



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

FACULTAD DE  
**ARQUITECTURA**  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



**Diseño de Identidad Gráfica para  
la Unidad de Construcción  
de Edificios del Estado, -UCEE-  
Guatemala, Guatemala.**



Proyecto desarrollado por  
**Paula Johanna García Soria**







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 Gráfica para  
la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, -UCEE-.  
Guatemala, Guatemala.**

Proyecto presentado por Paula Johanna García Soria  
para optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico.  
Guatemala, febrero de 2021.

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



## **JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA**

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Decano

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
Vocal I

Licda. Ilma Judith Prado Duque  
Vocal II

MSc. Arq. Alice Michele Gómez García  
Vocal III

Br. Andrés Cáceres Velazco  
Vocal IV

Br. Andrea María Calderón Castillo  
Vocal V

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca  
Secretario Académico

## **TRIBUNAL EXAMINADOR**

Licda. María Emperatriz Pérez  
Asesora metodológica

MSc. Arq. Salvador René Gálvez Mora  
Asesor gráfico

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas  
Asesora especialista

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Decano

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca  
Secretario Académico

---



## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios y la Madre tierra, por su exuberante amor y sostén, ilimitada abundancia recibidos cada día.

A mis asesores, Emperatriz y Arq. Galvez por su apoyo, por su tiempo, su magnífico criterio trabajado con los años, sus consejos y por creer en el proyecto.

A mi familia, por su apoyo y amor genuino.

A todos los amigos que me acompañaron en el proceso.

Amor y agradecimiento.



# ÍNDICE

---

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>11</b>
<b>Ø1 CAPÍTULO INTRODUCTORIO</b>	<b>13</b>
1.1 Antecedentes	15
1.2 Identificación del problema	16
1.3 Justificación	17
1.4 Objetivos	21
<b>Ø2 PERFILES</b>	<b>23</b>
2.1 Perfil de la institución	25
2.2 Perfil del grupo objetivo	31
<b>Ø3 PLANEACIÓN OPERATIVA</b>	<b>39</b>
3.1 Flujograma	41
3.2 Cronograma	43
3.3 Previsión de costos y recursos	45
<b>Ø4 MARCO TEÓRICO</b>	<b>47</b>
4.1 El panorama de la educación pública	49
4.2 Importancia de la infraestructura educativa	51
4.3 Diseño gráfico: herramienta de comunicación	53

---

**Ø5 DEFINICIÓN CREATIVA** **57**

5.1 Análisis de referentes visuales	59
5.2 Definición de la pieza gráfica	61
5.3 Estrategia de aplicación	63
5.4 Ventajas y desventajas de la pieza por diseñar	65
5.5 <i>Brief</i>	66
5.6 <i>Insights</i>	68
5.7 Concepto creativo de diseño	69
5.8 Premisas de diseño	74

---

**Ø6 PRODUCCIÓN GRÁFICA** **77**

6.1 Nivel 1 de visualización	79
6.2 Validación 1	84
6.3 Nivel 2 de visualización	88
6.4 Validación 2	97
6.5 Nivel 3 de visualización	98
6.6 Validación 3	102
6.7 Pieza final	104

---

**Ø7 SÍNTESIS DEL PROCESO** **109**

7.1 Conclusiones	111
7.2 Recomendaciones	112
7.3 Lecciones aprendidas	113

---

**REFERENCIAS CONSULTADAS** **115**

Fuentes consultadas	117
Glosario	121
Anexos	123

# PRESENTACIÓN

El ámbito de la educación enfrenta grandes desafíos en Guatemala. Las mejoras en la infraestructura educativa pública ayudan a incrementar la calidad del aprendizaje que reciben nuestros niños; eso aporta al bienestar de toda la población. La educación es indispensable para el progreso. La Unidad de Construcción de Edificios del Estado –UCEE- es la encargada de realizar los proyectos de renovación y creación de la infraestructura educativa pública y de salud en el país. El aporte de esta institución favorece al avance en nuestra sociedad.

El presente proyecto contiene el desarrollo de la identidad gráfica de la UCEE, ya que después de hacer un diagnóstico de comunicación, se constató la falta de su identidad gráfica. Cada día está más presente en la sociedad la necesidad de incluir una imagen gráfica coherente y aplicable. El diseño gráfico es un arte y una disciplina que tiene como principal objetivo el comunicar. El diseñador se convierte en el mediador entre lo que quiere plasmar la imagen institucional y los destinatarios.

El aporte de diseño gráfico en este proyecto contribuirá a que la UCEE logre una efectiva comunicación con su grupo objetivo, y esta intervención permitirá que la institución cuente con una imagen establecida según las directrices regidas por principios y parámetros de diseño.



# 01 INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

1.2 Identificación del problema

1.3 Justificación

1.4 Objetivos

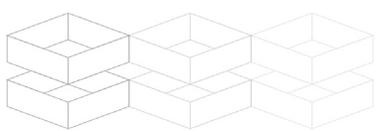




# 1.1

## ANTECEDENTES

La educación es un derecho constitucional en Guatemala y una acción esencial para la construcción de la sociedad porque brinda la oportunidad de una vida productiva, digna y humana. Una educación de calidad ayuda a mejorar los indicadores sociales, como la desnutrición, la salud y la calidad de vida. Además, contribuye a la reducción de la pobreza, la inclusión social y brinda las condiciones para una mejor gobernabilidad y calidad de vida porque permite optar a mejores salarios y responde al derecho de todos a tener educación (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco 2019)<sup>1</sup>.



### SIGLAS

<sup>1</sup> Las siglas **Unesco** corresponden a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

<sup>2</sup> Las siglas **BID** corresponden al Banco Interamericano de Desarrollo.

<sup>3</sup> La institución para la cual se elaboró el proyecto es la **UCEE**. Estas siglas corresponden a la Unidad de Construcción de Edificios del Estado.

<sup>4</sup> Las siglas **Micivi** corresponden al Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda.

Algunos estudios de la Unesco en colaboración con el Banco Interamericano de Desarrollo –BID-<sup>2</sup>, señalan que las condiciones físicas de las escuelas pueden contribuir en forma significativa en el desempeño de los estudiantes (Duarte, Gargiulo y Moreno 2011). Estas investigaciones coinciden en afirmar que un indicador de la calidad del sistema educativo, es la de asignar los recursos necesarios para la educación a través de la infraestructura, razón por la cual esta última se convierte en un factor fundamental en el rendimiento y motivación de los estudiantes.

El periodista Palacios (2018) realizó un artículo en base a un estudio del BID, constata que en Guatemala existe una clara deficiencia de infraestructura educativa; también revela que en el país hay estudiantes que asisten a escuelas que no tienen los requerimientos mínimos de infraestructura que aseguren el aprendizaje.

La Unidad de Construcción de Edificios del Estado –UCEE-<sup>3</sup>, bajo la dirección del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda –Micivi-<sup>4</sup>, es la entidad que se encarga de efectuar proyectos de remozamiento de establecimientos educativos en toda la República de Guatemala, trabajos que favorecen al mejoramiento de la infraestructura del sistema educativo público. (Sección informática UCEE s.f.)

Gracias al estudio diagnóstico realizado en el trabajo de campo sobre los problemas de comunicación de la institución, se concluyó lo siguiente: el principal problema es la ausencia de su identidad visual (Anexo 3). Al evaluar sus publicaciones en las redes sociales de Facebook y Twitter, los soportes de comunicación internos, papelería, infraestructura y señalética, no se encontró una línea gráfica con coherencia, y en algunos casos su identificación estaba completamente ausente; conclusión obtenida del trabajo de campo (Anexo 1).

Este proyecto para la UCEE, tiene como objetivo principal diseñar la identidad gráfica de la institución para que tenga una imagen coherente y fácil de aplicar en los diferentes medios de comunicación que utiliza la institución.

## 1.2

# IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Luego de realizar el diagnóstico (Anexo 1, 2 y 3), se detectó la falta de reconocimiento de esta institución por parte de la población guatemalteca. Los guatemaltecos no están al corriente de los proyectos que realiza la UCEE, ya que no existe una identidad gráfica coherente acompañada de una estrategia de comunicación para mostrarse e identificarse en los medios. La población guatemalteca atribuye el esfuerzo y trabajo realizado por la Unidad a otras entidades gubernamentales.

En la actualidad, estamos expuestos de forma continua a muchos mensajes visuales que influyen directamente en nuestra mente y nuestra forma de pensar (Conyden 2013). Por esto, es indispensable que la institución tenga una identidad gráfica; para competir entre todo el bombardeo constante de imágenes. La identidad gráfica está relacionada con el desarrollo de un sistema que engloba el estilo visual de la entidad a la que representa, y le provee en términos de diseño, de una identidad distintiva, reconocible, diferenciada y unificada. (Martínez 2011). Sin esta, no habrá cohesión de la

imagen institucional de la UCEE. La audiencia externa e interna no tendrá una imagen visual que evoque los valores y atributos de la institución y no podrán reconocer sus resultados y aportes correspondientes en los diferentes medios donde se comunican.

A través de la observación en el trabajo de campo, se reconoció que la presentación de la identidad gráfica de la UCEE ha sido sin lineamientos y sin coherencia. Durante los años de su existencia se han utilizado varios estilos gráficos sin proporciones regulares, sin una paleta cromática congruente, ni una retícula predeterminada. Se encontró necesaria la creación de un manual de normas gráficas que regule y oriente cómo la marca se presenta al público.

## 1.3

### TRASCENDENCIA

## JUSTIFICACIÓN

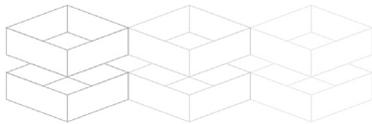
La trascendencia de este proyecto radica en el reconocimiento institucional y de la inversión pública que la institución provee para beneficio social de las comunidades, ya que el trabajo de esta dependencia ayuda a mejorar la calidad de vida y educativa en Guatemala (Sección informática UCEE s.f.). Los autores expertos en estrategias de identidad y comunicación de la imagen institucional, promueven la necesidad de una identidad definida para que esta se instale en el imaginario social y que sobreviva entre la infinidad de propuestas visuales (J. Costa, La imagen de marca 2004) (Chaves y Beluccia, La marca corporativa 2011). La finalidad de este proyecto es crear la imagen visual de la institución para generar un impacto en la identificación de la institución, y que, además, influya positivamente en el reconocimiento y la diferenciación del trabajo de la UCEE.

### INCIDENCIA

La Unesco (Duarte, Gargiulo y Moreno 2011) ha revelado que las condiciones físicas de las escuelas pueden tener un efecto significativo en el desempeño del estudiante y contribuir positivamente a la reducción de la brecha de aprendizaje asociada a la desigualdad social. El estudio también revela que la infraestructura física de las escuelas y la conexión con los servicios públicos básicos como la electricidad, agua potable, alcantarillado y otros factores resultan altamente asociados con el proceso de enseñanza y el aprendizaje. Sugieren que mejores instalaciones y servicios en las escuelas

pueden crear ambientes de enseñanza propicios para lograr una mejor educación.

Según la experiencia, el aporte del diseño en la UCEE, será brindar una imagen visual que evoque los valores principales de la institución: liderazgo en construcción, trabajo honesto, servicio a la comunidad, responsabilidad, solidez, eficiencia. La creación de una identidad gráfica es una oportunidad para provocar una reacción favorable de parte de su audiencia hacia la inversión de la infraestructura educativa que realiza esta dependencia. El desarrollo de la identidad gráfica en este proyecto contribuirá a establecer un vínculo entre la UCEE y público objetivo. Actualmente, la audiencia externa asume que los proyectos educativos en su mayoría los realiza el Ministerio de Educación (Anexo 2).



<sup>5</sup> La **SEMIÓTICA** es la ciencia que estudia los diferentes sistemas de signos que permiten la comunicación entre individuos, sus modos de producción, de funcionamiento y de recepción.

<sup>6</sup> El **BRANDING**, ha sido definido como la acción de colocarle un nombre al producto, diseñar un logo o símbolo llamativo y exponer de manera permanente al consumidor a la marca a través de los medios de comunicación. (Hoyos 2016).

Según Chaves (2005), en su libro *La imagen corporativa*, resalta que la comunicación social y sus medios son un campo estratégico de desarrollo: pero no basta con que los valores existan dentro de una institución, sino que es esencial que sean detectados por el emisor (audiencia interna) y hacerlos inmediatamente visibles para la audiencia (externa).

Costa (2004), en su trabajo *La imagen de marca*, aclara sobre la naturaleza psicológica, semiótica<sup>5</sup> y social de la marca, la imagen es una proyección de la marca en el campo social. También propone que la identidad visual es una máquina productora de significados, esta enriquece a la institución. Introduce el concepto de la imagen mental de la marca como un mensaje en el universo de las percepciones y experiencias de los individuos.

Se pueden tomar como ejemplo los siguientes trabajos de *branding*<sup>6</sup> institucional en Guatemala:



MINISTERIO DE COMUNICACIONES  
INFRAESTRUCTURA Y VIVIENDA

**Figura 1.**

Logotipo del Ministerio de Comunicaciones Infraestructura y Vivienda de Guatemala. Recuperado de: <http://provia.civ.gob.gt/>



### MUNICIPALIDAD DE LA CIUDAD DE GUATEMALA

**Figura 2.**

Logotipo de la Municipalidad de la Ciudad de Guatemala. Recuperado de: <https://www.facebook.com/muniguate/>



### INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL, IGSS.

**Figura 3.**

Logotipo del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. Recuperado de: <https://www.igssgt.org/>



### MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTES

**Figura 4.**

Logotipo del Ministerio de Cultura y Deportes de Guatemala. Recuperado de: [http://muniguate.com/images/2012/user03/1604/FCH\\_general.pdf](http://muniguate.com/images/2012/user03/1604/FCH_general.pdf)



### BANCO DE GUATEMALA

**Figura 5.**

Logotipo del Banco de Guatemala. Recuperado de: <https://www.facebook.com/banguat/>

A partir de estos ejemplos y lo expuesto anteriormente por los expertos, se puede reforzar la urgente necesidad que tiene la UCEE de una identidad gráfica para introducirse en la mente y el reconocimiento de su audiencia. Esto también acentúa la valiosa incidencia del diseño gráfico para mejorar la comunicación de la institución.

## FACTIBILIDAD

Los directivos reconocen que la implementación de una identidad gráfica congruente es de vital importancia para la institución y para el reconocimiento de sus labores. Por lo que la UCEE brindará los recursos financieros y logísticos que garanticen su planeamiento, implementación y seguimiento.

## 1.4

# OBJETIVOS

### OBJETIVO GENERAL

Diseñar la identidad gráfica de la Unidad de Construcción de Edificios del Estado -UCEE- de Guatemala a través de un manual de normas gráficas dirigido al personal de la institución.

### OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN

Comunicar los valores y la labor de la UCEE en el área de infraestructura educativa pública en Guatemala a través de su identidad gráfica.

### OBJETIVO ESPECÍFICO DE DISEÑO

Diseñar un manual de normas gráficas para la implementación de la identidad visual en los diferentes medios de comunicación: logotipo, tipografía, colores, y aplicaciones.



## 02 PERFILES

2.1 Perfil de la institución

2.2 Perfil del grupo objetivo





## 2.1

# PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

## UNIDAD DE CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS DEL ESTADO, -UCEE-.

**Figura 6.**  
Fachada de la UCEE.  
Elaboración propia,  
mayo 2019.



### CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR SOCIAL: EDUCACIÓN

La Unidad de Construcción de Edificios del Estado es una dependencia del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, creada desde 1987, con la responsabilidad de la construcción de la infraestructura educativa, también la de otras obras relativas a la asistencia social, seguridad interna, desarrollo urbano, cultura y otras. La entidad trabaja principalmente proyectos de renovación de establecimientos educativos (remozamiento de escuelas) y menor porcentaje de proyectos en el sector de salud. Trabaja conjuntamente con las instituciones estatales que intervienen en la elaboración, formulación, negociación, ejecución, evaluación y control de proyectos educativos con el propósito de alcanzar los objetivos de su política educativa (Sección informática UCEE s.f.).

**Figura 7.**

Trabajo de remozamiento realizado por la UCEE en El Jícaro, Boca del Monte, Villa Canales.

Recuperado de:

<http://web.ucee.gob.gt/index.html>

**Figura 8.**

Remozamiento realizado por la UCEE.

Recuperado en:

<https://www.facebook.com/uceeciv>

**Figura 9.**

Construcción de la Escuela Primaria Oficial Rural Mixta, Aldea la Unión, Malacatán, San Marcos, realizada por la UCEE, 2019.

Recuperado de:

<https://www.facebook.com/uceeciv>

**Figura 10.**

Remozamiento realizado por la UCEE.

Recuperado de:

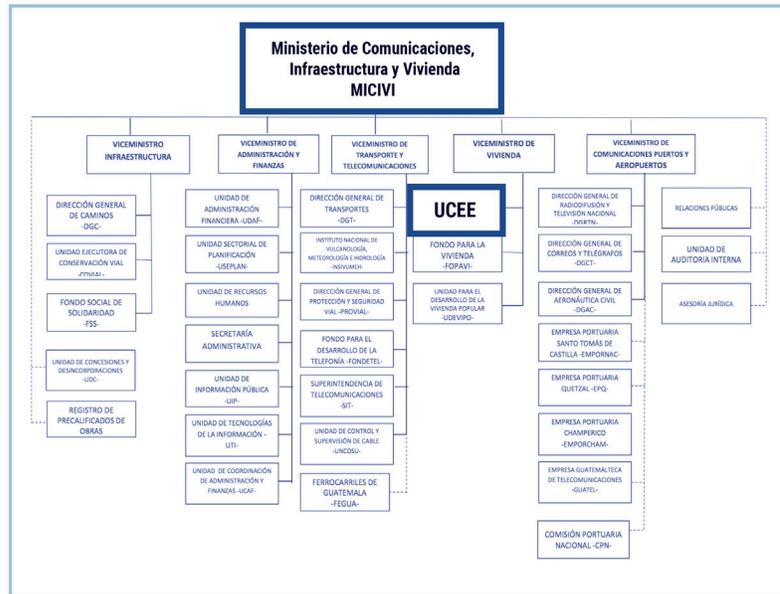
<https://www.facebook.com/uceeciv>



## HISTORIAL DE LA INSTITUCIÓN

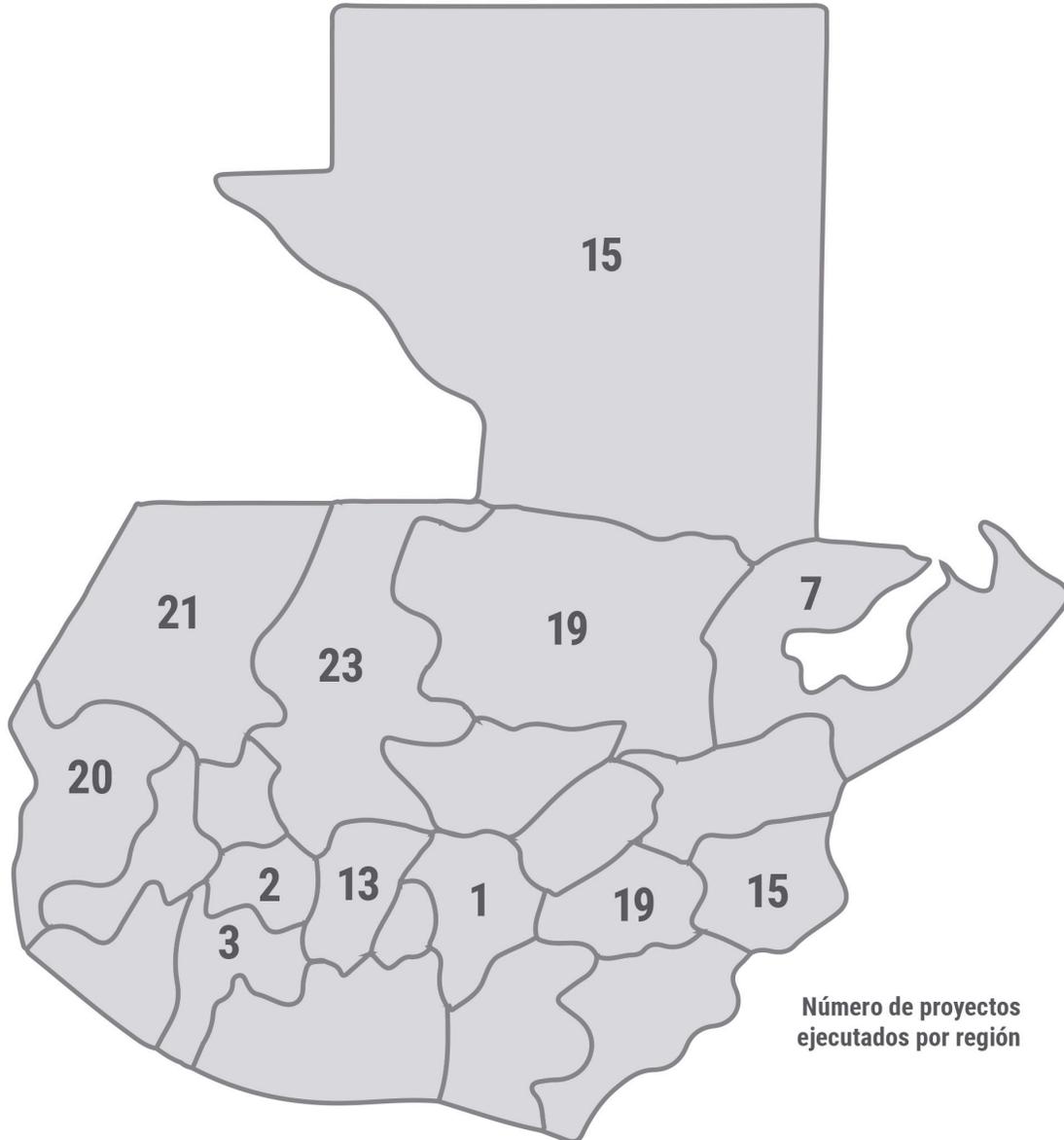
La Unidad de Construcción de Edificios del Estado -UCEE-, fue creada por medio del Acuerdo Gubernativo No. 20-83 de fecha 20 de enero de 1983, como dependencia del Micivi. Posteriormente, mediante el Acuerdo Gubernativo No. 80-97, del 29 de enero de 1987, dicha dependencia es consolidada como la UNIDAD DE CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS DEL ESTADO, asignándole además de la responsabilidad de la construcción de la infraestructura educativa, la de otras obras relativas a la asistencia social, seguridad interna, desarrollo urbano, cultura y otras actividades sectoriales que le corresponde atender al Micivi (Méndez 2019).

En 2017, priorizó acciones en la población en pobreza y pobreza extrema, con la finalidad de elevar el nivel escolar de la población estudiantil (Sección informática UCEE s.f.).



**Figura 11.**  
Organigrama del Micivi.  
Elaboración propia.  
Información recuperada de:  
<http://www.comunicaciones.gob.gt>

## Resultados de los proyectos de la UCEE entre 2017 y 2019



**Figura 12.**  
Elaboración propia. 2019.  
Información obtenida del  
Departamento de Relaciones Públicas  
y Libre Acceso a la Información  
de la UCEE

## FILOSOFÍA

### Visión institucional

Velar por la ejecución de la infraestructura de edificios del estado, permitiendo la conservación, rehabilitación, mantenimiento y equipamiento utilizando tecnología adecuada y empleo de materiales de calidad.

### Misión institucional

Desarrollar las acciones encaminadas a fortalecer el desarrollo económico y social de la población guatemalteca y mejorar su nivel de vida, mediante la planificación y construcción de edificios educativos y del Estado, así como de su mantenimiento y amoblamiento básico y equipo donde se requiere (Sección informática UCEE s.f.).

## SERVICIOS QUE PRESTA

El principal objetivo de esta unidad ejecutora es satisfacer las necesidades a nivel nacional de la infraestructura educativa que el Ministerio de Educación considere necesarias en sus programas para el nivel pre-primario, nivel primario y nivel medio; y aquellos que se elaboren por convenios especiales en cualquier otro nivel (Méndez 2019).

El sector favorecido por estos proyectos es el público. Las personas beneficiadas son los niños, jóvenes y adultos guatemaltecos de las áreas más vulnerables del país, tanto en las zonas rurales como en el área urbana. Los departamentos de Quiché, Huehuetenango, San Marcos, Jalapa, Alta Verapaz, Petén y Chiquimula son los que más establecimientos han intervenido. La infraestructura que desarrolla la UCEE atiende a miles de estudiantes del sector público, y no solo beneficia a los estudiantes sino a toda la población guatemalteca, ya que crea espacios para la educación. Esto genera más oportunidades para que los guatemaltecos tengan una vida digna, generando así una mejora en los índices sociales de todo el país, sobre todo en el área educativa (Sección informática UCEE s.f.).

**Figura 13.**

Remozamiento en Colomba Costa Cuca, Quezaltenango realizado por la UCEE.

Recuperado de:

<http://web.ucee.gob.gt/index.html>



## IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN VISUAL

Según la visita de campo y la entrevista realizada a la Licda. Claudia Méndez, Coordinadora de Libre Acceso a la Información, (Anexo 1 y 2), para la recopilación de datos, se observó que la producción gráfica es limitada ya que esta unidad no posee un área específica de diseño gráfico. La publicación de sus resultados la hacen a través de redes sociales –Facebook y Twitter- y de su página web. No existe un manual de normas gráficas que proporcione los lineamientos en las publicaciones. La papelería utilizada lleva el logotipo del Gobierno de Guatemala y del Micivi. Existe un logotipo, pero presenta 6 versiones diferentes y casi nunca se agrega en los medios de comunicación. Claramente no existe una estrategia visual de comunicación. La administración de esta unidad considera urgente el diseño de la identidad gráfica para la UCEE, (Anexo 1 y 3).

## 2.2

# PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

La información recopilada en este apartado se obtuvo del trabajo de campo durante la recopilación de datos, observación y análisis de la audiencia promedio, fue un trabajo apoyado por la Licda. Claudia Méndez, Coordinadora de Libre Acceso a la Información de la UCEE (Anexo 1, 2 y 3).

### TARGET O AUDIENCIA

El grupo objetivo está formado por dos grupos: la audiencia interna y la audiencia externa.

#### Audiencia interna

- Personal de la UCEE
- Personal del Micivi

#### Audiencia externa

- Reporteros y prensa
- Adultos usuarios de los servicios

### CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS

Habitantes de la ciudad capital y municipios aledaños. Son poblados montañosos. Es una región geológicamente activa.

### CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

Hombres y mujeres en edades entre 25 y 65 años, con grado de escolaridad que va desde el nivel primario a universitario. Encargados de suplir las necesidades económicas de su familia.

### CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS

Su clase social es variable, oscila de media a baja. Pertenecen a un nivel socioeconómico, C(C1, C2, C3) y D (D1 D2), con ingresos que les permiten cubrir los gastos básicos y los de recreación de su familia. Estas personas residen en áreas en las cuales tengan fácil acceso a los servicios básicos, electricidad, internet y a los canales nacionales de televisión.

## CARACTERÍSTICAS PSICOGRÁFICAS

Se preocupan por la situación de criminalidad y violencia en el país, consideran la educación como un factor muy importante para mejorar la seguridad ciudadana, la disminución de la criminalidad y el aumento de las oportunidades para toda la población. Se preocupan por la educación de su familia, son receptivos a la intervención que ofrece el estado para favorecer a la educación, están interesados en las acciones que mejoran los indicadores sociales del país. Se informan de las noticias nacionales por medio de noticiarios en canales nacionales y por medio de los diferentes periódicos que circulan en el país. Utilizan aplicaciones como Facebook para informarse de las últimas noticias y acontecimientos así como para mantenerse en contacto y compartir información e imágenes con amigos, familiares y colegas profesionales. Utilizan también redes sociales como WhatsApp e Instagram para compartir imágenes, noticias y novedades. Poseen un sentido de conciencia social, lo que les incita a buscar noticias asociadas con la educación para luego compartirlas.

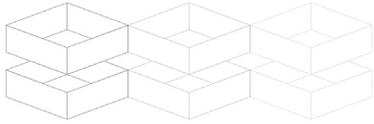
## RELACIÓN ENTRE EL GRUPO OBJETIVO Y LA INSTITUCIÓN

El público objetivo posee una opinión de la UCEE íntimamente ligada a su posición política y a las condiciones que aporte el Gobierno, pues es una dependencia del estado.

Ya que la UCEE está bajo la dirección del Micivi, la forma en la que esta Unidad informa a la población guatemalteca sobre su aporte, es a través de las noticias, informes, página web y las redes sociales de Facebook y Twitter. Según la encuesta realizada (Anexo 2) el público objetivo tiene una relación nula o casi nula con la UCEE.

## SPICE & POEMS

Es una técnica que proviene del **Design Thinking**, se utiliza para caracterizar al grupo objetivo, ayuda a personificarlo.



### CULTURA POP

Hace referencia a lo muy gustado, de baja calidad, cultura generada en masa para las masas, el conjunto de elementos culturales que requiere poco capital económico y casi ningún conocimiento de “alta cultura” para ser consumidos o producidos. (Storey, 2012).

## S

### SOCIAL

#### ¿Qué es lo que necesita esta persona de las relaciones de su alrededor?

Es una persona protectora, que necesita el contacto frecuente con la familia. Se acerca a su comunidad religiosa y se rodea por personas que tengan una línea de valores y pensamientos parecidos. Influenciada por los EEUU y México a través de los medios de comunicación y redes sociales, con ilusiones de abundancia y aspectos consumistas. Como consumidora, a esta persona le gusta las marcas. Persona influenciada por la **Cultura Pop**.

## P

### PHYSICAL

#### ¿Qué es lo que esta persona necesita en un nivel práctico y funcional?

Es una persona que busca un empleo seguro: en plazas del estado, en negocios propios. Considera muy importante que sus hijos estén preparados para luchar contra la adversidad. Descuidada respecto de la nutrición integral y el ejercicio físico de la familia. Descuidada con el medio ambiente, no tiene la educación de respetar espacios públicos y mantener el orden y la limpieza. El vehículo y el celular son bienes indispensables que debe adquirir.

## I

### IDENTITY

#### ¿Cómo esta persona necesita definirse a sí mismo?

Esta persona se define como conservadora con las tradiciones, con un sentido solidario ante los demás. Es una persona trabajadora, pero no es previsora, incorporada en la economía informal. Pesimista hacia el futuro y desconfiada, influenciada por los medios amarillistas. Experimenta aversión hacia la violencia pero en ocasiones no respeta la ley ni al prójimo. Mentalidad conservadora con el matrimonio, dentro de sociedad patriarcal, con una creencia en donde el papá debe ser el proveedor y la mamá ama de casa. Incentiva los valores morales en sus hijos pero deja de lado aspectos importantes como la creatividad y el esfuerzo. Alegre y vivaz.

## C

### COMMUNICATION

#### ¿Qué información necesita esta persona?

Esta persona necesita estar al tanto de las publicaciones en redes sociales, periódicos y canales de televisión, desde noticias sobre política hasta farándula y enredos públicos/amarillistas. Es indispensable contar con un celular y con internet. También ve la televisión local con programas locales y extranjeros. Lee artículos cortos que tengan atractivo visual como fotos, video o infografías.

## E

### EMOTIONAL

#### ¿Qué es lo que esta persona necesita emocional y psicológicamente?

Esta persona necesita la sensación de seguridad: en el ambiente político, en las calles, con relación al empleo y a la economía. Evalúa negativamente el sistema educativo guatemalteco, tanto en el ámbito público como en el privado, necesita pruebas irrefutables para reconocer la labor del Gobierno.



# P

## PEOPLE

### ¿Quiénes van a estar en contacto con la experiencia?

Padres de familia, preocupados por la educación, supervivencia y superación de sus hijos.

# O

## OBJECTS

### ¿Qué cosas físicas pueden ser creadas?

Vallas, rótulos en los lugares intervenidos, afiches, anuncios en periódicos, productos especiales como: bolsas, playeras, gorras, almanaques y lapiceros.

# E

## ENVIRONMENTS

### ¿En qué tipo de y locación o en qué lugar se pueden llevar a cabo?

En cualquier lugar donde haya acceso a electricidad, internet y la tecnología no sea limitada. En los parques y salones municipales. En las escuelas y edificios intervenidos.

# M

## MESSAGES & MEDIA

### ¿Qué tipo de información puede ser proveída y cómo?

Reportajes cortos, con mensajes visuales atractivos, en redes sociales y por los canales nacionales de televisión y por cable .

# S

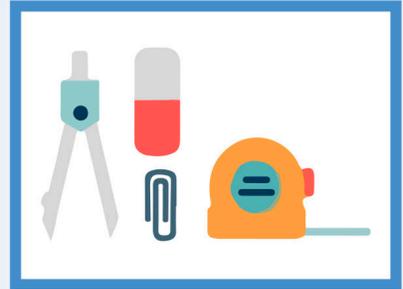
## SERVICES

### ¿Qué servicios y sistemas de soportes pueden ser ofrecidos?

Publicaciones en redes sociales, propaganda física.

## INFOGRAFÍA AUDIENCIA INTERNA Y EXTERNA

Proceso elaborado a partir de la técnica *Spice & Poems*.



**Audiencia interna**  
Personal de la UCEE  
Personal del MICIVI





## Audiencia externa

### Padres de familia

Figura 15.  
Infografía para personalizar al grupo objetivo a partir de la técnica Spice & Poems. Elaboración propia.





## **03 PLANEACIÓN OPERATIVA**

3.1 Flujograma

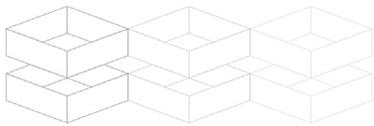
3.2 Cronograma

3.3 Previsión de costos y recursos



# 3.1

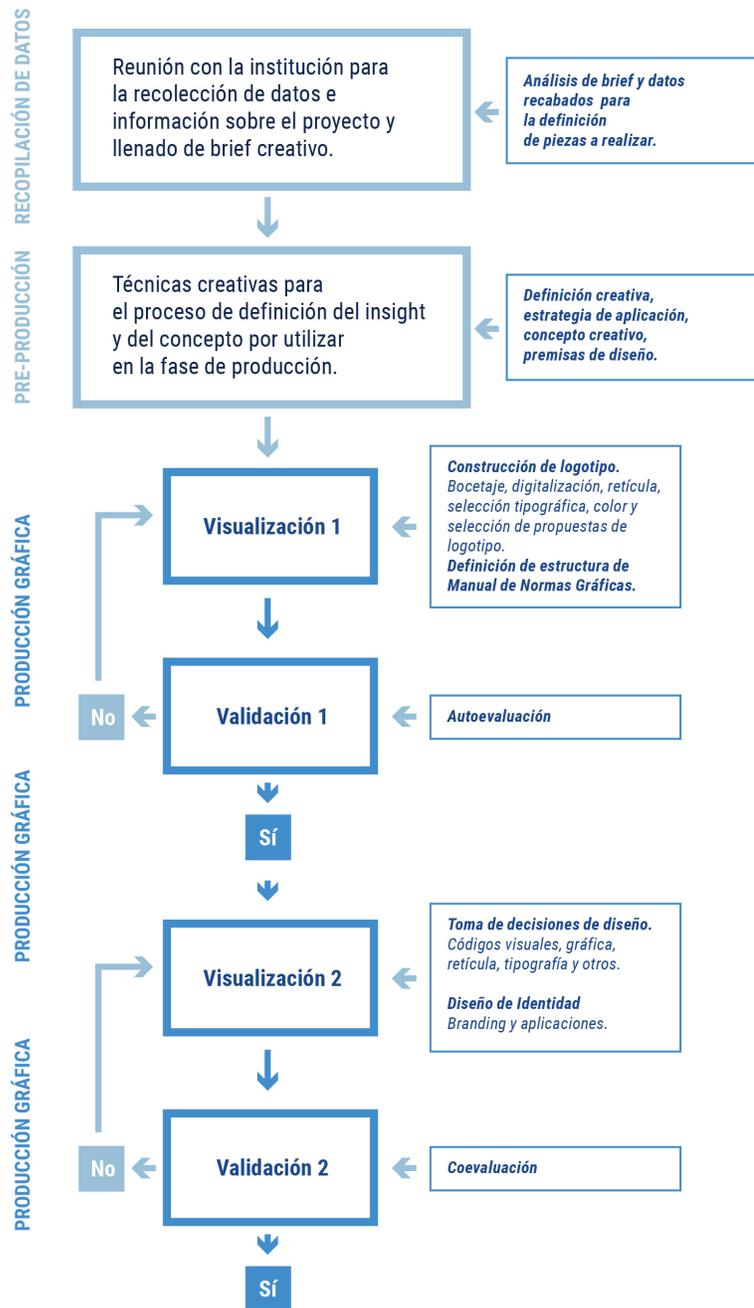
# FLUJOGRAMA

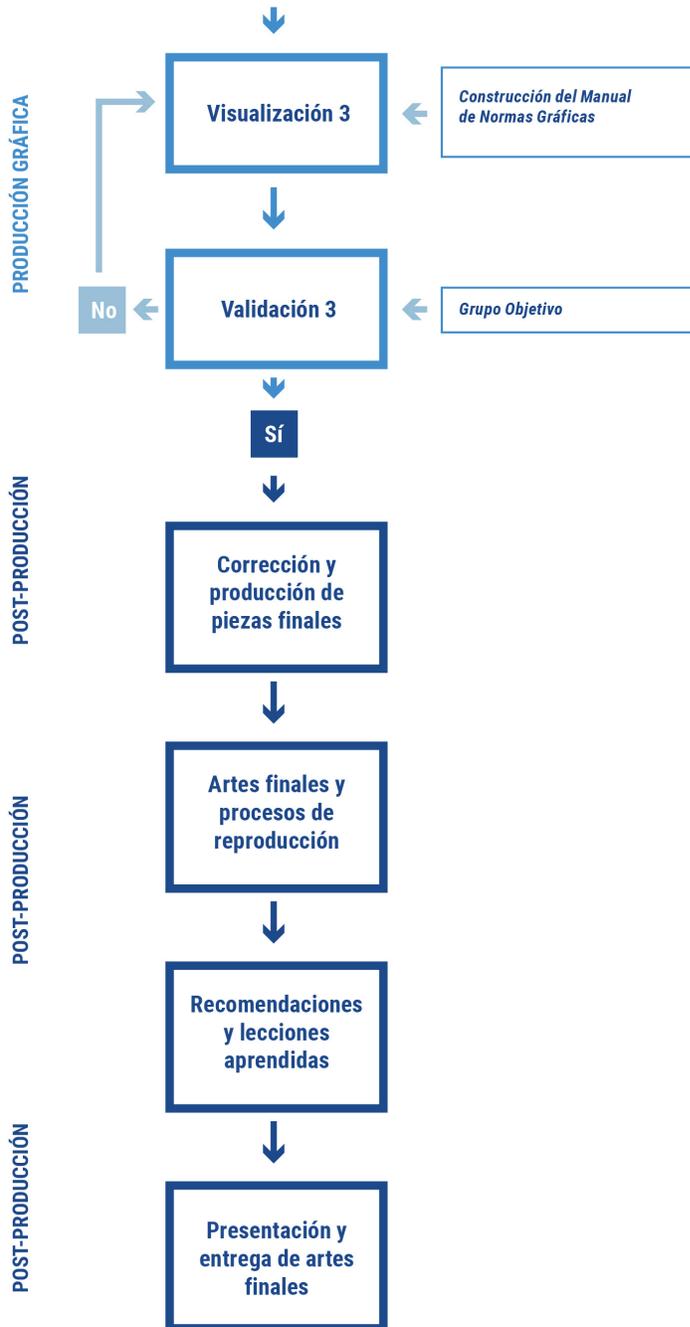


## FLUJOGRAMA

El flujograma es una herramienta muy útil en el proceso ya que permite visualizar las actividades que implica cada fase del desarrollo y producción del proyecto. Cada una mantiene una conexión lógica en relación a las otras y presenta el orden que se debe manejar si algo necesita ser reevaluado.

Proceso Creativo de la identidad gráfica para la **Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.**

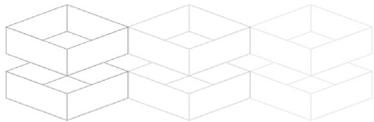




**Figura 16.**  
 Flujograma del desarrollo del proyecto. Elaboración propia.  
 Información recuperada de la Guía metodológica para proyecto de graduación de diseño gráfico (Morales 2017).

# 3.2

# CRONOGRAMA



## CRONOGRAMA

El cronograma del proyecto muestra de forma ordenada las tareas por cumplir, el tiempo de duración y la planificación que conlleva cada fase del desarrollo del proyecto.

Cronograma de trabajo sobre el proyecto de identidad gráfica para la **Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.**

FASE	ACTIVIDAD	2019			
		abr-jul	ago	sep	oct
<b>Fase diagnóstico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Etapa de investigación de antecedentes históricos.</li> <li>Elaboración y aplicación de instrumentos.</li> <li>Recopilación, análisis de resultados y definición del problema.</li> </ul>				
<b>Elaboración de protocolo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primera entrega y revisión de protocolo.</li> <li>Visitas y reuniones con la institución.</li> <li>Entrega final del protocolo.</li> </ul>				
<b>Planificación operativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Planteamiento del método de trabajo.</li> </ul>				
<b>Marco teórico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definición esquemática de temas.</li> <li>Investigación de referencias para ensayos.</li> </ul>				
<b>Definición creativa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recopilación de referentes.</li> <li>Investigación de casos análogos.</li> <li>Desarrollo de informe creativo/Brief.</li> </ul>				
<b>Etapa conceptual</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de concepto creativo.</li> <li>Definición de códigos visuales.</li> </ul>				
<b>Informe del proyecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recopilación estructurada de texto e imágenes de los diferentes capítulos del informe.</li> </ul>				

\* PAUSA en el progreso del proyecto: PRIMERA CAUSA: cambio de gobierno, lo que significó cambio en las autoridades de la institución; SEGUNDA CAUSA: pandemia COVID-19, paro en las actividades de la institución, tuvieron un período donde sanitizaron varias veces por causa de infección dentro de la UCEE, readaptación a la forma de generar ingresos de parte del estudiante.

FASE	ACTIVIDAD	2020			
		ago	sep	oct	nov
<b>Producción gráfica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primer nivel de visualización (bocetos).</li> <li>Segundo nivel de visualización (digital).</li> <li>Validación con profesionales/ coevaluación.</li> <li>Toma de decisiones de diseño.</li> <li>Presentación y elección de propuestas.</li> <li>Cambios pertinentes.</li> <li>Tercer nivel de visualización (prototipo).</li> <li>Etapas de validación.</li> <li>Cambios a partir de la etapa de validación.</li> <li>Producción de piezas finales.</li> <li>Documentación del proceso de diseño.</li> </ul>	█	█	█	█
<b>Informe del proyecto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Producción gráfica del informe del proyecto.</li> <li>Entrega final del informe del proyecto.</li> </ul>	█	█	█	█
<b>Presentación final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación final del proyecto.</li> </ul>	█	█	█	█

**Figura 17.**  
Cronograma del desarrollo del proyecto. Elaboración propia. Información recuperada de la Guía Metodológica para proyecto de graduación de diseño gráfico (Morales 2017).

## 3.3

# PREVISIÓN DE RECURSOS

	HORAS	COSTO
Recopilación de datos	55	Q 2,200.00
Pre-producción	165	Q6,600.00
Producción gráfica	130	Q5,200.00
Post-producción	80	Q 3.200.00
<b>TOTAL</b>	<b>430</b>	<b>Q17,200.00</b>

INSUMOS	MESES	COSTO
Computadora	8	Q 700.00
Internet	8	Q 1,500.00
Luz	8	Q 800.00
Agua	8	Q 400.00
Transporte depreciación	8	Q 500.00
Gasolina	8	Q 1,200.00
Comida	8	Q 300.00
Pruebas de impresión	8	Q 600.00
Servicios del diseñador		Q 15,000.00
<b>TOTAL</b>		<b>Q21,000.00</b>

**Figura 18.**

Previsión de costos y recursos. Elaboración propia. Información evaluada y comparada con otros proyectos de graduación recientes (2019) de la Facultad de Arquitectura, Unidad de Diseño Gráfico, USAC. .

<b>GRAN TOTAL</b>	<b>Q38,200.00</b>
-------------------	-------------------





## **04 MARCO TEÓRICO**

4.1 El panorama de la educación pública

4.2 Importancia de la infraestructura educativa

4.3 Diseño gráfico: herramienta de comunicación



## 4.1

### EL PANORAMA DE LA EDUCACIÓN PÚBLICA EN GUATEMALA

La educación es uno de los factores que más influye en el avance y el progreso de una sociedad (Universidad Nacional Autónoma de México 2012). Además de proveer conocimientos, la educación enriquece la cultura, el espíritu y los valores. Es el factor número uno para alcanzar mejores niveles de bienestar social y de crecimiento económico. La educación es un vehículo que ayuda a combatir la violencia. Los mejores modelos de educación forman ciudadanos más tolerantes, más solidarios y promueven la justicia, la empatía y la inclusión (Saborido 2017).

El panorama de la educación pública en Guatemala presenta grandes retos. Muchos expertos opinan (-PRODESSA-, Proyecto de Desarrollo Santiago 2014) que se debe seguir fortaleciendo al sistema educativo público, ya que significará un avance sustancial en el desarrollo del país y en la dignificación de los guatemaltecos. Según el anuario estadístico de la educación en Guatemala (-MINEDUC-, Ministerio de Educación de Guatemala. 2018), 6 de cada 10 niños se encuentran estudiando actualmente. El MINEDUC informó que durante el ciclo escolar 2018 se registró un aumento en la cobertura educativa, esto respecto al 2017; aunque no es significativo.

En este país, la educación pública se ha enfocado en el nivel de primaria, es por ello que los mayores progresos se han dado en este nivel. Los distintos gobiernos han presentado diferentes esfuerzos para fortalecer el acceso y calidad

a la primaria; el mayor logro que se ha tenido como país fue la cobertura casi completa de la primaria en el año 2009. Sin embargo, Guatemala es uno de los países con mayor analfabetismo en América Latina. Es indiscutible que se debe invertir más y de mejor manera en la educación en Guatemala, es un tema de vital importancia, que requiere principal interés del Estado y de la sociedad en general (Distintas Latitudes 2011).

Existe también una desigualdad clara en lo que respecta a las tasas de alfabetización por género (-PNUD-, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. 2016). Esta situación que aún aqueja al país se debe a que en años recientes, la educación se consideraba indispensable solo para los hombres (Fundación Ramiro Castillo Love 2018). Esto debido a que las mujeres eran relegadas únicamente a las tareas del hogar, a cuidar a los hijos, entre otros quehaceres del hogar. Sin embargo, la educación es indispensable para el desarrollo de cada persona sin importar su género.

Un aspecto importante del sistema educativo guatemalteco es que los niños que estudian preprimaria y primaria están, en su mayoría, en escuelas públicas, pero en los niveles básico y diversificado la mayoría se encuentra en instituciones privadas, debido a la poca cobertura que existe de estos niveles en el sector público (Montúfar 2011).

## 4.2

### **IMPORTANCIA DE LA INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA PARA EL BUEN DESEMPEÑO DE LOS ESTUDIANTES**

#### **¿CÓMO BENEFICIA EL TRABAJO DE LA UCEE A LA SOCIEDAD GUATEMALTECA?**

Existen diferentes factores que influyen en el aprendizaje, tales como: el ambiente familiar, el tipo de material educativo, la tecnología, la calidad del docente y otros. Uno de ellos es la infraestructura educativa; contar con una infraestructura adecuada favorece la motivación de los alumnos y la funcionalidad del espacio (aprendizaje s.f.).

Algunos estudios de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura –Unesco- y específicamente en el informe del Banco Interamericano de Desarrollo -BCIE-, denominado Infraestructura escolar y aprendizajes en la Educación Básica Latinoamericana, señalan que las condiciones físicas de las escuelas pueden contribuir en forma significativa en el desempeño de los estudiantes (Duarte, Gargiulo y Moreno 2011).

En estos estudios se corrobora el impacto positivo que produce la inversión en el mejoramiento de la infraestructura en los centros educativos para el desarrollo del aprendizaje. En América Latina, se comprueban que las condiciones físicas de los edificios escolares afectan positivamente las tasas de finalización, culminación del ciclo, el incremento de matrícula, y hasta reducir el ausentismo en los docentes. Esta mejora logra una huella significativa sobre el rendimiento de los estudiantes.

En un análisis comparativo realizado por BID (Aprendizaje en las Escuelas del Siglo XXI. 2015), se revisaron las políticas y los procesos de gestión de infraestructura escolar en 12 países de la región y se presentan en la figura 18.

*Los servicios educativos en Guatemala se prestan en entornos muy variados y en edificios que presentan distintas condiciones en cuanto a su infraestructura. Los edificios escolares públicos, generalmente acogen dos o incluso tres jornadas educativas, lo que hace que el deterioro de estos sea mayor y más acelerado. Las áreas urbanas marginales y rurales de Guatemala son las que presentan mayores deficiencias en aspectos de infraestructura escolar, principalmente carecen de servicios básicos (servicios sanitarios, electricidad, agua potable, drenajes), mobiliario (escritorios, pizarrones) y material didáctico (-ASIES-, Asociación de Investigación y Estudios Sociales. 2016).*

Actualmente, la Unidad de Construcción de Edificios del Estado –UCEE-, bajo la dirección del

Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda –Micivi- y el Ministerio de Educación de Guatemala –MINEDUC- coordinan propuestas de ejecución, remozamiento y normas técnicas para la infraestructura de centros educativos. Entre el 2017 y 2019 se han intervenido 169 establecimientos y 5 están en ejecución bajo la dirección de la UCEE (Sección informática UCEE s.f.).

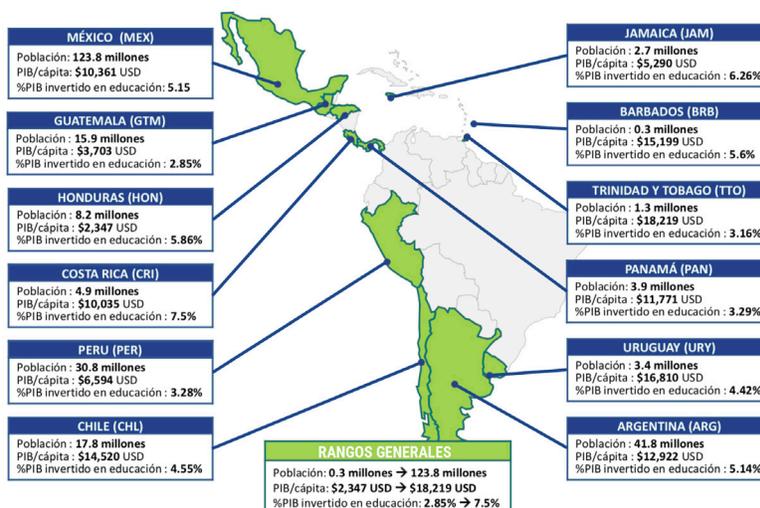
Indirectamente, Empresarios por la Educación, es una de las entidades que apoya el mejoramiento de la infraestructura educativa (Empresarios por la educación 2019); se señala que es indirectamente dado que ellos apoyan realizando propuestas y estudios que inciden en las políticas educativas. Siempre trabajan de la mano con el MINEDUC. Empresarios por la educación. (Empresarios por la educación 2019).

En algunas ocasiones, también se ha observado que las municipalidades contribuyen al mantenimiento de los edificios escolares públicos (Azurdia 2011), participan en el desarrollo de la comunidad.

**Figura 19.** Análisis comparativo de modelos de planificación y gestión de infraestructura escolar por el BID. Recuperado del Informe Aprendizaje en las Escuelas del Siglo XXI, modificación y adaptación propia.

### Banco Interamericano de Desarrollo BID

Análisis comparativo de modelos de planificación y gestión de infraestructura escolar.



## 4.3

### DISEÑO GRÁFICO COMO UNA HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*El diseño gráfico es sinónimo de comunicación visual.* **RYAN HEMBREE.**

El diseño gráfico combina el lenguaje, las imágenes, los colores y las formas para crear mensajes que conecten al público emocionalmente. Un buen diseño identifica, informa, instruye e incluso incita a la gente a actuar de alguna manera específica. Su principal función es comunicar; cada diseño evoca, es decir, recuerda algo percibido, aprendido o conocido (Hembree 2010).

*Un buen diseño es la mejor expresión visual de la esencia de algo.* **JOAN COSTA.**

En base a la experiencia, la creación de una identidad gráfica es como el rostro de la institución, sin ella es invisible. El diseñador observa y analiza las relaciones de esta con los diferentes agentes del entorno y a través de su diseño transmite la esencia de la institución.

La identidad gráfica es una representación mental, concepto o idea que tiene un público acerca de algo. Así, Joan Costa (Imagen Corporativa en el siglo XXI. 2009), define la identidad como *la representación mental en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamientos y modificarlos.*

El diseño gráfico en este proyecto debe integrar el aspecto público de la Unidad de Construcción

de Edificios del Estado, UCEE; esta característica es primordial y requiere un tratamiento especial. En el campo de la gestión pública, suele ser frecuente que los logros alcanzados por la institución no sean valorados en su justa medida por los ciudadanos, ya sea por desconocimiento o bien por una percepción negativa de los mismos (Semprun s.f.). La existencia de la UCEE está sustentada en el ideal de potenciar el crecimiento de las personas a través del mejoramiento de ambientes educativos y de salud. Se debe recordar que uno de los principales objetivos de este proyecto es crear un rostro, una imagen que identifique a la UCEE y evoque sus atributos.

Podemos señalar brevemente los componentes que menciona Costa (J. Costa, Diseñar para los ojos 2007) sobre la identidad gráfica, que se utilizará luego para evaluar el resultado del diseño gráfico:

**EL COMPONENTE COGNITIVO:** es cómo se percibe la organización a través de su logotipo. Son los pensamientos, creencias e ideas que se tiene sobre ella. Es el componente reflexivo.

**EL COMPONENTE EMOCIONAL:** son los sentimientos que provoca la imagen al ser percibida. Pueden ser emociones de simpatía, rechazo y otros. Es el componente irracional.

**EL COMPONENTE CONDUCTUAL:** es la predisposición a actuar de una manera determinada ante una organización. Es el componente conductual o conativo: referente a la acción, propensión o tendencia.

El desarrollo de la identidad gráfica debe ir acompañado de una implementación adecuada de la

misma, para eso se facilita un manual de normas gráficas que propone las normas por seguir para poner en funcionamiento la imagen.

### ¿POR QUÉ SON TAN IMPORTANTES HOY EN DÍA LAS ESTRATEGIAS DIGITALES, ADEMÁS DE LOS MEDIOS TRADICIONALES COMO LA TELEVISIÓN Y LA RADIO?

En la actualidad, los entornos digitales forman parte indispensable de la vida. El internet posibilita una relación individualizada y personalizada con un número infinito de usuarios, en la que la entidad pública puede interactuar individualmente con su audiencia. Las redes sociales son el pilar fundamental de la actualidad, son una herramienta excelente para la difusión masiva, puesto que la interacción con el usuario es mucho mayor. Además, las redes sociales ayudan a expandir el mensaje institucional a bajo costo y alta velocidad (Hütt 2012).

Ofrecen además infinidad de ventajas, como *la permanente actualización de bases de datos, evaluación y mediciones de incidencias en tiempo real, contactos directos con destinatarios de proyectos, oportunidad de conocer opiniones de los actores con los que se interactúan, personalización y especificación del trabajo a realizar y conocer temas de interés, eventos y aspectos coyunturales* (Semprun s.f.). Todo ello sin olvidar el aporte de imagen y apariencia de la modernidad: las instituciones públicas no pueden estar ajenas al avance tecnológico y la innovación.

Según el Latinobarómetro (Informe Latinobarómetro 2017), la manera como la gente se informa de asuntos políticos y públicos ha cambiado en estos últimos 20 años en América Latina.

Mientras hace 20 años un 46% de las personas se informaban por la radio hoy es 33%. Lo interesante es la disminución entre 2016 y 2017 de 38% a 33%. Mientras hace 20 años un 47% se informaba por los diarios y revistas hoy es 20%. Entre 2016 y 2017 baja de 28% a 20%. Incluso la televisión disminuye de 77% a 73% entre 2016 y 2017. Los amigos disminuyen como fuente de información de 28% a 20%, los compañeros de trabajo de 14% a 10%, los compañeros de estudios de 7% a 4%. La caída de los modos tradicionales formales (diarios, revistas, etc.) así como los informales (de boca en boca, amigos, etc.) es notoria. Lo que aumenta de manera significativa son las redes sociales con un 28% de un 21% que tenía en el 2016. El fenómeno que observamos es que las personas sustituyen sus fuentes de información política y pública. Las redes sociales se han convertido para un tercio de la población de América Latina en una fuente de comunicación política sustituyendo los medios formales. El uso de internet como medio para informarse de los asuntos políticos es el único que mantiene la tendencia al alta desde 2008 (Latinobarómetro. 2017).

### **¿POR QUÉ ES TAN IMPORTANTE PARA UNA INSTITUCIÓN TENER UN MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA?**

*Diseñar para el ojo es diseñar para el cerebro* (J. Costa 2007), que más si lo que se expresa es para el órgano que maneja todas las reacciones, ideas y sentimientos, todo alimentado por imágenes.

Un manual de identidad gráfica es una herramienta que delimita las reglas gráficas y de comunicación sobre las que se asentará una institución.

Estas normas tratan aspectos como el logotipo y sus variantes, las tipografías, los colores y las normas de presentación general en cualquier medio de comunicación. También regula cómo será la papelería oficial y presentaciones en soporte digital. El manual de identidad gráfica puede determinar el buen o mal posicionamiento de cualquier proyecto frente a la competencia (Design For Culture 2019). El manual de la UCEE permitirá establecer parámetros y lineamientos de identidad visual con el fin de unificar criterios para el uso y aplicación de sus signos en cada canal de comunicación, que garanticen la consistencia en el uso de su imagen, así como su correcta reproducción. Sistematizar su gráfica, le permitirá generar identificación (audiencia interna) y reconocimiento ante el público (audiencia externa).

Además, también le permitirá coherencia en su discurso visual con el público para fortalecer su comunicación, reconocimiento y promoción, así como la sensibilización ciudadana respecto de su labor para la educación pública de Guatemala y otros proyectos que benefician el desarrollo del país.

### **¿CUÁLES SON LAS PARTES DE UN MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA?**

El manual será un documento impreso o digital, visualmente agradable y funcional, donde se encontrará el conjunto de normas o lineamientos visuales para la UCEE. El contenido de un manual, según el diseñador Espinoza (Espinoza 2015), es el siguiente:

#### **• ÍNDICE**

Debe ser claro para que el cliente tenga una bús-

queda rápida y directa.

#### • INTRODUCCIÓN

Breve resumen para contextualizar al usuario, dar una idea clara sobre el contenido y el objetivo del manual.

#### • NORMATIVA

Referencia explícita a todo lo que concierne con la construcción e implementación del logotipo. Se definirá sus tamaños, sus proporciones, la distancia entre los elementos que componen el símbolo identificador, la retícula de construcción, su versión principal y alterna, usos sobre fondos y otros.

#### • IDENTIDAD

Elementos y recursos que se han creado para acompañar al logotipo: el color con sus descripciones técnicas en porcentajes y valores en los modos más usados: CMYK y RGB, el uso de tipografías o familias tipográficas: principales y secundarias; patrones, texturas, uso de fotografías y otros.

#### • APLICACIONES

Se define cómo se aplicará el diseño a las distintas aplicaciones: papelería, señalización, web y redes sociales y otros.

#### • GLOSARIO

Para ayudar al cliente a comprender algunas palabras técnicas con las que normalmente no está familiarizado.

La identidad de una organización es *el conjunto de rasgos y atributos que definen su esencia, algunos de los cuales son visibles y otros no* (J. Costa, Identidad corporativa 2001), por tanto, tiene que ver con sus características invariables. Una vez definida la identidad en el manual de normas gráficas de la UCEE, ésta puede empezar mostrar su rostro y ser promocionada por su labor especial en el campo de la infraestructura de la educación pública y la salud en Guatemala.



## 05 DEFINICIÓN CREATIVA

5.1 Análisis de referentes visuales

5.2 Definición de la pieza gráfica.

5.3 Estrategia de aplicación

5.4 Ventajas y desventajas de la pieza

5.5 *Brief*

5.6 *Insights*

5.7 Concepto creativo de diseño

5.8 Premisas de diseño



## 5.1

# ANÁLISIS DE REFERENTES VISUALES

En esta fase se estudian casos similares en temática para distinguir las cualidades similares y alejar la gráfica del proyecto de lo ya existente, así como premisas que valen la pena aplicarlas con un diferente enfoque. Los casos tienen los siguientes aspectos en común:

- Dependencias del gobierno de su país
- Encargados del mejoramiento de la infraestructura educativa pública
- Instituciones latinoamericanas

INSTITUTO NACIONAL DE LA  
INFRAESTRUCTURA FÍSICA  
EDUCATIVA - INIFED – MÉXICO

*Figura 20.*  
Logotipo INIFED. Recuperado de:  
<https://www.gob.mx/inifed>



MÉXICO  
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



SEP  
SECRETARÍA DE  
EDUCACIÓN PÚBLICA

INIFED  
INFRAESTRUCTURA  
EDUCATIVA

**PROGRAMA NACIONAL DE  
INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA -  
PRONIED – PERÚ**

**Figura 21.**

Logotipo PRONIED. Recuperado de:  
<https://www.gob.pe/pronied>



**FONDO DE FINANCIAMIENTO  
DE LA INFRAESTRUCTURA  
EDUCATIVA - FFIE - COLOMBIA**

**Figura 22.**

Logotipo FFIE. Recuperado de:  
<https://ffie.com.co/>



**INVENTARIO DE  
INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA  
CUNDINAMARCA - IEC - COLOMBIA**

**Figura 23.**

Logotipo IEC. Recuperado de:  
<https://cundinamarca.gov.co/>



Se identifican elementos institucionales que valen la pena resaltar como los colores gris y azul, en algunos casos con los colores de la bandera del país. Tienen una coherencia e integración estudiada con los logotipos de los gobiernos respectivos.

Los puntos que coinciden en su línea gráfica son:

- Rasgos angulares: muchos ángulos pocas curvas.
- Figuras geométricas
- Figuras tridimensionales
- Formas que hacen alusión o evocan la construcción y la educación con elementos tales como: bloques, lápices, libros, ventanas, techos.

## 5.2

# DEFINICIÓN DE LA PIEZA GRÁFICA

La pieza por diseñar es un manual de normas gráficas que contendrá los elementos visuales básicos y sus normas de aplicación. El manual permitirá la implementación correcta de la identidad en los diferentes medios de comunicación.

## DEFINICIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

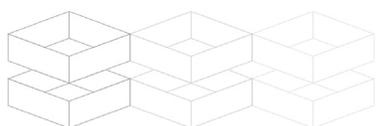
### • ÍNDICE

### • INTRODUCCIÓN

Resumen para contextualizar al usuario, dar una idea clara sobre el contenido y el objetivo del manual.

### • NORMATIVA

Marca gráfica  
 Construcción del isotipo<sup>7</sup>  
 Cuadrícula y proporción  
 Área de seguridad  
 Versiones del logotipo  
     Versión principal  
     Versión secundaria  
     Versión alterna  
 Logotipo versión positivo  
 Logotipo versión invertido  
 Logotipo en versión lineal  
 Logotipo medio tono



### ISOTIPO

<sup>7</sup> Es el símbolo característico de una marca. Por sí solo tiene total fuerza de identificación, sin necesidad de un nombre, texto, etc. Es la esencia visual de la marca.

Logotipo a color  
Tamaños del logotipo  
Usos incorrectos del logotipo

• **IDENTIDAD**

Paleta de color  
Tipografía  
    Tipografía titular  
    Tipografía complementaria  
Imágenes  
    Tratamiento de la imagen  
    Signos

• **APLICACIONES**

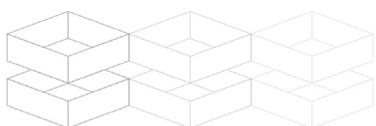
Papelería  
Señalización

• **GLOSARIO**

Para ayudar al cliente a comprender algunas palabras técnicas con las que normalmente no está familiarizado.

## 5.3

# ESTRATEGIA DE APLICACIÓN



### ESQUEMA DE LAS 6W

Método conocido por sus interrogantes en inglés: *Who* (Quién), *What* (Qué), *Where* (Dónde), *When* (Cuándo), *Why* (Por qué) y *How* (Cómo). Consiste en responder las preguntas anteriores para analizar y diseñar una estrategia específica.

#### ¿Qué va a comunicar?

Los objetivos y valores de la institución y el uso correcto de la identidad gráfica de la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.

#### ¿Para qué?

Mostrar la esencia de la institución a partir de su identidad gráfica, y que represente su labor en el área de infraestructura educativa pública.

#### ¿Con qué?

Con un manual de normas gráficas que incluye:

- Definición de la marca gráfica
- El logotipo y sus usos
- Tipografía corporativa
- Material corporativo
- Material en redes sociales
- Otras aplicaciones

### ¿A quién va a comunicar?

#### **Audiencia interna**

Miembros y personal de la UCEE y del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda –Micivi-.

#### **Audiencia externa**

Adultos guatemaltecos, padres de familia.

Beneficiarios de los servicios prestados por la institución.

### ¿Cuándo?

La implementación se realizará en el segundo semestre del año 2020. Lo que se pretende es que sea utilizado de manera constante por todos los miembros de la institución involucrados en la gestión de imagen de la UCEE.

### ¿Dónde se utilizará?

El manual se utilizará en la UCEE y en el Micivi. El manual servirá como guía obligatoria de consulta para la realización de cualquier material impreso o digital.

## 5.4

# VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA PIEZA POR DISEÑAR

## VENTAJAS

- Establece una implementación adecuada de la identidad gráfica.
- Mejora la comunicación interna y externa.
- Facilita la identificación y el reconocimiento de la institución.
- Vincula los valores, misión, visión y los objetivos de la institución con su identidad visual.
- Unifica criterios de diseño asegurando la consistencia en cada elemento de su identidad gráfica.
- Establece parámetros que ayudan a una correcta aplicación de los elementos gráficos en los diferentes medios.
- Comunica las normas y guías que se deben acatar en la reproducción de materiales de la institución.

## DESVENTAJAS

- Requiere una permanente actualización en los contenidos y estructura del manual de normas gráficas.
- El contenido puede agobiar al usuario.
- Se necesita una constante supervisión, alguien encargado específico para que evalúe su uso y la correcta aplicación de los parámetros que define el manual.

## 5.5

# BRIEF

### **Cliente**

Unidad de Construcción de Edificios del Estado -UCEE-

### **¿Qué hace?**

Tiene la responsabilidad de las construcciones y remozamientos de la infraestructura educativa pública, principalmente, y de otros sectores en menor porcentaje como salud y asistencia social.

### **¿Qué debemos lograr?**

Facilitar el reconocimiento y la recordación de la labor de la UCEE por la población guatemalteca. Crear un valor integral positivo en la imagen de la institución.

### **¿A quién estará dirigiéndose o con quién estará interactuando cuando el proyecto esté terminado?**

Padres de familia, hombres y mujeres entre 25 y 65 años, que consideran la educación como un factor importante para mejorar los indicadores sociales en Guatemala.

### **¿Cuál es el producto y medio para el que está pensado el proyecto?**

Manual de normas gráficas (impreso y digital).

### **¿Quién utilizará las piezas de diseño que se entreguen?**

El personal de la UCEE: encargados de publicar los proyectos de forma interna (reportes) y externa (redes sociales).

**¿Qué necesita decir?**

La educación proporciona las capacidades y conocimientos críticos necesarios para convertirnos en ciudadanos empoderados, capaces de adaptarse al cambio y contribuir a la sociedad. Más educación es igual a una mejor Guatemala.

**¿Qué tono, lenguaje, estética y medio será más efectivo en los destinatarios?**

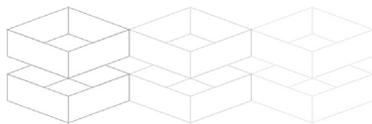
Un tono que impulse y motive a guardar los parámetros establecidos. Un tipo de estética funcional, con formas y figuras claras.

## 5.6

# INSIGHTS

Previo al planteamiento del concepto creativo fue primordial encontrar el *insight*, el cual sería la base fundamental de la idea para el desarrollo del concepto.

Para encontrar el *insight* se indagó las opiniones, pensamientos o creencias generalizados del público, a través de asociaciones psicológicas, mentales y sentimentales, producto de la relación experiencial que aporta el conocer sobre el avance de la educación pública en Guatemala, lo cual permitió tener un mejor entendimiento del grupo. Con base en ello se determinaron los siguientes *insights*: (Latinobarómetro. 2017) (Sección informática UCEE s.f.).



### INSIGHT

Son los aspectos no tangibles de la forma en que el consumidor piensa o siente generando oportunidades para nuevos productos o estrategias.

Nos permite conocer mejor cómo conectar de manera adecuada con el grupo objetivo.

### Insights

Valores intangibles, **mentales + sentimentales**

“La educación mejora el nivel de vida de las personas y el nivel de bienestar de una sociedad”.

“Lo que se invierte en educación, se invierte para el crecimiento de las personas”.

“Muchos problemas económicos y sociales tienen su origen en la falta y baja calidad de educación”.

### Insight seleccionado

**“Lo que se invierte en educación, se invierte para el crecimiento de todo guatemalteco”.**

Esta frase es la que mejor expresa la percepción y sentimiento de los padres de familia guatemaltecos al conocer sobre los proyectos de mejoramiento en el área de educación pública en Guatemala, también transmite un sentimiento de evolución y progreso. Esta frase es seleccionada como el *insight* del cual parte el concepto creativo.

## 5.7

# CONCEPTO CREATIVO DE DISEÑO

El concepto creativo es la base fundamental para el desarrollo de la identidad gráfica; esta consigna permite guiar conceptualmente todo el proceso creativo que figura en cada pieza de comunicación visual.

Las técnicas de conceptualización aplicadas para la búsqueda del concepto creativo fueron las siguientes:

 **Lluvia de ideas**

 **Relaciones forzadas**

 **Lo más cercano - lo más lejano.**

## LLUVIA DE IDEAS

### SOBRE EDUCACIÓN

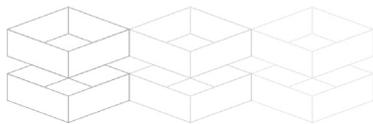
aprendizaje  
alfabetización  
alumno  
arte  
**educación**  
conocimientos  
biblioteca  
álgebra  
ciencia  
descubrimiento  
ética  
lápiz  
pizarrón  
**escuela**  
**valores**

### PALABRAS AL AZAR

órbita  
gato  
estancia  
**semilla**  
poesía  
documento  
reflejar  
doctor  
agujeros  
volar  
árbol  
**vehículo**  
orejas  
**amigo**  
calcular

### CUALIDADES

**responsable**  
paciente  
entusiasta  
**motivador**  
transparente  
honesto  
líder  
curioso  
comunicador  
observador  
empático  
solidario  
**creativo**  
bondadoso  
intuitivo



Se construyeron estas frases a partir de la combinación de tres palabras, cada una de una columna diferente.

### LLUVIA DE IDEAS

Es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por Alex Osborn (especialista en creatividad y publicidad) en la década de 1930 y publicada en 1963 en el libro "Applied Imagination" (Técnicas de creatividad s.f.). Tal como lo dice su nombre, supone el pensar rápido y de manera espontánea en ideas, conceptos o palabras que se puedan relacionar con un tema previamente definido. Es la base sobre la que se sostiene la mayoría del resto de las técnicas.

**escuela – amigo – responsable**

**"Responsable de las escuelas, amigo de Guatemala".**

**educación – vehículo – creativo**

**"Crea espacios para la educación, vehículo para el progreso".**

**valores – semilla – motivador**

**"Motivados a sembrar valores".**

Después de buscar analogías y frases que englobaran el propósito de la UCEE, se escogió el primer concepto ya que favorece a la recordación de su misión y crea un vínculo muy cercano con el país.

**"Responsable de las escuelas, amigo de Guatemala".**

## RELACIONES FORZADAS

1. lápiz – punta – monte – boca – lobo – luna – claro – vidrio – arena – calor – atmósfera – espacio

espacio

1. m. Extensión que contiene toda la materia existente.
2. m. Parte de espacio ocupada por cada objeto material.
3. m. Capacidad de un terreno o lugar.
4. m. Distancia entre dos cuerpos.
5. m. Transcurso de tiempo entre dos sucesos.

## ESPACIO

2. escuela – normal – gravedad – manzana – tecnología – vida social – externo – frontera – corral – separador – sílaba – detonante

detonante

1. adj. Que detona.
2. adj. Llama la atención no armoniza con su entorno.
3. m. Desencadenante

desencadenante

1. adj. Dicho de un hecho, de un fenómeno o de una circunstancia: Que es causa inmediata de otros.

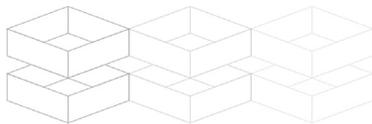
**detonante – desencadenante – reacción – cambio**

## CAMBIO

**espacio + cambio**

**“Espacios de educación para un cambio positivo”.**

Se construyó este concepto a partir de las palabras **ESPACIO** y **CAMBIO**, buscando una frase que reafirmara la aportación de la UCEE en Guatemala y el beneficio que tiene la mejora de la infraestructura educativa pública.



### RELACIONES FORZADAS

Método creativo desarrollado por Charles Whiting (Relaciones forzadas, palabras al azar s.f.).

Combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación. Elegir palabras al azar.

Comparar algo que tenga muy poco o nada en común, así se puede forzar una relación entre casi cualquier cosa para provocar una idea totalmente nueva o una solución a un problema.

## LO MÁS CERCANO LO MÁS LEJANO

### LO MÁS CERCANO

edificar  
construir  
futuro  
estructura  
maestro  
ladrillo  
alumnos  
cuaderno  
escribir  
mochila  
inteligencia

### LO MÁS LEJANO

porcelana  
gusano  
**circuito**  
vela  
escape  
**águila**  
transportar  
ángulos  
pez  
**propulsor**  
cascada

#### **circuito**

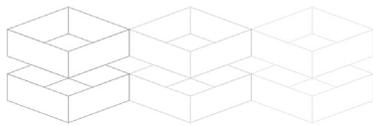
círculo – trayecto – sistema – recorrido – carrera – transmisión

#### **águila**

ave – volar – rapaz – visión aguda – altura – plumas

#### **propulsor**

empujar – impulsar – impulso – estímulo – incitación – empujón – empuje



### LO MÁS CERCANO- LO MÁS LEJANO

Método creativo que consiste en escribir palabras que estén relacionadas con el tema en cuestión y luego escribir cualquier palabra que esté lo menos relacionada con el tema, luego eliminar las palabras cercanas, elegir palabras lejanas, crear frases y conceptos con ellas. De esta manera es posible crear nuevos conceptos, soluciones originales y creativas.

**“Recorrido hacia un mejor futuro”.**

**“Construir con visión hacia una mejor Guatemala”.**

**“Líder en construcción, impulso para la educación”.**

Se construyó este concepto a partir de la palabra propulsor, buscando analogías con su significado. Es la frase que más se acerca a los objetivos de este proyecto.

**“Líder en construcción, impulso para la educación”.**

## SELECCIÓN DEL CONCEPTO CREATIVO

Finalmente, se analizan las ideas obtenidas de los ejercicios creativos y se eligen las tres opciones más viables, que van acorde con la esencia y los objetivos de la UCEE.

1. “Responsable de las escuelas, amigo de Guatemala”.
2. “Espacios de educación para un cambio positivo”.
3. “Líder en construcción, impulso para la educación”.

### CONCEPTO CREATIVO

“Líder en construcción, impulso para la educación”.

**líder – construcción – impulso – educación**

La esencia de este concepto es la palabra **impulso** ya que evoca el empuje, la propulsión, el estímulo, el engranaje que detona el crecimiento y el desarrollo. Evoca esa chispa que llevará a Guatemala a un futuro mejor. Se puede usar el concepto impulso para generar movimiento en la esencia gráfica del diseño visual de su identidad.

## 5.8

# PREMISAS DE DISEÑO

Establecido el concepto creativo fue importante definir los códigos visuales que aportarían coherencia visual a cada elemento de la imagen, por lo que se constituyen las siguientes premisas de diseño:

### CÓDIGO CROMÁTICO

La mente humana es altamente receptiva a los estímulos visuales, y el color es uno de los factores más importante a su respuesta. La codificación cromática propuesta para este diseño es una gama de azules combinada con gris, una armonía monocromática, para obtener un resultado moderno y elegante, que transmita seriedad y calma. Los colores fríos otorgan un sentido de confianza, tranquilidad y seguridad. Los asociamos, primero con Guatemala, luego con los proyectos que ellos realizan. Es indudable que también podemos relacionarlos con armonía, limpieza y salud.



## CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Los tipos de tipografías son un poderoso aliado al transmitir un mensaje, pueden impactar directamente la manera en la que una persona percibe. La tipografía seleccionada para este proyecto es de la clasificación grotesca: geométrica y sin remates. Son caracterizadas por la homogeneidad en su trazo, por sus formas bien definidas/limpias y porque favorecen la legibilidad. Acertada para transmitir seriedad, fuerza y estabilidad en este proyecto.

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q  
 R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j  
 k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 0 1  
 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P  
 Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h  
 i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 0  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q  
 R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k  
 l m n ñ o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3  
 4 5 6 7 8 9 0

## CÓDIGO ICÓNICO: ELEMENTOS GRÁFICOS

Se proponen gráficos geométricos ya que la arquitectura/construcción y la geometría son disciplinas inseparables. Elementos geométricos que transmitan la sensación de adelanto y progreso, que le den movimiento al diseño. Formas que transmitan la profundidad de una estructura en 3 dimensiones y la sensación de perspectiva, además que generen una impresión de solidez: de cimientos fuertes. Gráficos limpios no lineales, sino rellenos, de diseño limpio, menos literal más conceptual. Que resalte el desarrollo a través de la construcción para la educación.





# 06 PRODUCCIÓN GRÁFICA

6.1 Nivel 1 de visualización

6.2 Validación 1

6.3 Nivel 2 de visualización

6.4 Validación 2

6.5 Nivel 3 de visualización

6.6 Validación 3

6.7 Pieza final

## 6.

# PRODUCCIÓN GRÁFICA

Para el desarrollo del manual de identidad gráfica para la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE, es necesaria la construcción de una imagen institucional a partir de la definición de sus códigos visuales.

Cada fase de visualización tiene una validación. Se evaluará cada aspecto propuesto con profesionales de diseño y con el grupo objetivo.

### 6.1 Visualización 1

- Proceso de construcción del logotipo.

### 6.2 Validación 1

- Autoevaluación

### 6.3 Visualización 2

- Definición de códigos visuales y desarrollo de material institucional.

### 6.4 Validación 2

- Coevaluación con profesionales de diseño.

### 6.5 Visualización 3

- Construcción del Manual de Normas Gráficas.

### 6.6 Validación 3

- Validación con grupo objetivo.

## 6.1

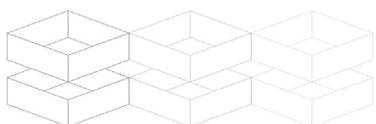
# NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN

## CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

En el presente nivel se detalla el proceso de construcción del logotipo desde el bocetaje hasta su digitalización.

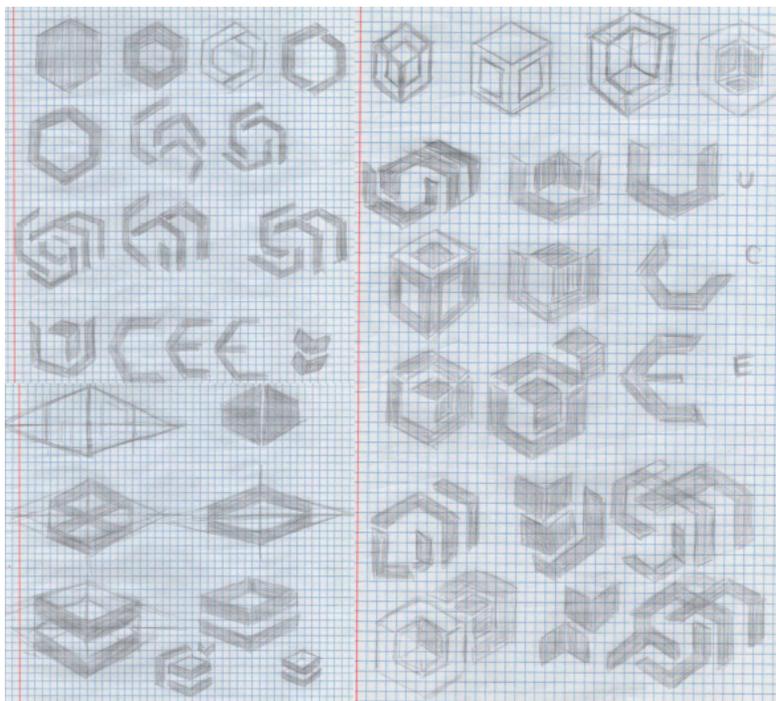
### BOCETAJE

Se realizaron varias propuestas a partir del concepto creativo y las premisas de diseño.



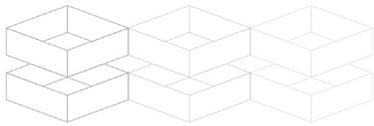
### ISOTIPO

Es el símbolo característico de una marca. Por si solo tiene total fuerza de identificación, sin necesidad de un nombre o texto. Es la esencia visual de la marca. (Espinoza 2015).



## DIGITALIZACIÓN

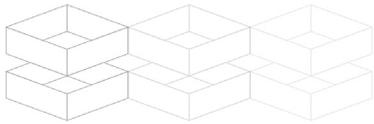
A partir del primer bocetaje se lleva a cabo la digitalización para generar las propuestas que mejor se acoplen al concepto y a la esencia de la institución.



### LOGOTIPO O WORDMARK

Un logotipo o *wordmark* está compuesto solo por texto y tipografía. Cualquier otro elemento gráfico del diseño solo tiene una función secundaria decorativa o de refuerzo. (Espinoza 2015).



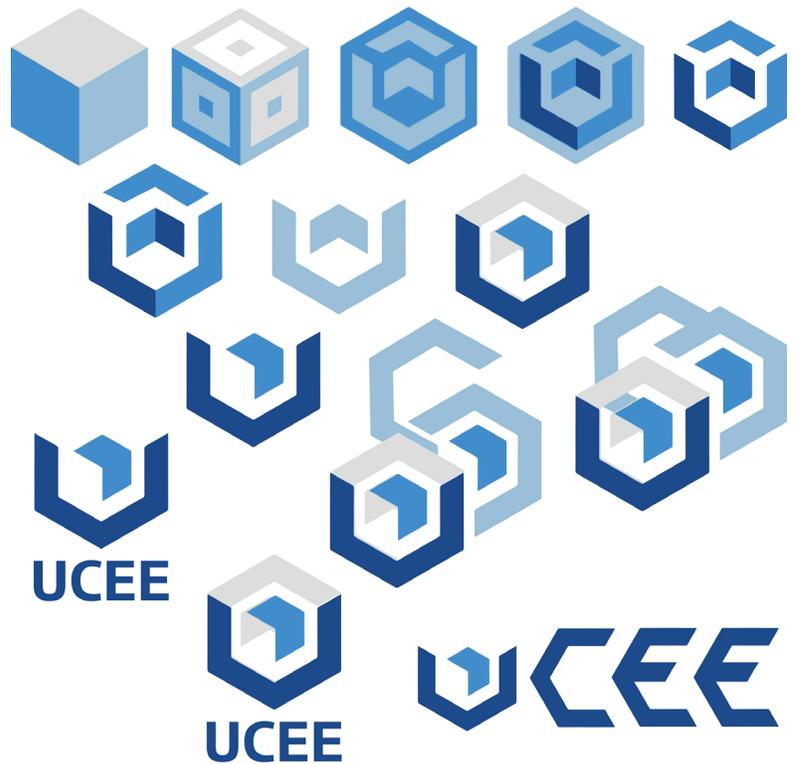
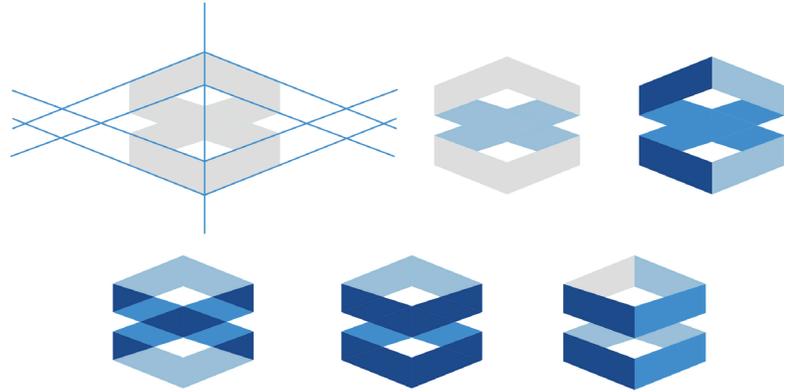


### IMAGOTIPO

Se realizaron propuestas de marca combinadas que como indica su nombre, es una combinación de texto-símbolo. Dentro de las marcas combinadas está el imagotipo, que es la unión de un isotipo y de un logotipo o *wordmark*, y en la que al menos el isotipo funciona perfectamente por separado.

### MONOGRAMA

Se realizaron propuestas con las siglas UCEE. Está dentro de la categoría de los logotipos o *wordmarks*. Se diferencia en que está compuesto por iniciales o letras sueltas que combinadas gráficamente forman un símbolo. Generalmente se utilizan en nombres largos que se acortan mediante el uso de las iniciales de cada palabra para recordarse mejor y para un uso más práctico. (Espinoza 2015).



## PROPUESTAS

Las 3 propuestas finales son imagotipos, es decir, una combinación de un isotipo y el *wordmark*, en donde el isotipo funciona perfectamente bien aislado.

### PROPUESTA 1

El resultado en esta propuesta resulta muy dinámico. Se puede observar muchos ángulos y puntos de intersección, que generan la sensación de movimiento y evoca la construcción. Es un logotipo asimétrico pero muy estable y sólido ya que en sus proporciones es más ancho que alto.



## PROPUESTA 2

El resultado en esta propuesta evoca unos cimientos fuertes. Es simétrico, con terminaciones angulares, crea un efecto en tercera dimensión, tiene mucha profundidad y por el tamaño de los bloques da la sensación de ser muy estable, seguro y firme. Otro aspecto por distinguir en esta propuesta es el hecho de que el bloque está suspendido encima del otro, eso genera una sensación de flujo, progreso. Es una propuesta que da la impresión de solidez y seriedad.



## PROPUESTA 3

El resultado de esta propuesta es un diseño de mucha simplicidad y abstracción. Evoca una U o una construcción que abraza y acoge, ya que tiene un techo que protege. La figura al centro puede representar un techo o un libro. Es un diseño geométrico con formas rellenas que transmiten firmeza.



## 6.2

# VALIDACIÓN 1

En el proceso de autoevaluación se construyó la siguiente tabla donde se evaluaron diversos aspectos de las 3 propuestas de diseño de logotipo, determinando si estas reunían todas las condiciones necesarias acorde con las necesidades de comunicación de la institución.

### TABLA DE AUTOEVALUACIÓN

Se utilizó una tabla de autoevaluación para revisar diversos aspectos de las propuestas de diseño del logotipo desde una perspectiva objetiva, para determinar si reunían todas las condiciones necesarias acordes con las necesidades de comunicación de la institución, cada aspecto fue ponderado de un rango de 1 a 5, donde 1 representa una baja ponderación y 5 una alta.

#### **CONGRUENCIA**

La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.

#### **FIJACIÓN**

El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensajes para facilitar lo que se quiere transmitir.

#### **LEGIBILIDAD**

Facilidad con la que se identifican los distintos caracteres y símbolos, como: contraformas, contrastes, remates, trazos. Puede ser percibido claramente.

#### **LECTURABILIDAD**

Comodidad con la que se lee el texto compuesto integrado al símbolo, tamaño del tipo, longitud de línea, interlineado, espacio entre caracteres.

**COMPOSICIÓN**

Criterio respecto de que toda la pieza tenga un valor armónico y agradable. Engloba equilibradamente y en consonancia todos los elementos.

**ABSTRACCIÓN**

Hace referencia a la simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.

**ESTÉTICA**

Hace referencia a si la creación genera una percepción agradable y coherente. Adecuada según a los valores que se quieren transmitir y los objetivos del diseño.  
(Morales 2017).



No. de propuesta	Congruencia	Fijación	Legibilidad	Lectorabilidad	Composición	Abstracción	Estética	TOTAL
	5	5	5	5	5	5	5	35
1	3	3	3	3	4	3	4	23
2	5	4	5	5	5	4	5	33
3	5	5	5	5	4	4	3	31

## ANÁLISIS DE RESULTADOS

### PROPUESTA 1 RESULTADO 23

1



**CONGRUENCIA:** el diseño es coherente en relación al concepto de construcción pero al ser asimétrico genera una sensación de irregularidad.

**FIJACIÓN:** la composición dificulta la fijación en la mente, es muy compleja, por eso tiene un grado de fijación media.

**LECTURABILIDAD Y LEGIBILIDAD:** posee un grado medio de legibilidad ya que el wordmark no está al centro.

**COMPOSICIÓN:** es una composición agradable y compleja, aunque genera impresiones de algo incompleto y de mucho cambio, algo en el proceso de encajar.

**ABSTRACCIÓN:** posee un grado medio de abstracción, es un símbolo más abstracto, puede ser difícil de interpretar.

**ESTÉTICA:** es agradable para el ojo humano, es muy dinámico, aunque transmite menos orden que las otras propuestas.

### PROPUESTA 2 RESULTADO 33

2



**CONGRUENCIA:** el diseño del logotipo tiene coherencia en relación al concepto establecido.

**FIJACIÓN:** la creación se adecua y relaciona directamente a la identidad, muestra posicionamiento en la mente.

**LECTURABILIDAD Y LEGIBILIDAD:** posee buen grado de lectura-bilidad y legibilidad.

**COMPOSICIÓN:** la composición es agradable, la simetría le da mucha armonía al isotipo.

**ABSTRACCIÓN:** resulta fácil de interpretar, la abstracción es clara. El negativo propuesto es en base a transparencias por eso tiene un 4.

**ESTÉTICA:** alto nivel estético por la simetría y la solidez que presenta.

## PROPUESTA 3

RESULTADO 31

3



**CONGRUENCIA:** el diseño del logotipo tiene coherencia en relación al concepto establecido.

**FIJACIÓN:** sí muestra posicionamiento en la mente.

**LECTURABILIDAD Y LEGIBILIDAD:** posee buen grado de lectura-bilidad y legibilidad.

**COMPOSICIÓN:** la composición es agradable pero el resultado es un símbolo sencillo.

**ABSTRACCIÓN:** la abstracción tiene un grado de interpretación media.

**ESTÉTICA:** es un logo simple no tan atractivo, menos vistoso que las otras propuestas.

## CONCLUSIÓN

De acuerdo con los resultados obtenidos en la autoevaluación, fue seleccionada la propuesta 2 que cumple con las condiciones necesarias para lograr el objetivo del proyecto y mantiene los criterios establecidos en las premisas de diseño.

## 6.3

# NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN

Este nivel de visualización corresponde a la definición de los códigos visuales de la identidad gráfica y la definición de formato y retícula del manual.

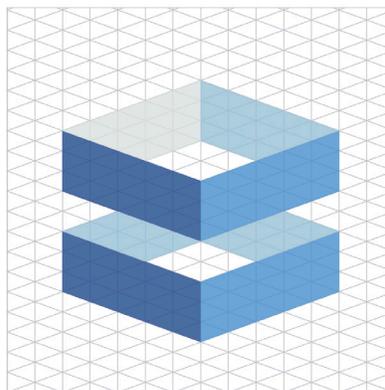
## LOGOTIPO

El isotipo surge de la abstracción de un edificio en 3 dimensiones, se simplifica a dos bloques uno encima de otro que transmite la percepción de construir. Tomando como base las premisas gráficas, el logotipo tiene profundidad y estabilidad, cumple con los requisitos cromáticos y tipográficos.



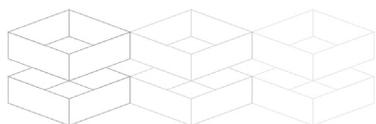
## COMPOSICIÓN

La composición del logotipo se creó a partir de una retícula con líneas que convergen en un ángulo de 70°. La abstracción incluye aspectos claros de: geometría, construcción, progreso y simetría, esta brinda una imagen que facilita el reconocimiento de la institución e integra los valores que se quieren transmitir.



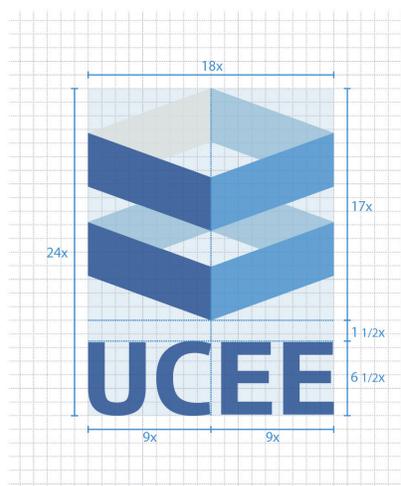
## CONSTRUCCIÓN

El logotipo fue construido visualmente proporcionado bajo una cuadrícula base en donde cada unidad tenía el mismo valor tanto en ancho como en alto. Se respetaron las distancias y proporciones entre cada uno de los elementos.

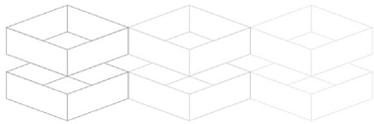


## TIPOGRAFÍA

La tipografía utilizada fue **Mariné** creada por *Martin Sommaruga* que por su alta legibilidad, su estilo geométrico y su tipo sans serif se armoniza con los rasgos del isotipo. Se crea un logotipo simple, atractivo, moderno e industrial para la institución.



## VERSIONES DEL LOGOTIPO



### VERSIÓN ALTERNATIVA

Esta versión está sugerida para ser utilizada en proyectos exclusivos de educación, ya que tiene un tono cálido que se asocia con la niñez y el aprendizaje.



## DEFINICIÓN DE CÓDIGOS VISUALES

A partir de la selección del logotipo, se dio inicio con la definición de los códigos visuales que conformarán la identidad visual de la UCEE.

## CÓDIGO CROMÁTICO

Se establece el uso de una paleta monocromática elaborada a partir de los colores que la institución utiliza para pintar las edificaciones remozadas, para generar un vínculo entre sus resultados y su identidad gráfica.

### PALETA PRIMARIA



<p>PANTONE: 7541 C</p> <p>CMYK: 17.58 10.55 13.28 0</p> <p>RGB: 219 223 222</p> <p>HEX: # DBDFDE</p>	<p>PANTONE: 7461 U</p> <p>CMYK: 78.13 36.72 4.3 0</p> <p>RGB: 94 135 190</p> <p>HEX: # 5E87BE</p>
<p>PANTONE: 000C WHITE</p> <p>CMYK: 0 0 0 0</p> <p>RGB: 255 255 255</p> <p>HEX: # FFFFFFFF</p>	<p>PANTONE: 7686 C</p> <p>CMYK: 92.19 81.64 20.31 0</p> <p>RGB: 50 72 131</p> <p>HEX: # 324883</p>
<p>PANTONE: 644 U</p> <p>CMYK: 46.88 16.8 13.28 0</p> <p>RGB: 160 185 208</p> <p>HEX: # A0B9D0</p>	<p>PANTONE: 276 CP</p> <p>CMYK: 95.7 99.22 53.91 51.17</p> <p>RGB: 10 9 47</p> <p>HEX: # 0A092F</p>

### PALETA SECUNDARIA

Se establece una paleta alternativa para proyectos exclusivos de educación. A partir de los colores principales se le agrega un naranja complementario y un amarillo que genera mucho contraste y viveza.



<p>PANTONE: P 7-7 U</p> <p>CMYK: 11.32 21 71.31 0</p> <p>RGB: 232 208 108</p> <p>HEX: # E8D06C</p>	<p>PANTONE: 24-7 U</p> <p>CMYK: 7.44 53.45 87.1 0</p> <p>RGB: 217 147 60</p> <p>HEX: # D9933C</p>
--	---

## CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Se definió como fuente primaria **Roboto Condensed** (*Open Font License*) diseñada por *Christian Robertson*. Esta es una fuente neo-grotesca del género sans-serif, muy versátil y moderna; por sus formas geométricas se integra muy bien a la construcción de la identidad gráfica. Como fuente secundaria se establece la **PT Mono** que se utilizará en su versión regular y negrita para el sistema numérico y textos secundarios, contiene características que agregarán un aspecto industrial.

### Fuente primaria

#### Roboto Condensed

A B C D E F G H I J K L M  
N Ñ O P Q R S T U V W X  
Y Z a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M  
N Ñ O P Q R S T U V W X  
Y Z a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v x y z 0  
1 2 3 4 5 6 7 8 9

**A B C D E F G H I J K L M**  
**N Ñ O P Q R S T U V W X**  
**Y Z a b c d e f g h i j k l m**  
**n ñ o p q r s t u v x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

### Fuente complementaria

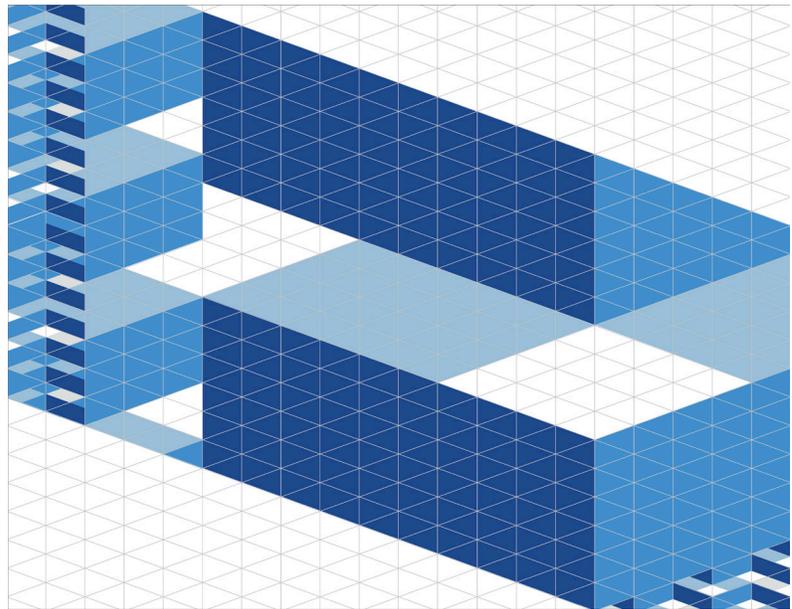
#### PT Mono

A B C D E F G H I J  
K L M N Ñ O P Q R S  
T U V W X Y Z a b c  
d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u v  
w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

**A B C D E F G H I J**  
**K L M N Ñ O P Q R S**  
**T U V W X Y Z a b c**  
**d e f g h i j k l m**  
**n ñ o p q r s t u v**  
**w x y z**  
**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

## CÓDIGO ICÓNICO

Se generó una variedad de patrones, cada composición puede ser utilizada en diferentes adaptaciones gráficas. Se crearon a partir de la rejilla base con líneas convergentes rotadas a 70°. El lenguaje de formas geométricas produce un efecto dinámico.



2da. calle "A" 8-45, zona 10.  
+502 2245-1212  
<http://www.ucee.gt>

2da. calle "A" 8-45, zona 10.  
+502 2245-1212  
<http://www.ucee.gt>

2da. calle "A" 8-45, zona 10.  
+502 2245-1212  
<http://www.ucee.gt>

2da. calle "A" 8-45, zona 10.  
+502 2245-1212  
<http://www.ucee.gt>

**GOBIERNO DE GUATEMALA** MINISTERIO DE COMUNICACIONES, TRANSPORTES Y OBRAS PÚBLICAS

**UCEE**

**La UNIDAD DE CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS DEL ESTADO**

**INFORMA**

Fuimos notificados que un trabajador de la entidad se sometió a la prueba de diagnóstico, la cual salió positiva a COVID-19. Siguiendo los parámetros dictados por el Ministerio de Salud y Asistencia Social, se han tomado las medidas pertinentes.

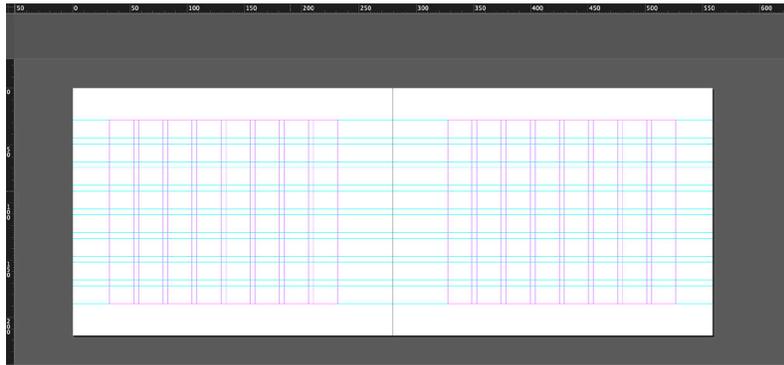
Las autoridades de la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE, reiteran su compromiso de continuar con las acciones preventivas.

Síguenos en:

2da. calle "A" 8-45, zona 10.  
+502 2245-1212  
<http://www.ucee.gt>

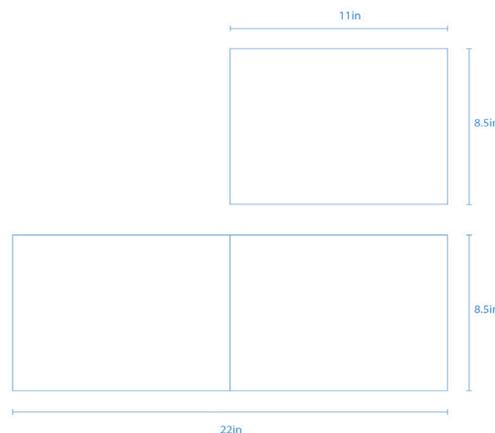
## RETÍCULA

La retícula proporciona al diseño uniformidad, armonía y coherencia; genera una estética correcta y ordenada. Se trata de un elemento clave en el diseño gráfico que aporta a los proyectos claridad, eficacia, economía y continuidad. La propuesta para este trabajo es una retícula modular, aquella hecha de columnas con un gran número de líneas de flujo horizontales que subdividen las columnas en filas creando una matriz de celdas que se llaman módulos. La composición modular nos ayudará a organizar los elementos en bloques, integrando la esencia del propósito de la UCEE: construir, edificar. Los módulos ayudarán a plasmar en secciones diferentes aspectos del contenido que se podrán resaltar y enlazar armoniosamente.



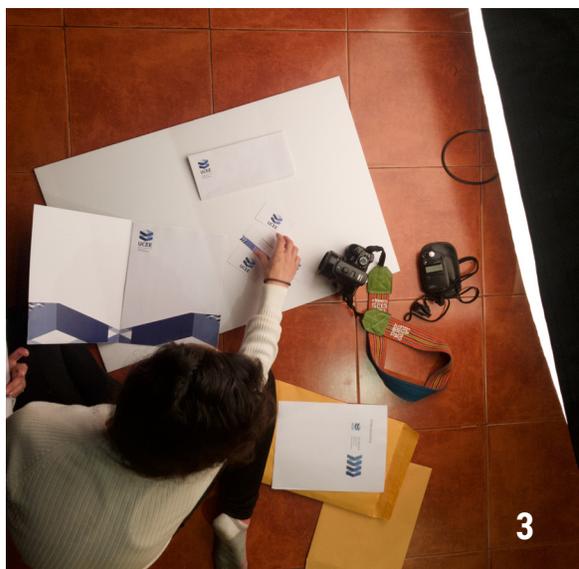
## FORMATO E IMPRESIÓN

El formato que se utilizará para el manual es impreso. El tamaño propuesto es carta con orientación horizontal: una opción de formato que no presenta complicaciones para su reproducción ni para su almacenamiento. Para la reproducción, se recomienda en un papel resistente con alto gramaje para asegurar su durabilidad.



## DESARROLLO DE MATERIAL INSTITUCIONAL

Ya definidos los componentes gráficos se procede a desarrollar el material institucional.



1. Hoja membretada, sobre, folder y tarjeta de presentación.
2. Folder carta
3. Back stage de la sesión de fotos.
4. Tarjeta de presentación
5. Firma electrónica



**Arq. Oscar Sierra**  
 Relaciones públicas  
 info@ucee.com.gt  
 +(502) 2245-1212  
<http://www.ucee.gob.gt/>





6



7

- 6. Letrero con el logotipo.
- 7. Rótulo de oficina

## 6.4

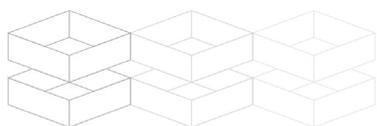
# VALIDACIÓN 2

Para esta fase de coevaluación con profesionales se empleó el instrumento de la encuesta digital, para evaluar la propuesta del logotipo, de los elementos que conformarían la identidad gráfica y del material corporativo. En el inicio de la encuesta se expone a qué se dedica la UCEE y se explica brevemente el concepto creativo.

La encuesta evaluó aspectos de congruencia, legibilidad, y apreciación de la composición visual del logotipo y de todos los elementos (Ver Anexo 5).

## CONCLUSIONES

La evaluación permitió obtener criterios más amplios respecto a los elementos de la identidad gráfica. Las observaciones realizadas por los profesionales fueron las siguientes (Ver Anexo 6):



## ENCUESTADOS

Entre los profesionales encuestados había: un publicista /estratega y director de arte, dos arquitectos, una diseñadora editorial, una diseñadora gráfica y un ingeniero civil especializado en diseño estructural.

- **El logotipo es memorable pero simple y la línea gráfica se ve moderna y sólida.**
- **Se describió que la propuesta es muy versátil para poder adaptarse a diferentes aplicaciones, sin perder su identidad por lo tanto es fácil de reconocer y recordar.**
- **La gama cromática es adecuada para el contexto del proyecto.**
- **Cumple con los criterios de legibilidad y lecturabilidad.**
- **La composición gráfica genera una percepción agradable, atractiva y coherente.**

## 6.5

# NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN

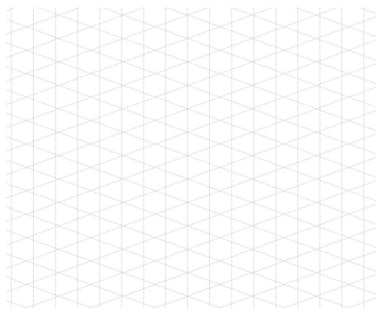
## CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

El presente nivel corresponde a la construcción del manual de normas gráficas a partir de las observaciones y validaciones obtenidas antes.

### PORTADA



### PORTADA INTERNA



### DETALLE

Detalle de las guardas. Rejilla con líneas inclinadas a 70°.

# ÍNDICE

**Índice**

<b>Introducción</b>	11
<b>Normatividad</b>	13
<ul style="list-style-type: none"> <li>Marca gráfica</li> <li>Construcción del isotipo</li> <li>Cuadrícula y proporciones</li> <li>Área de seguridad</li> <li>Versiones del logotipo</li> <li>Uso incorrectos</li> </ul>	
<b>Identidad</b>	30
<ul style="list-style-type: none"> <li>Paleta de color</li> <li>Tipografía</li> <li>Iconografía</li> </ul>	

## CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO



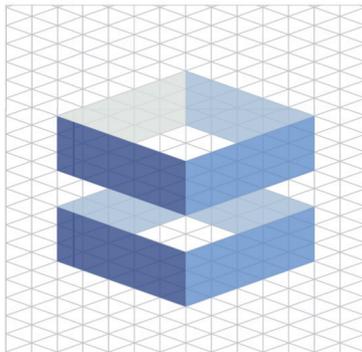
### MARCA GRÁFICA

Detalle de la construcción del imago tipo.

**Cuadrícula y proporciones**

La construcción en cuadrícula es utilizada en aquellas ocasiones en las que es necesario verificar las distancias entre los elementos del logo, por ejemplo: al realizar un mural. La cuadrícula nos permite verificar que el logo está representado con las correctas proporciones, el logo siempre debe ser reproducido y dibujado a partir de esta cuadrícula.

15



Se utilizó una retícula base con líneas inclinadas a 70 grados.

**Versiones del logotipo**

versión principal      versión secundaria      versión alterna

22

## CONSTRUCCIÓN DEL ISOTIPO

Detalle de la construcción del isotipo.

## TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

### Tamaño mínimo de reproducción

El tamaño mínimo de reproducción del logotipo es de 5mm. El problema de reducirlo sin tener un control es que en un punto de esta reducción, el logo perderá legibilidad y no se verá de manera apropiada. Esto será de utilidad cuando necesitemos colocar el logotipo en algún soporte con dimensiones limitadas, en aplicaciones de merchandising como un borrador o un bolígrafo. El tamaño mínimo de reproducción para la versión secundaria es de 10mm y para la versión alterna es de 30mm.

líneas de medida

21

## USOS INCORRECTOS

### Usos incorrectos

Cambio de color

Cambio de tipografía

Distorsiones o transformaciones

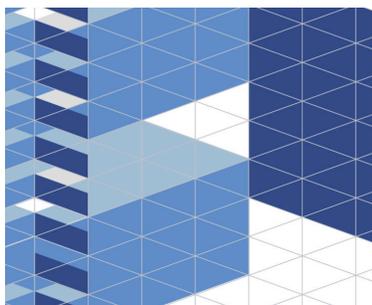
Usos de fondo inapropiado

Cambio de posición de los elementos

Aplicación de efectos

28

## CÓDIGOS VISUALES



La paleta de color principal es la encargada de hacer reconocible de manera instantánea nuestra marca. Cuando se aplica de manera consistente, nuestros colores corporativos, otorgan un fuerte vínculo visual en nuestros materiales y comunicaciones, a su vez, diferencia nuestra empresa de nuestros competidores.

La paleta de color secundaria es la encargada de acompañar a nuestra marca y añadirle un toque de color y calidez en ciertas ocasiones.

<p>PALETA TERCERA</p> <p>CÓDIGO: 13.38 18.38 18.38 9</p> <p>RGB: 215 292 232</p> <p>HEX: # D99C4C</p>	<p>PALETA CUARTA</p> <p>CÓDIGO: 74.12 74.12 4.8 9</p> <p>RGB: 187 187 79</p> <p>HEX: # B8B84D</p>
<p>PALETA SEGUNDA</p> <p>CÓDIGO: 4 9 9 9</p> <p>RGB: 205 205 205</p> <p>HEX: # D3D3D3</p>	<p>PALETA QUINTA</p> <p>CÓDIGO: 15.15 15.15 18.15 9</p> <p>RGB: 150 150 208</p> <p>HEX: # 9696C8</p>
<p>PALETA PRIMERA</p> <p>CÓDIGO: 14.14 14.14 9</p> <p>RGB: 140 140 208</p> <p>HEX: # 8C8CD0</p>	<p>PALETA SEXTA</p> <p>CÓDIGO: 15.15 15.15 18.15 11.15</p> <p>RGB: 150 150 208</p> <p>HEX: # 9696C8</p>
<p>PALETA SEPTIMA</p> <p>CÓDIGO: 11.11 11.11 11.11 9</p> <p>RGB: 102 102 102</p> <p>HEX: # 666666</p>	<p>PALETA OCTAVA</p> <p>CÓDIGO: 14.14 14.14 18.14 9</p> <p>RGB: 140 140 208</p> <p>HEX: # 8C8CD0</p>

31

## DETALLE

Detalle del patrón del código icónico.

## ÁREA DE SEGURIDAD

### Área de seguridad

El espacio en blanco ha sido establecido para asegurar la visibilidad y el impacto del logotipo. Nos aseguramos que nuestra marca no tendrá ningún tipo de obstrucción y estará distintivamente separado de los otros elementos gráficos.



— líneas guías  
 ■ área de seguridad

18

## SEÑALÉTICA Y OTRAS APLICACIONES



Propuesta de playeras polo.

### Señalética y otras aplicaciones



40

## GLOSARIO

### Glosario

**Área de seguridad**

Espacio definido alrededor del logotipo que debe quedar siempre en blanco para mantener su legibilidad y evitar intrusiones.

**CMYK**

Método de color sustractivo que se utiliza en la impresión, es una cuadrícula. Sus siglas corresponden a Cyan, Magenta, Yellow y Key. Los colores CMYK se utilizan para materiales impresos.

**Cuadrícula**

Diseño compuesto por líneas verticales y horizontales que sirve de base para crear medidas. Estas se emplean en el diseño de los elementos gráficos que configuran la identidad visual de una marca.

**Iconografía**

Conjunto de imágenes relacionadas con una marca que responde a un mismo estilo.

**Imagotipo**

Es una combinación de texto-símbolo. Dentro de las marcas combinadas está el imagotipo, que es la unión de un ícono y de un wordmark o nombre, y en la que al menos el ícono funciona perfectamente por separado.

**Ícono**

Es el símbolo característico de una marca. Por sí solo tiene total fuerza de identificación, sin necesidad de un nombre, texto, etc. Es la esencia visual de la marca.

**Paleta**

Es el sistema de definición de color más reconocida y utilizada, es un sistema de control de colores, suele denominarse color estándar. Permite identificar colores para impresión por medio de un código. Es una especie de muestrario de colores con su nombre respectivo y código para asegurar de manera fiel un color impreso.

**RGB**

Método de color basado en la síntesis aditiva, con el que es posible representar un color mediante la mezcla por adición de tres colores de luz primarios. Sus siglas corresponden a Red, Green, Blue. Se usa para cualquier diseño digital, en el formato correcto para usar en computadores y pantallas.

**Tipografía**

Letras diseñadas con unidad de estilo. Hace referencia a los elementos: letra, números y símbolos pertenecientes a un mismo estilo representativo.

45

## 6.6

# VALIDACIÓN 3

Esta etapa correspondió a la validación con el grupo objetivo. En el proceso se evaluó el logotipo, la identidad gráfica y el Manual de Normas Gráficas (Ver Anexo 5 Y 6).

A través de una serie de preguntas se constató que la identidad gráfica cumple con los criterios de diseño y reúne cualidades que identifican a la UCEE.

### AUDIENCIA INTERNA

Dentro de la institución el logotipo y las piezas fueron evaluadas por los representantes de la institución y el departamento de Relaciones Públicas.

Se evaluaron los resultados y se observó un resultado positivo en las respuestas obtenidas a nivel interno.

### CONCLUSIONES

- **El manual cumple con los criterios de funcionalidad, composición estética y congruencia.**
- **Se determinó que la identidad gráfica reúne características de la institución y es memorable.**
- **La audiencia interna se sintió identificada por la paleta cromática y despertó visualmente su interés.**
- **La aplicación de la identidad gráfica en las diferentes adaptaciones es adecuada, se comprobó que tiene un grado alto de versatilidad.**

## AUDIENCIA EXTERNA

Se evaluó el logotipo y los elementos gráficos. Se hizo por medio de una evaluación de selección múltiple. Se evaluó la percepción de la iconografía y el grado de atracción del logotipo.

## CONCLUSIÓN

- **La identidad gráfica sí representa los valores de la institución. Sí es accesible y atractiva a la audiencia externa.**

# 6.7 | PIEZA FINAL











# 07 SÍNTESIS DEL PROCESO

7.1 Conclusiones

7.2 Recomendaciones

7.3 Lecciones aprendidas





## 7.1

# CONCLUSIONES

- ❏ La identidad gráfica propuesta para la Unidad de Construcción de Edificios del Estado,-UCEE-, comunica los valores y la labor de la institución en el área de infraestructura educativa pública en Guatemala. Los elementos gráficos presentan criterios de congruencia, estética, funcionalidad y versatilidad. Estos elementos en conjunto, resultan atractivos para favorecer la identificación ciudadana y la sensibilización del público respecto de los proyectos realizados por la institución.
- ❏ El Manual de Normas Gráficas desarrollado durante el proyecto unifica los elementos que forman parte de la nueva identidad gráfica de la UCEE, logrando el objetivo de implementar la imagen visual en los diferentes medios y aplicaciones que necesite la institución.
- ❏ El Manual de Normas Gráficas asegura la correcta aplicación de su imagen, a través de la normalización e implementación de lineamientos en los diferentes materiales y medios. Esto contribuye a su promoción y trascendencia.

## 7.2

# RECOMENDACIONES

Siendo el Manual de Normas Gráficas un documento imprescindible que garantiza la unificación de criterios para la comunicación y difusión de la imagen, debe tener la cualidad de ser amigable con el usuario. Si los parámetros dificultan la aplicación no lograremos implementar de manera correcta los lineamientos. Se requiere prestar atención a cada lineamiento expuesto en el manual. En la etapa inicial de la implementación de la identidad gráfica se recomienda evaluar constantemente los detalles y la opinión de los usuarios. Se sugiere a la institución que nombre un encargado que tenga como tarea velar por la correcta implementación, al menos durante la etapa inicial.

Para la definición de la paleta cromática es necesario tener el monitor calibrado antes de empezar con la selección de los colores, para evitar que el resultado no sea el deseado o tener que regresar a la etapa del proceso de selección de colores. Se recomienda hacer pruebas impresas del resultado del color ya que hay monitores que embellecen la imagen y el resultado impreso es pobre. Con la selección de colores sólidos se sugiere acercarse a las grandes empresas publicitarias o imprentas para alquilar o prestar el muestrario de colores Pantone. Al momento de reproducir alguna pieza, brindar siempre la información necesaria a la imprenta o litografía con el fin de conseguir fidelidad del color.

## 7.3

# LECCIONES APRENDIDAS

Los esfuerzos del diseñador deben acompañarse de la constante investigación y comunicación con la institución para definir el problema y verlo desde varios ángulos, ya que la información que se intercambie se basará en la experiencia que la persona tenga con respecto a la situación. La comunicación constante con el cliente agiliza el proceso y ayuda a dar con propuestas que solucionen el problema encontrado. Es importante establecer una relación de confianza con la institución/cliente, para que la comunicación sea fluida y sin barreras. Desde el inicio del proyecto establecer el encargado y los canales de comunicación que servirán para obtener una comunicación efectiva. Definir desde un principio lo que el diseñador necesitará de la institución (acceso a la información, recopilación de datos, fechas correspondientes a entregas y otros).

Realizar el proceso de forma ordenada, evita tener que regresar por detalles que no se tomaron en cuenta antes. Las propuestas deben ser factibles; es decir, aunque soñemos en grande, la propuesta debe ser implementada. Es por esto que debe comprobarse el presupuesto que tiene la institución para invertir en el proyecto y ponerlo en marcha.

El trabajo de diseñador tiene muchos detalles. Compartir con expertos, ayudará a revisar la propuesta desde diferentes especialidades. Eso enriquecerá mucho la propuesta y la funcionalidad del diseño.

Como diseñador, es importante revisar la propuesta final en diferentes formatos y diferentes equipos para asegurarnos de que el resultado es el deseado.



# REFERENCIAS CONSULTADAS

Fuentes consultadas

Glosario

Anexos





# FUENTES CONSULTADAS

**Duarte, Jesús, Carlos Gargiulo, y Martín.** Moreno. 2011. *Infraestructura escolar y aprendizaje en la educación básica latinoamericana. Estudio a partir del SERCE, Latinoamérica*: Banco Interamericano del Desarrollo.

**Palacios, Braulio.** 2018. «Guatemala es uno de los países con peor infraestructura escolar.» *El Periódico*.

**Sección informática UCEE.** s.f. UCEE Guatemala. Último acceso: 2019. <http://www.ucee.gob.gt/>.

**-PRODESSA-**, Proyecto de Desarrollo Santiago. 2014. *¿Hacia dónde va la Educación Pública en Guatemala?* Boletín, Guatemala: PRODESSA.

**-MINEDUC-**, Ministerio de Educación de Guatemala. . 2018. *Anuario estadístico de la educación de Guatemala 2018*. Anuario, Guatemala: MINE-DUC.

**-PNUD-**, Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. 2016. Informe Nacional de Desarrollo Humano 2015-2016. Informe, PNUD.

**Fundación Ramiro Castillo Love.** 2018. «Analfabetismo en Guatemala.» Corporación BI. Último acceso: 2019. <https://blog.corporacionbi.com/noticias/analfabetismo-en-guatemala>.

**Montúfar, Noriega.** 2011. «Distintas latitudes.» Último acceso: 2019. <http://distintaslatitudes.net/archivo/la-educacion-en-guatemala-algunos-datos-para-describir-su-situacion>.

**-BID-**, Banco Interamericano de Desarrollo; Fundación IDEA. 2015. *Aprendizaje en las Escuelas del Siglo XXI*. BID.

**-ASIES-**, Asociación de Investigación y Estudios Sociales. . 2016. *Infraestructura escolar y su impacto en el rendimiento académico*. Informe, Guatemala: ASIES.

**Empresarios por la educación.** 2019. «Empresarios por la educación.» *Calidad y gestión educativa*. Último acceso: 2019. <http://www.empresariosporlaeducacion.org>.

**Azurdia, Patricia.** 2011. «Plan de desarrollo de infraestructura de las instituciones educativas.» Plan, Guatemala.

**Costa, Joan.** 2009. *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. 2a. edición. Buenos Aires: La Crujía.

**Costa, Joan.** 2007. *Diseñar para los ojos*. Barcelona: Costa Punto Com Editor.

- Latinobarómetro.** 2017. «Informe Latinobarómetro.» Último acceso: 2019. <http://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>.
- Design For Culture.** 2019. Design For Culture. <https://design-for-culture.com/manual-de-identidad-grafica/>.
- Espinoza, David.** 2015. *Desarrollo de un manual de identidad corporativa.* Bucaramanga.
- Costa, Joan.** 2001. *Identidad corporativa.* México: Trillas, SIGMA.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, Unesco.** 2019. «Derecho a la educación, principios fundamentales.» Último acceso: 2020. <https://es.unesco.org/themes/derecho-a-educacion/principios-fundamentales>.
- Conyden.** 2013. Último acceso: 2020. <https://conyden.wordpress.com/2013/04/10/bombardeo-visual/>.
- Martínez, María Elena.** 2011. «El Branding, la Sustentabilidad y el compromiso social del Diseño. .» Revista del Centro de Investigación (Universidad La Salle).
- Costa, Joan.** 2004. *La imagen de marca.* Barcelona : Paidós Iberica, S.A.
- Chaves, Norberto, y Raúl Beluccia.** 2011. *La marca corporativa.* Buenos Aires: Paidós, S.A.
- Hoyos, Ricardo.** 2016. *Branding, El arte de marcar corazones.* ECOE Ediciones.
- Chaves, Norberto.** 2005. *La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional.* 3ra edición. Barcelona : Editorial Gustavo Gili.
- Méndez, Claudia,** entrevista de Paula García Soria. 2019. Coordinadora de Libre Acceso a la Información, Relaciones públicas. (9 de Mayo).
- Morales, Marco.** 2017. *Guía Metodológica para Proyecto de Graduación de Diseño Gráfico.* Guatemala: Facultad de Arquitectura, USAC.
- Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM.** 2012. «Plan Educativo Nacional México.» <http://www.planeducativonacional.unam.mx>.
- Saborido, Dra. Sara.** 2017. «Educación para alcanzar bienestar.» *Diario Las Américas*, 17 de Abril.
- Distintas Latitudes.** 2011. «La educación en Guatemala: algunos datos para describir su situación.» Edgar Montúfar. <http://www.distintaslatitudes.net>.
- Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.** aprendizaje, Ambientes de. s.f. Higor Rodríguez. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/huejutla/n4/e1.html>.
- Hembree, Ryan.** 2010. El diseñador gráfico: *Entender el diseño gráfico y la comunicación visual.* Blume.

**Semprun, Naylee.** s.f. «Marketing en el sector público, una alternativa para los servicios provistos por el Estado.» CIES (Institución Universitaria Escolme) 10 (2): 2019.

**Hütt, Harold.** 2012. «Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión.» Reflexiones 91 (2).

s.f. «Técnicas de creatividad.» [http://www.innovationforum.com/tecnica/brain\\_e.htm](http://www.innovationforum.com/tecnica/brain_e.htm).

s.f. «Relaciones forzadas, palabras al azar.» [www.neuronilla.com](http://www.neuronilla.com).



# GLOSARIO

## **ABSTRACCIÓN**

Acción de abstraer o abstraerse. Hace referencia a la simplificación de todo lo percibido en la imagen.

## **BRIEF**

Es el documento que contiene las informaciones que serán utilizadas para poder llevar a cabo un proyecto de *marketing* y publicidad requerido por un cliente.

## **COGNITIVO**

Del conocimiento o relacionado con él. Se refiere a las capacidades. Las capacidades como la memoria, la atención, el lenguaje, la percepción, la solución de problemas o la inteligencia y la planificación.

## **ESTÉTICA**

Disciplina filosófica que estudia las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza. Hace referencia a si la creación genera una percepción agradable y coherente. Adecuada según a los valores que se quieren transmitir.

## **FIJACIÓN**

Idea, palabra o imagen que se impone en la mente de una persona de forma repetitiva y con independencia de la voluntad, de forma que no se puede reprimir o evitar con facilidad.

## **IMAGOTIPO**

Es una combinación de texto-símbolo. Dentro de las marcas combinadas está el imagotipo, que es la unión de un isotipo y de un logotipo o word-

mark, y en la que al menos el isotipo funciona perfectamente por separado.

## **INSIGHT**

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

## **ISOTIPO**

Es el símbolo característico de una marca. Por sí solo tiene total fuerza de identificación, sin necesidad de un nombre o texto. Es la esencia visual de la marca.

## **LECTURABILIDAD**

Comodidad con la que se lee el texto compuesto integrado al símbolo, tamaño del tipo, longitud de línea, interlineado, espacio entre caracteres.

## **LEGIBILIDAD**

Facilidad con la que se identifican los distintos caracteres y símbolos, como: contraformas, contrastes, remates, trazos. Puede ser percibido claramente.

## **MONOGRAMA**

Está dentro de la categoría de los logotipos o *wordmarks*. Se diferencia en que está compuesto por iniciales o letras sueltas que combinadas gráficamente forman un símbolo. Generalmente se utilizan en nombres largos que se acortan me-

diante el uso de las iniciales de cada palabra para recordarse mejor y para un uso más práctico.

### **NORMALIZACIÓN O NORMATIVA**

Unificación de criterios, normas o directrices técnicas.

### **REMOZAMIENTO**

Acción de remozar. Dar un aspecto nuevo o moderno a una cosa haciendo reformas en ella. Renovar, remodelar.

### **RETÍCULA**

Estructura bidimensional construida a base de líneas que permite establecer orden y crear composiciones que faciliten la lectura y el recorrido visual.

### **WORDMARK O LOGOTIPO**

Un logotipo o *wordmark* está compuesto sólo por texto y tipografía. Cualquier otro elemento gráfico del diseño solo tiene una función secundaria decorativa o de refuerzo.

# ANEXOS

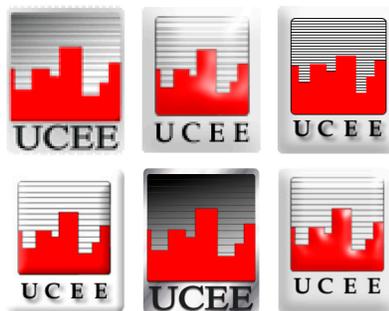
## ANEXO 1

ESTUDIO DIAGNÓSTICO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DE LA UCEE, MAYO 2019.

### Estudio diagnóstico

Estudio diagnóstico de la identidad gráfica de la **Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.**

#### Logotipo



Variaciones del logotipo

Se encontraron 6 variaciones en el logotipo, sin una línea gráfica coherente, sin una paleta de colores que transmita lo deseado por la institución. El rojo es muy caliente y se relaciona con fuego, violencia y guerra. También se relaciona con amor y pasión.

La síntesis gráfica es muy cargada de elementos y reduce su visibilidad. El isotipo no es representativo de la infraestructura educativa guatemalteca.

#### Redes Sociales y Página Web



QUIÉNES SOMOS

Página Web

## Continuación estudio diagnóstico

### Redes Sociales y Página Web



### Entrega oficial de Trabajos de Remozamiento de Escuelas 2018-2017



### Página Web



### Twitter

## Continuación estudio diagnóstico

### Redes Sociales y Página Web



### Facebook



### Facebook

En internet y redes sociales el logotipo predominante es el del Gobierno de Guatemala. Y los colores predominantes son el celeste y blanco. No mantienen una línea gráfica coherente con el logotipo propuesto.

## Continuación estudio diagnóstico

### Papelería



Etiquetas



Hoja membretada y folder

Aquí de nuevo vemos falta de coherencia en el uso de la identidad gráfica. En uno de los ejemplos aparece el logotipo del Gobierno de Guatemala, en otro, sólo el escudo de Guatemala y en las carpetas se coloca de nuevo el logotipo antes analizado de la UCEE.

## Continuación estudio diagnóstico

### Instalaciones físicas zona 10



En las instalaciones físicas también se comprueba una falta de coherencia de identidad gráfica ya que el logotipo se utiliza aislado, sin lineamientos gráficos definidos. La paleta de colores tampoco está presente. Hay un desorden cromático. El lugar no bien está señalado.

## ANEXO 2

### ENCUESTA EN LÍNEA

#### ENCUESTA DIAGNÓSTICO

Encuesta en línea para diagnosticar el reconocimiento de la **Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE**, de la población guatemalteca.

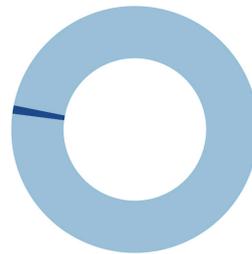
Mayo 2019.

**TOTAL DE PARTICIPANTES 102 PERSONAS**

1. ¿Es usted guatemalteco o guatemalteco?

SÍ

NO



2. ¿Reside en Guatemala?

SÍ

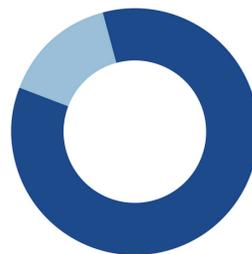
NO



3. ¿Conoce usted la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCCE, bajo la dependencia del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, MICIVI en Guatemala?

SÍ

NO

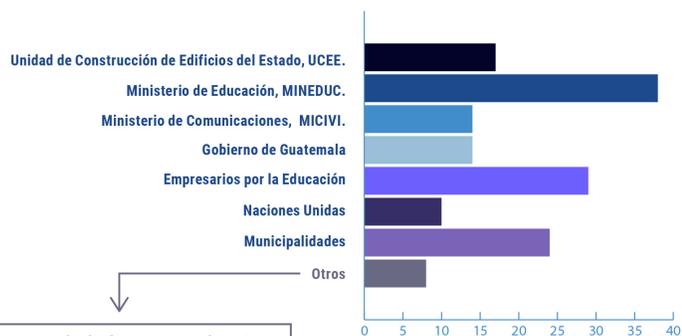


## Continuación encuesta diagnóstico

4. ¿Conoce usted los proyectos de remozamiento de los establecimientos educativos públicos que realiza la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE?



5. ¿A qué institución le daría crédito por la renovación de establecimientos educativos públicos?

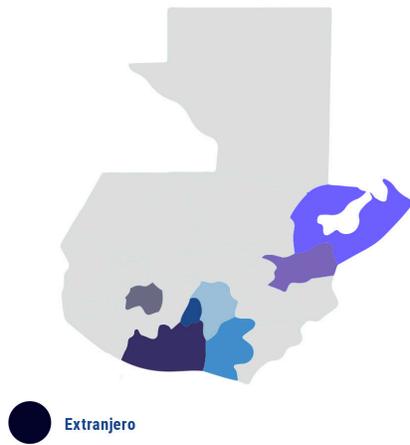
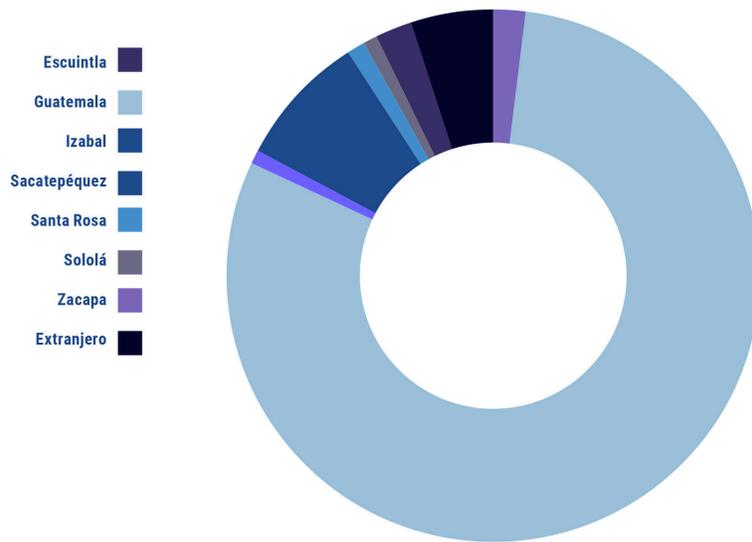


Respuestas desde el campo agregado en Otro:

- Instituciones caritativas.
- ONGs guatemaltecas e internacionales
- Iniciativa privada
- Clubes rotarios

## Continuación encuesta diagnóstico

6. ¿En qué departamento de Guatemala vive?



### **ANEXO 3**

#### TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA

*Transcripción de la entrevista a la Licda. Claudia Méndez, Coordinadora de Libre Acceso a la Información, Relaciones Públicas.  
Entrevista realizada el 9 de mayo de 2019*

#### **¿Cuál es su nombre y su cargo?**

Claudia Méndez. Relaciones Públicas y Coordinadora de Libre Acceso a Información.

#### **Descríbame brevemente su función en esta Unidad.**

Apoyar en dar publicidad a las actividades de la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE, publicando fotografías y escribiendo notas relacionadas con las inauguraciones de obras, proyectos y otras actividades que promuevan la buena imagen de la Institución a través de los medios escritos. Apoyar en promocionar a la institución para ver los alcances de su intervención. Apoyar en inauguraciones de las obras juntamente con las autoridades beneficiarias del proyecto.

#### **Descríbame brevemente cuáles son las funciones y objetivos de la UCEE.**

Su función es trabajar conjuntamente con las instituciones estatales que intervengan en la elaboración, formulación, negociación, ejecución, evaluación y control de proyectos educativos con el propósito de alcanzar los objetivos de su política educativa.

El objetivo es satisfacer las necesidades a nivel nacional de la infraestructura educativa que el Ministerio de Educación considere necesarias en sus programas para el nivel preprimario, primario y medio y aquellos que se elaboren por convenios especiales en cualquier otro nivel, como en el ámbito de salud.

#### **¿A qué se dedica la Unidad?**

A efectuar el diseño, construcción y mantenimiento básico de edificios educativos principalmente.

#### **¿Qué proyectos realizan?**

Remozamientos, ampliaciones, construcciones y reparaciones de edificios del estado.

**¿De qué entidades dependen?**

Dependemos directamente del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, Micivi, somos una unidad co-ejecutora.

**¿Cuál es el motivo que los incentivó a pedir un rediseño de la imagen visual institucional?**

Carecemos de una, es una necesidad.

**¿Qué es lo que pretende conseguir con la identidad gráfica?**

Llegar a todos los ciudadanos que desconocen las funciones de UCEE, ya que en gran mayoría, asumen que los proyectos educativos los realiza el Ministerio de Educación, tienen un poco de confusión con nuestra Unidad.

**¿Cuál es su grupo objetivo, a quiénes les presentan resultados, quiénes tienen contacto con sus publicaciones?**

Las publicaciones sobre nuestras intervenciones y aportaciones son únicamente publicadas en redes sociales y se presentan ante La Dirección de Comunicación Social del Despacho Superior del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, Micivi.

**¿Qué valores quieren transmitir, que emociones quieren proyectar con el nuevo diseño y a quiénes?**

El valor de hacer un cambio en la niñez del país, ya que al final, son ellos los beneficiados con cada proyecto escolar, así mismo a todo aquel individuo guatemalteco que necesita un espacio digno en el tema de salud. Actualmente estamos remozando centros de salud. Queremos proyectar los valores corporativos, la personalidad de la institución, la promesa, las características que la definen, cómo vemos y entendemos esta institución.

**¿En qué color piensa cuando le hablan de la UCEE?**

Azul y celeste.

**¿Cuáles son las piezas habituales de comunicación (impresas y digitales) que utilizan?**

Principalmente, sólo digital, en redes sociales y la página web. Además, necesitaríamos: tarjetas de presentación, carpetas, sobres, cabeceras, papel de carta, y las presentaciones en PowerPoint, reportes, entre otros.

**¿Qué políticas de comunicación tienen?**

Lineamientos de parte del Estado o el Ministerio de Educación en cuanto a procesos de comunicación: publicaciones, reportes, material impreso y otros.

**Resumen de la historia de la institución y de los antecedentes de diseño visual:**

La Unidad de Construcción de Edificios del Estado -UCEE-, fue creada por medio del Acuerdo Gubernativo No. 20-83 de fecha 20 de enero de 1983, como dependencia del Ministerio de Comunicaciones, producto de la unificación de las unidades ejecutoras: COCACE, CEEP Y PEMEN. Posteriormente, mediante el Acuerdo Gubernativo No. 80-97, del 29 de enero de 1987, dicha dependencia es transformada en la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE, asignándole además de la responsabilidad de la construcción de la infraestructura educativa, la de otras obras relativas a la asistencia social, seguridad interna, desarrollo urbano, cultura y otras actividades sectoriales que le corresponde atender al Ministerio de Comunicaciones Infraestructura y Vivienda, Micivi.

**ANEXO 4****CUADRO DE RESULTADOS**

<b>Cuadro de resultados</b>		
Información obtenida de la <b>Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.</b>		
<b>2016</b>		
NO SE REALIZARON ASIGNACIONES DE PROYECTOS		
<b>PROYECTOS EJECUTADOS ENTRE 2017 Y 2018</b>		
<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>ESTABLECIMIENTOS INTERVENIDOS</b>	<b>BENEFICIARIOS</b>
ALTA VERAPAZ	19	2,794
BAJA VERAPAZ	11	1,550
CHIMALTENANGO	13	4,515
CHIQUIMULA	15	4,003
HUEHUETENANGO	21	3,298
IZABAL	7	1,442
JALAPA	19	4,554
PETÉN	15	2,363
QUICHÉ	23	4,528
SAN MARCOS	20	3,557
SOLOLÁ	2	973
SUCHITEPEQUEZ	3	990
<b>PROYECTOS EJECUTADOS ENTRE 2018 Y 2019</b>		
REGIÓN CENTRAL	1	554
<b>TOTAL</b>	<b>169</b>	<b>81,589,970</b>

## ANEXO 5

### INSTRUMENTOS DE VALIDACIÓN

#### INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN 1 AUTOEVALUACIÓN

No. de propuesta	Congruencia	Fijación	Legibilidad	Lecturabilidad	Composición	Abstracción	Estética	TOTAL
	5	5	5	5	5	5	5	35
1	3	3	3	3	4	3	4	23
2	5	4	5	5	5	4	5	33
3	5	5	5	5	4	4	3	31



#### INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN 2 COEVALUACIÓN CON PROFESIONALES FORMATO DIGITAL



### Desarrollo de Identidad para la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, -UCEE-.

La siguiente encuesta es realizada a profesionales del diseño y comunicación para la coevaluación sobre aspectos de diseño y congruencia al concepto creativo en el desarrollo de la identidad y normalización gráfica para la UCEE. La información obtenida es con fines académicos.

**\*Obligatorio**

Nombre \*

Tu respuesta

Profesión/ Especialidad \*

Tu respuesta

Siguiente

Página 1 de 2

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Continuación encuesta validación 2, coevaluación con profesionales.



## Desarrollo de Identidad para la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, -UCEE-.

\*Obligatorio

### Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.

La Unidad de Construcción de Edificios del Estado es una dependencia del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda de Guatemala, creada desde 1987, con la responsabilidad de la construcción de la infraestructura educativa, también la de otras obras relativas a: la asistencia social, la seguridad interna, el desarrollo urbano, cultura y otras. La entidad trabaja principalmente proyectos de renovación de establecimientos educativos (remozamiento de escuelas públicas) y en menor porcentaje en proyectos de otros sectores.

Proyecto de ampliación realizado por la UCEE. El Jícara, Boca del Monte, Villa Canales.



### Diseño de identidad

El concepto creativo propuesto es "Líder en construcción, impulso para Guatemala". Líder es aquel que encabeza y dirige, capaz de influenciar y motivar con entusiasmo y solidez, por el bien común, en este caso por el bien de Guatemala.

### Logotipo

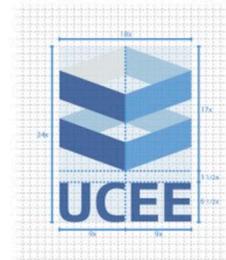
La composición del logotipo hace hincapié en la solidez, la simetría, el liderazgo y la espacialidad. Se refleja tanto en la perspectiva como en la geometría de cada elemento, mediante el uso de una retícula base con líneas que convergen en un ángulo de 70 grados. Tiene un diseño limpio e industrial.

Continuación encuesta validación 2, coevaluación con profesionales.

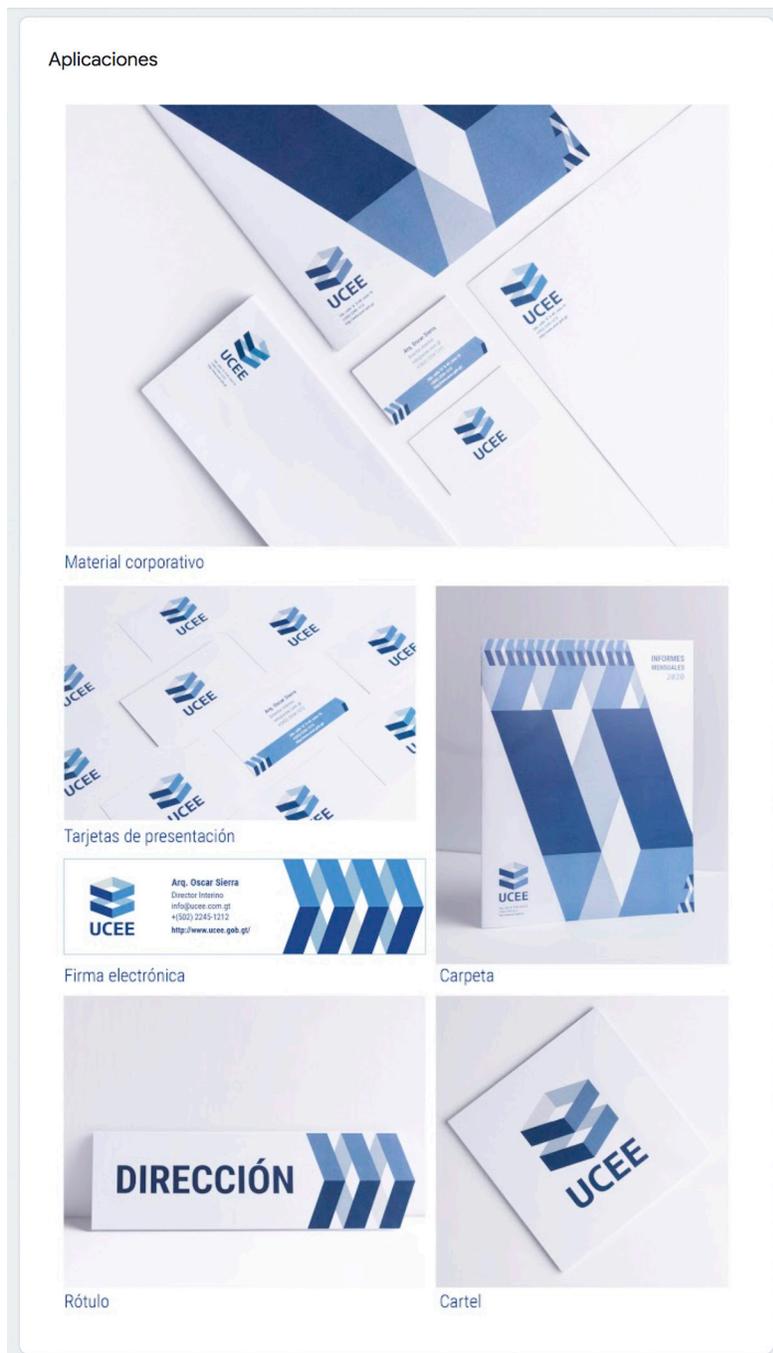
Logotipo



Composición



Continuación encuesta validación 2, coevaluación con profesionales.



Continuación encuesta  
validación 2, coevaluación con  
profesionales.

El nivel de calidad en la construcción de los códigos visuales y su composición es: \*

- Alto
- Medio
- Bajo

La iconografía hace referencia al concepto, es congruente y adecuada: \*

- |      |                       |                       |                       |                       |                       |          |
|------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------|
|      | 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     |          |
| Poco | <input type="radio"/> | Bastante |

La selección tipográfica en relación al contexto y concepto del proyecto es: \*

- Adecuada
- Inadecuada
- Debe mejorar

Considera que la tipografía cumple con criterios de: \*

- Legibilidad
- Lecturabilidad
- Ambos
- Ninguno

Considera que la gama cromática elegida en relación al contexto del proyecto es: \*

- Adecuada
- Inadecuada
- Debe mejorar

Continuación encuesta  
validación 2, coevaluación con  
profesionales.

¿Le parece atractiva la propuesta?, ¿la creación genera una percepción agradable y coherente? \*

1 2 3 4 5

Poco      Bastante

¿Considera que la imagen tiene potencial para posicionarse en la mente? \*

1 2 3 4 5

Poco      Bastante

Comentarios

Tu respuesta

[Atrás](#) [Enviar](#)  Página 2 de 2

# INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN 3

## GRUPO OBJETIVO

### AUDIENCIA EXTERNA

SECCIÓN A  
Hojas impresas con las propuestas gráficas, para realizar la evaluación.



FACULTAD DE ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

1

SECCIÓN A  
VALIDACIÓN 3  
CON GRUPO OBJETIVO  
Proyecto de graduación



Desarrollo de Identidad para la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, -UCEE-.

Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.

La Unidad de Construcción de Edificios del Estado es una dependencia del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda de Guatemala, creada desde 1987, con la responsabilidad de la construcción de la infraestructura educativa, también la de otras obras relativas a: la asistencia social, la seguridad interna, el desarrollo urbano, cultura y otras. La entidad trabaja principalmente proyectos de renovación de establecimientos educativos (remozamiento de escuelas públicas) y en menor porcentaje en proyectos de otros sectores.

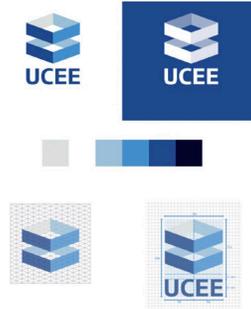
Proyecto de ampliación realizado por la UCEE. El Jicaro, Boca del Monte, Villa Canales.



Logotipo



Composición



Aplicaciones



Material corporativo



Tarjetas de presentación

Firma electrónica



Rótulo

Cartel

## Encuesta impresa para la audiencia externa.



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
2020

### VALIDACIÓN 3 CON GRUPO OBJETIVO Proyecto de graduación

"Diseño de Identidad Gráfica para  
la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, -UCEE-"

La presente encuesta es parte de una investigación para conocer la opinión del público sobre el desarrollo de la identidad para la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.

La información obtenida con esta encuesta se utilizará con fines académicos como parte del Proyecto de la Licenciatura en Diseño Gráfico. **No debe escribir su nombre en ninguna parte de esta boleta. Por favor responda con la mayor veracidad posible. Observe detenidamente cada uno de los materiales que se presentan en la SECCIÓN A y escriba con una "(X)" sobre la respuesta de cada inciso de esta hoja que mejor exprese su opinión.**

1. ¿Conoce a la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, UCEE.?

( ) Sí ( ) No

2. ¿Le resulta atractivo el logotipo?

( ) Mucho ( ) Bastante ( ) Poco ( ) Nada

3. ¿Qué representa el logotipo para usted?

( ) Construcción ( ) Solidez ( ) Industria ( ) Cimientos

4. ¿Qué le transmite el color?

( ) Guatemala ( ) Salud ( ) Calma ( ) Orden

5. Considera que el tipo de letra utilizada es:

( ) Legible ( ) Poco legible

6. ¿Le parece adecuada la aplicación de la imagen en la papelería y materiales gráficos?

( ) Mucho ( ) Bastante ( ) Poco ( ) Nada

7. Considera que la imagen es:

( ) Moderna ( ) Innovadora ( ) Poco llamativa

Comentarios:

---



---



---

# INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN 3 GRUPO OBJETIVO AUDIENCIA INTERNA



FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico  
2020

1. ¿Considera que la jerarquía de composición del manual de identidad gráfica es?

Excelente     Buena     Debe mejorar

2. ¿Le resulta atractiva la portada?

Mucho     Bastante     Poco     Nada

3. ¿Puede mantener un recorrido visual en la diagramación?

Sí     No     Debe mejorar

4. ¿Considera que el formato es adecuado para un manual de identidad gráfica?

Mucho     Bastante     Poco     Nada

5. ¿Le parece que existe coherencia y cohesión textual en el contenido?

Adecuada     Inadecuada     Debe mejorar

Comentarios:

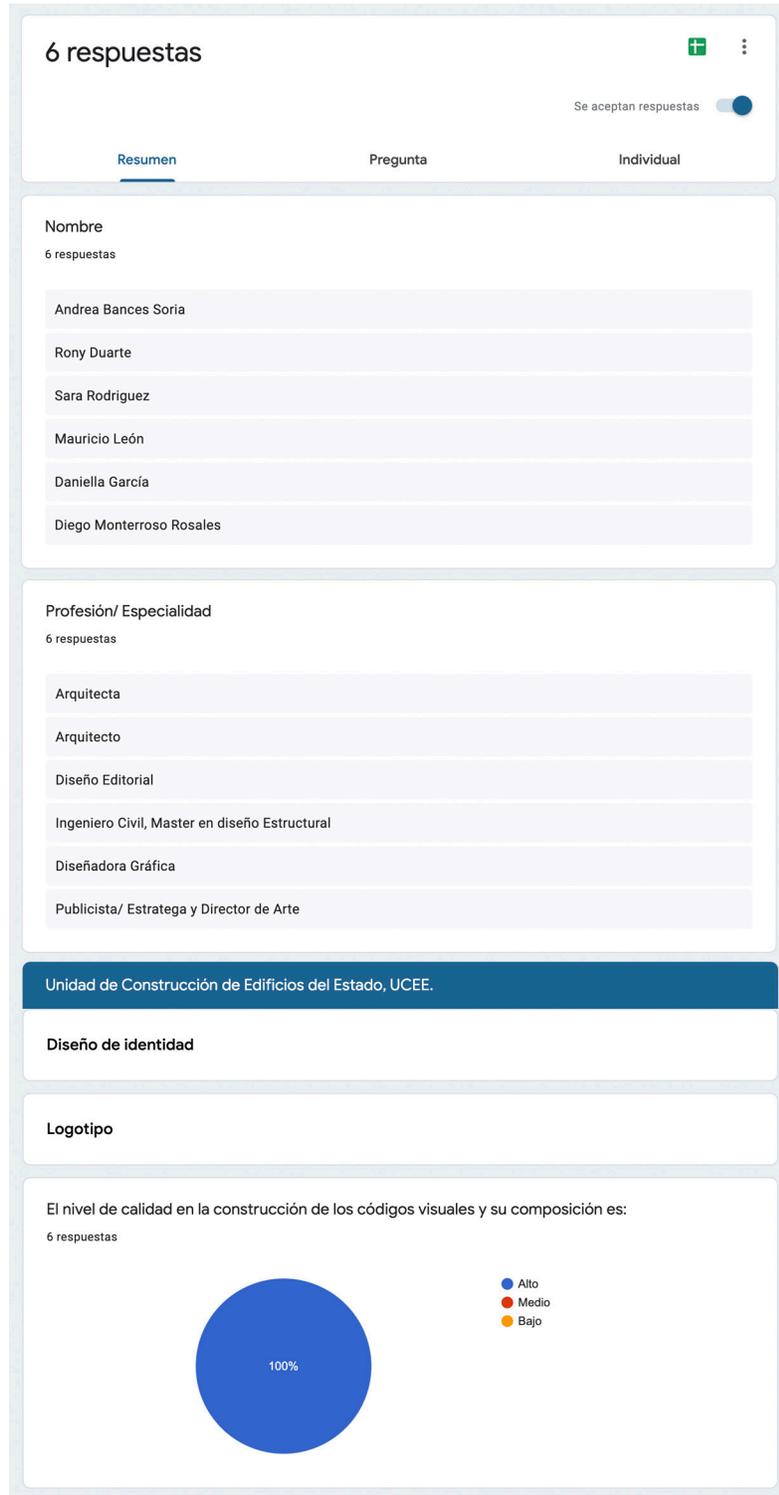
---

---

---

## ANEXO 6

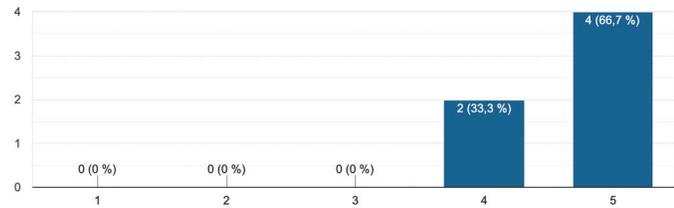
### RESULTADOS DE COEVALUACIÓN



Continuación de resultados obtenidos de la coevaluación con profesionales.

La iconografía hace referencia al concepto, es congruente y adecuada:

6 respuestas



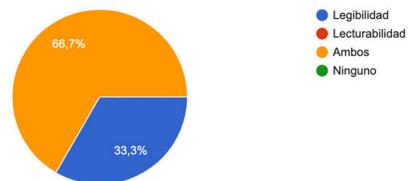
La selección tipográfica en relación al contexto y concepto del proyecto es:

6 respuestas



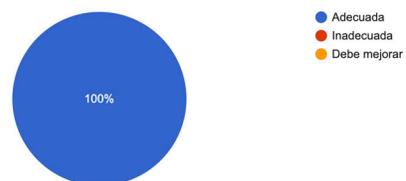
Considera que la tipografía cumple con criterios de:

6 respuestas

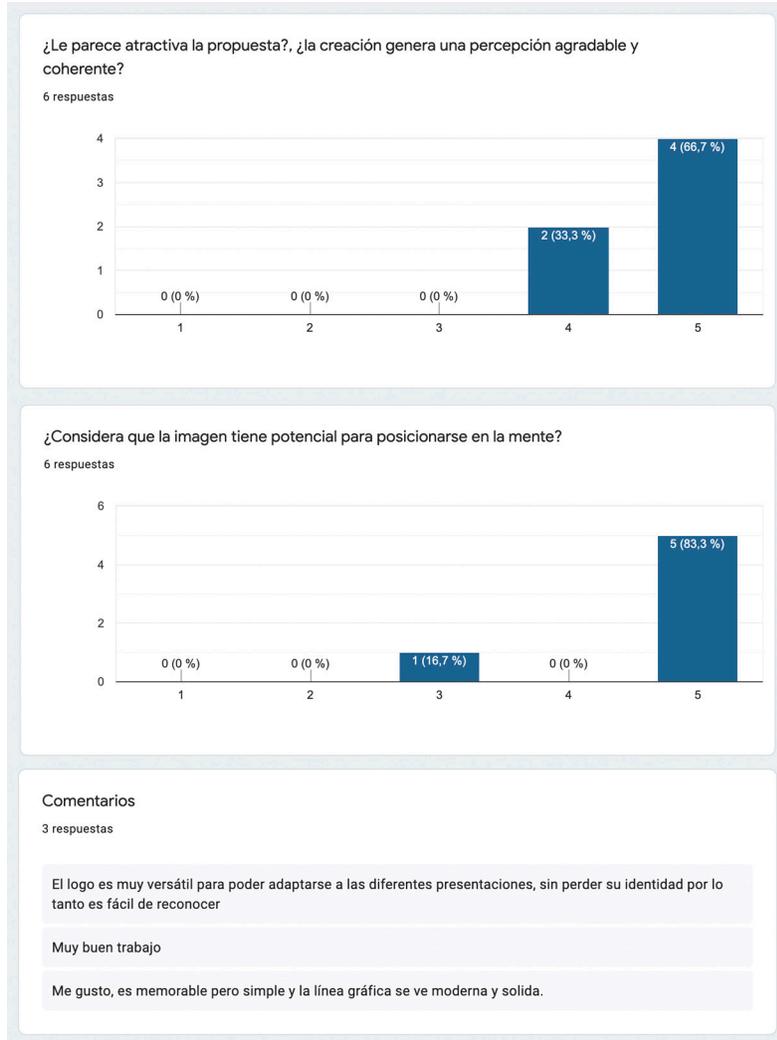


Considera que la gama cromática elegida en relación al contexto del proyecto es:

6 respuestas

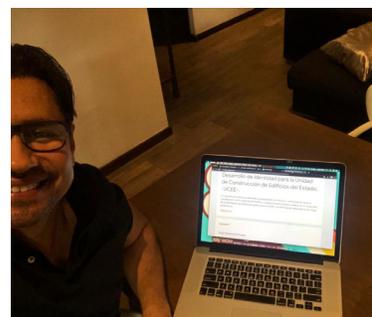
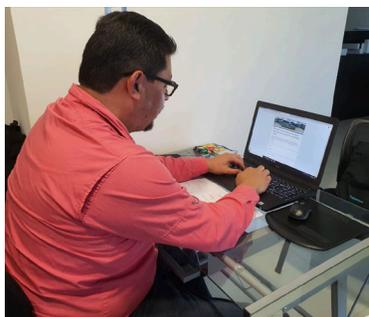
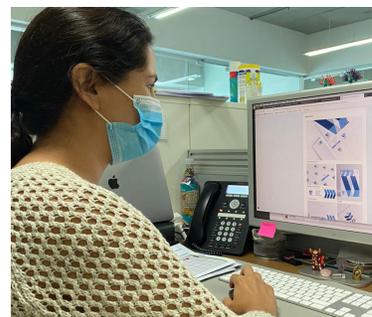
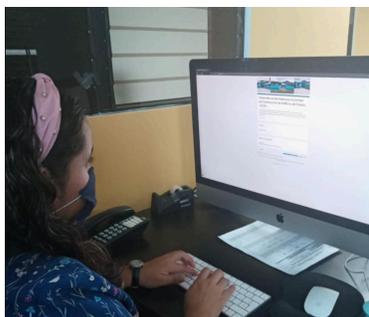


Continuación de resultados obtenidos de la coevaluación con profesionales.



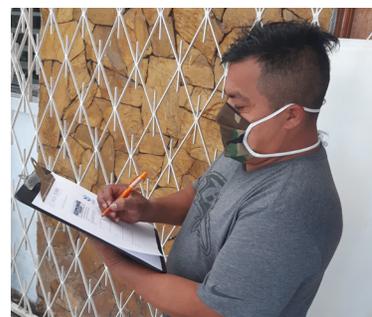
## EVIDENCIA DE VALIDACIONES

### VALIDACIÓN 2



### VALIDACIÓN 3

#### AUDIENCIA EXTERNA



#### AUDIENCIA INTERNA



*Virsa Valenzuela Morales – Licenciada en Letras  
33 avenida "A" 10-79 zona 7 Tikal 2 – Teléfono 5982-4483*

Nueva Guatemala de la Asunción, 9 de diciembre de 2020

MSc. Arquitecto  
Edgar Armando López Pazos  
Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación ***Diseño de Identidad Gráfica para la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, -UCEE-***, de la estudiante **Paula Johanna Garcia Soria de la Facultad de Arquitectura**, carné universitario **200410558**, previamente a conferírsele el título de Diseñadora Gráfica en el grado académico de Licenciada.

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 técnica y científica requerida.

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



Licenciada Virsa Valenzuela Morales  
6,237

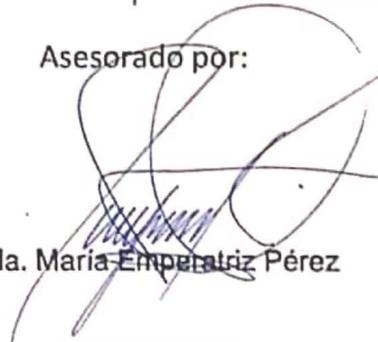
**Virsa Valenzuela Morales**  
**Licenciada en Letras**  
**Colegiada N.º. 6237**

**“Diseño de Identidad Gráfica para  
la Unidad de Construcción de Edificios del Estado, -UCEE-”.**  
Proyecto de Graduación desarrollado por:

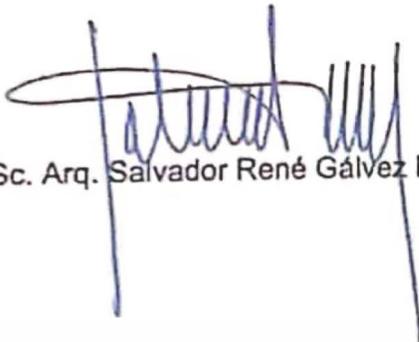


Paula Johanna García Soria

Asesorado por:



Licda. Maria Emperatriz Pérez



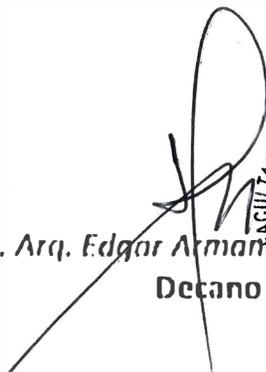
MSc. Arq. Salvador René Gálvez Mora



Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas

Imprimase:

**“ID Y ENSEÑAD A TODOS”**



MSc. Arq. Edgar Armijo López  
Decano





