de ostomizados de Guatemala (ASOGUA)

¿Qué hace? Proporciona información, apoyo, asesorías y donaciones de material médico en pro de los pacientes que hayan pasado a través de la cirugía.

¿Para que lo hace? Capacita y prepara, de esta manera evitar cualquier inconveniente de salud que tuviera con la ostomía.

¿Qué relación tiene con la identidad institucional y material informativo?

La identidad institucional es una herramienta que brinda un conjunto de características que configuran visión, misión, objetivos y valores de una forma gráfica. Esto brinda confianza, profesionalismo e identificación. Lo cual atraerá a personas interesadas en los servicios de ASOGUA.

Grupo objetivo primario: Personas Ostomizadas de toda el área metropolitana del país.

Grupo objetivo secundario: familiares, amigos y conocidos de los pacientes.

Estrategia de comunicación: El Rebranding de la institución va enfocado en fortalecer la imagen de la institución y tener un sistema de creación de material como su papelería alineada a su imagen visual. Además de crear material informativo referente a la ostomía y la institución con la cual el paciente pueda retroalimentarse sobre estos temas.



Distribución: Diferentes tipos de materiales impresos. Un brandbook para que los miembros de la asociación tengan un normativo al momento de crear algún tipo de material y material informativo para los pacientes y nuevos miembros que lleve información hacer de diferentes temas.

Presupuesto: Indefinido.

ANEXO 6.1 VALIDACIÓN 2



Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación 2
Guatemala, Guatemala

Nombre _____ Edad _____

Profesion _____


Acerca de la Institución

La Asociación de Ostomizados de Guatemala (ASOGUA) fundada desde el 2015, es una organización sin ánimo de lucro que provee ayuda tanto psicológica, y con insumos médicos además de dar charlas tanto motivacionales como informativas a pacientes ostomizados. La ostomía se define como el proceso de una operación en la parte lateral del cuerpo, esta cirugía consiste en exponer una parte del intestino fuera del interior del cuerpo para expulsar las eses y contenerlas en una bolsa. El grupo objetivo son pacientes ostomizados de 18 a 55 años, de clase baja y clase media residentes del área metropolitana del país.

Acerca del Proceso de Validación

El siguiente cuestionario pretende evaluar el desarrollo actual del proyecto "Diseño de identidad y material informativo para el proceso de reclutamiento y crecimiento de usuarios para la Asociación de Ostomizados de Guatemala" teniendo como propósito evaluar la mejor propuesta gráfica en cuanto a la identidad de la institución reflejada en su papelería y distintos tipos de materiales.

Para la realización de la validación se le mostrará una tabla valorativa con distintos objetivos del proyecto y una presentación como muestra de los diseños.



Concepto Creativo: Bolsa de Ostomía: Un amigo para toda la vida.

A continuación se le presentará una serie de cuadros con escalas valorativas que van de 1 (puntuación mínima) hasta 5 (puntuación máxima) donde según su criterio ponderará cada aspecto que se desglosan.

Isotipo					
	1	2	3	4	5
Legibilidad					
El logotipo es visualmente apropiado para una institución médica					
El logotipo y línea gráfica refleja el concepto					
Es funcional y adecuada para el G.O.					
El manejo del color es acorde al concepto creativo					
El logotipo tiene impacto visual y es memorable					

Línea Gráfica					
	1	2	3	4	5
Existe jerarquía visual en el diseño de las piezas					
El uso de colores es el ideal para la institución					
Existe algún tipo de ruido en la posición del logotipo					
Es adecuado para el G.O.					
Las piezas se ven integradas y estéticas entre sí					
Tiene el isotipo la colocación adecuada en el material					

Comentarios



ANEXO 6.2 RESULTADOS

3 personas validadas/L.G	/5
Existe jerarquía visual en el diseño de las piezas	3
El uso de colores es el ideal para la institución	5
Existe algún tipo de ruido en la posición del logotipo	1
Es adecuado para el G.O.	4
Las piezas se ven integradas y estéticas entre si	3
Tiene el isotipo la colocación adecuada en el material	5

3 personas validadas/isologotipo	/5
Legibilidad	4
El logotipo s visualmente apropiado para una institución medica	4
El logotipo y línea gráfica refleja el concepto	3
Es funcional y adecuada para el G.O.	4
El manejo del color es acorde al concepto creativo	4
El logotipo tiene impacto visual y es memorable	5

Edad _____

Como usuario de ASOGUA (Asociación de Ostromizados de Guatemala) se le presentan una serie de imágenes como propuesta a la línea visual institucional para realizar el proceso de validación y conocer sus opiniones o puntos de vista.



ANEXO 6.3 VALIDACIÓN 3

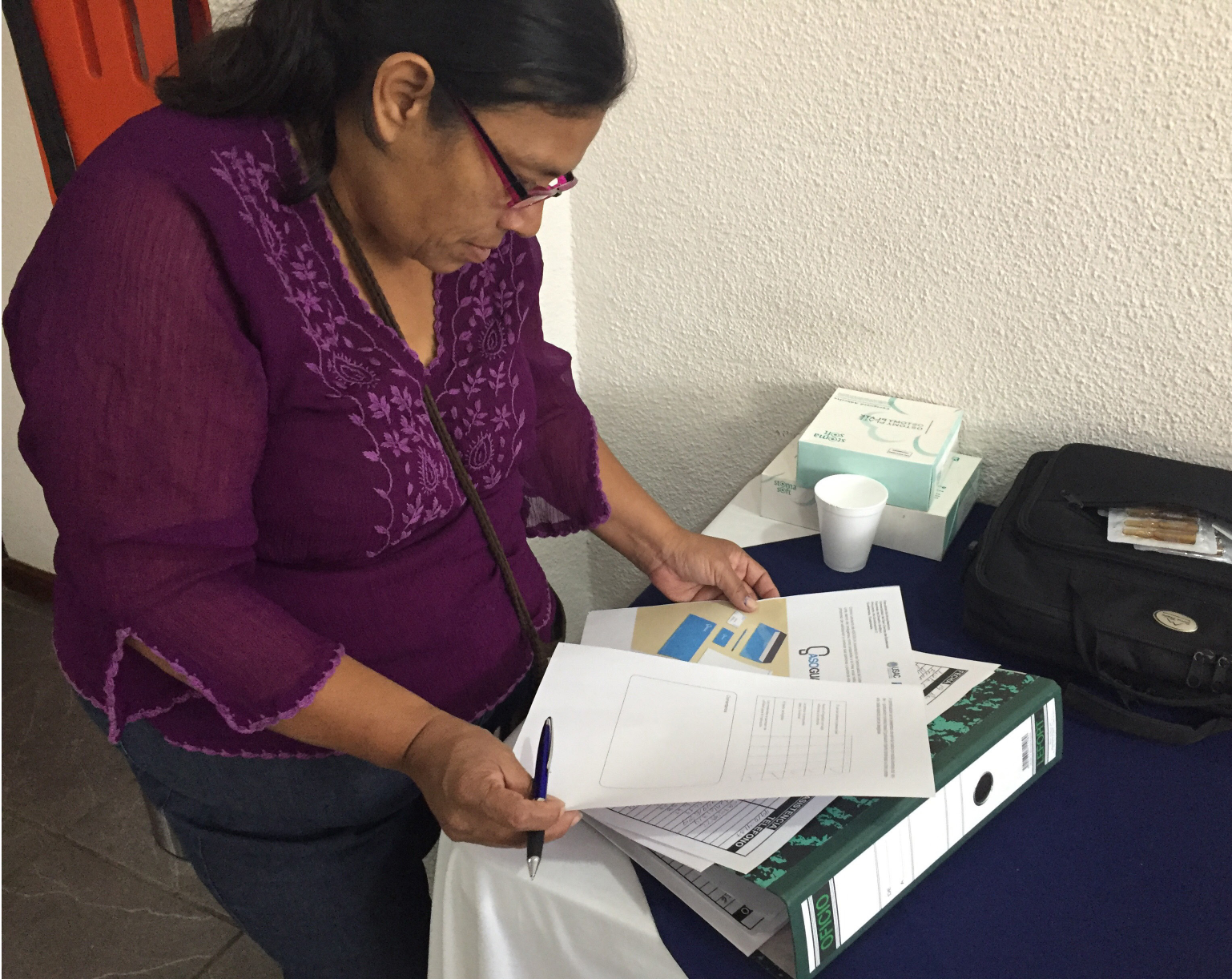
A continuación se le presentará una serie de cuadros con escalas valorativas que van de 1 (puntuación mínima) hasta 5 (puntuación máxima) donde según su criterio ponderará cada aspecto que se desglosan,

	1	2	3	4	5
El uso de colores le parece ideal					
Asocia el logotipo con algo referente a la ostomía					
Le parece la propuesta ideal y funcional					
El texto es legible					
Los materiales le parecen de utilidad para la institución					

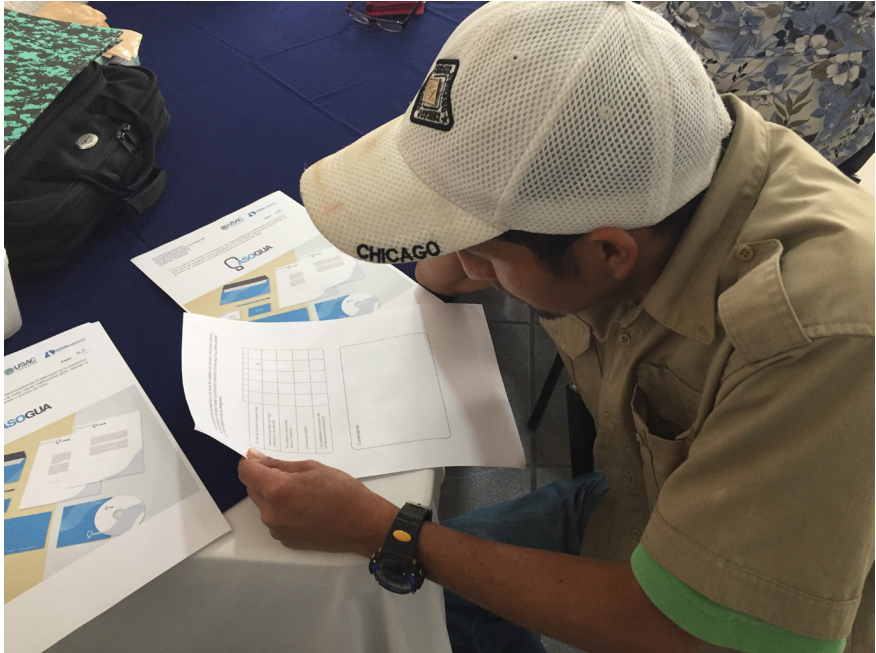
Comentarios

ANEXO 6.4 RESULTADOS

10 personas validadas/G.O.	/5
El uso de colores le parece ideal	82
Asocia el logotipo con algo referente a la ostomía	91
Le parece la propuesta ideal y funcional	90
El texto es legible	79
Los materiales le parecen de utilidad para la institución	94

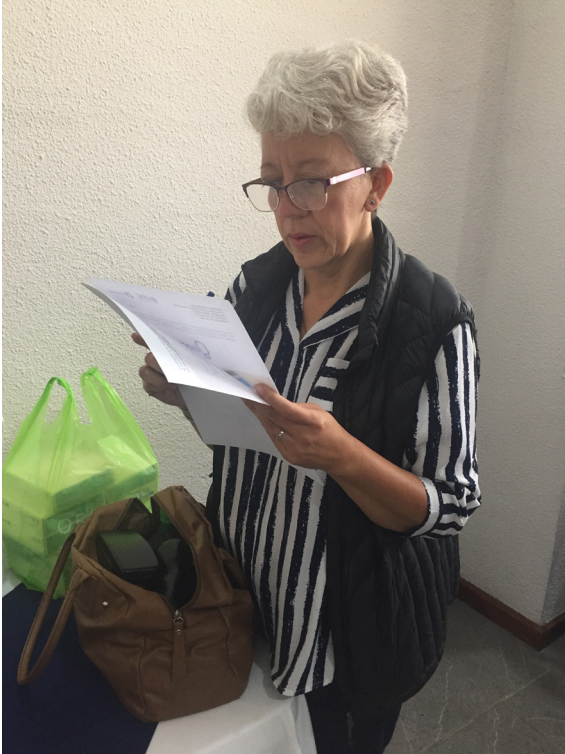


Fotografía por Henry Echeverria



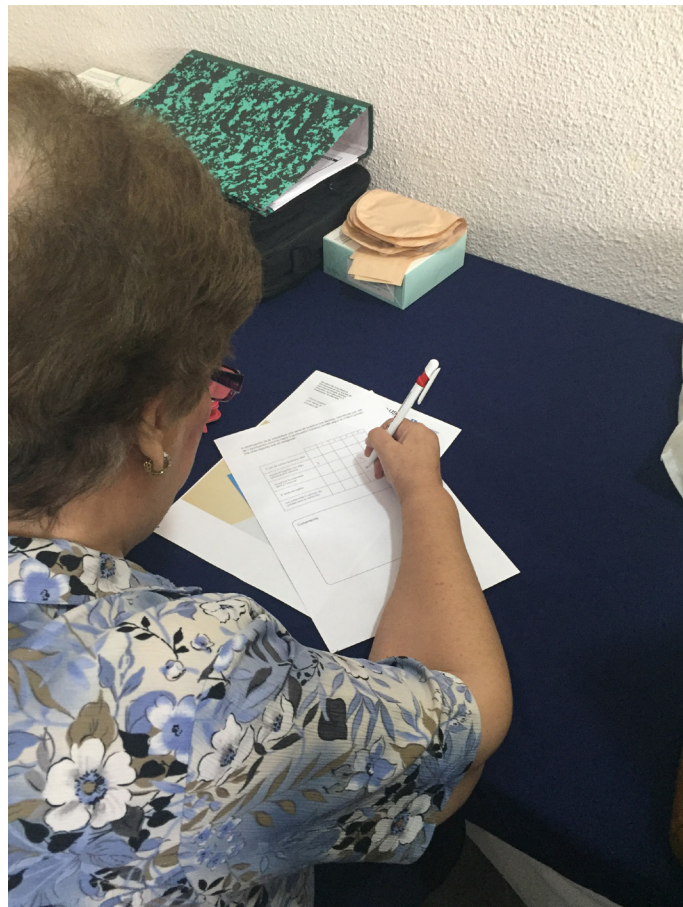
Fotografía por Henry Echeverria

ANEXO 6.5 FOTOGRAFIAS



Fotografía por Henry Echeverría

Fotografía por Henry Echeverría





Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación **“DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL Y MATERIAL INFORMATIVO PARA LA ASOCIACIÓN DE OSTOMIZADOS DE GUATEMALA.”** del estudiante **HENRY LEONEL ECHEVERRÍA QUIÑONEZ** perteneciente a la Facultad de Arquitectura, **CUI 2252 39191 0101** y registro académico **201318366**, al conferírsele el Título de Diseñador Gráfico en el grado Académico de Licenciatura.

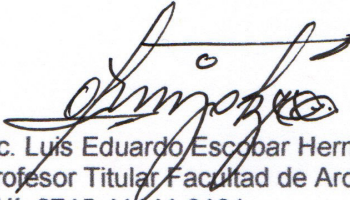
Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad requerida.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los veintiséis días de febrero de dos mil diecinueve.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

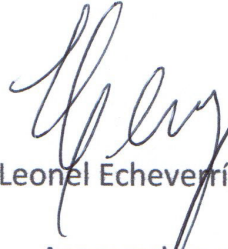
Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL. No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES



Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular Facultad de Arquitectura
CUI 2715 41141 0101
Colegiado de Humanidades. No. 4509

**“Diseño de identidad visual y material informativo para la Asociación de
Ostomizados de Guatemala”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:

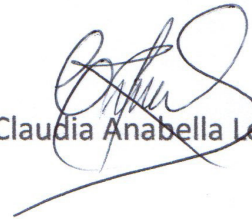


Henry Leonel Echeverría Quiñónez

Asesorado por:



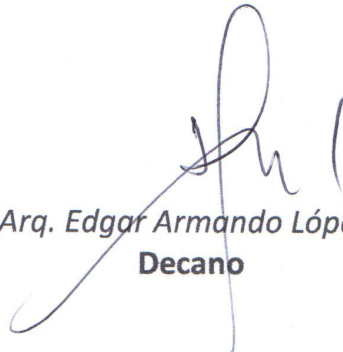
María Bertha Gutierrez de Melgar



Claudia Anabella Leal Rivera

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Msc. Arq. Edgar Armando López Pazos
Decano



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA