



# MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE VIDA ESTUDIANTIL DE LA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Proyecto de Graduación desarrollado por:  
**ANNA MARTHA ELENA LINARES PAZ**  
Al conféisele el título de **Licenciada en Diseño Gráfico**

“La autora es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala”.

Guatemala, febrero de 2020.



## JUNTA DIRECTIVA

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

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón

Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos

Licda. María B. Gutiérrez  
Asesora gráfica

MSc. Carlos Enrique Franco Roldan  
Asesor Metodológico

Licda. Karla Mariela García de Jiménez  
Tercer Asesor

# AGRADECIMIENTOS

## A DIOS

Por los dones y virtudes que me ha regalado a lo largo de la carrera; por darme la oportunidad de concluir esta etapa, a Él toda la honra de este trabajo. Y a la Virgencita por ser mi luz y mi guía en este largo caminar.

## A MI FAMILIA

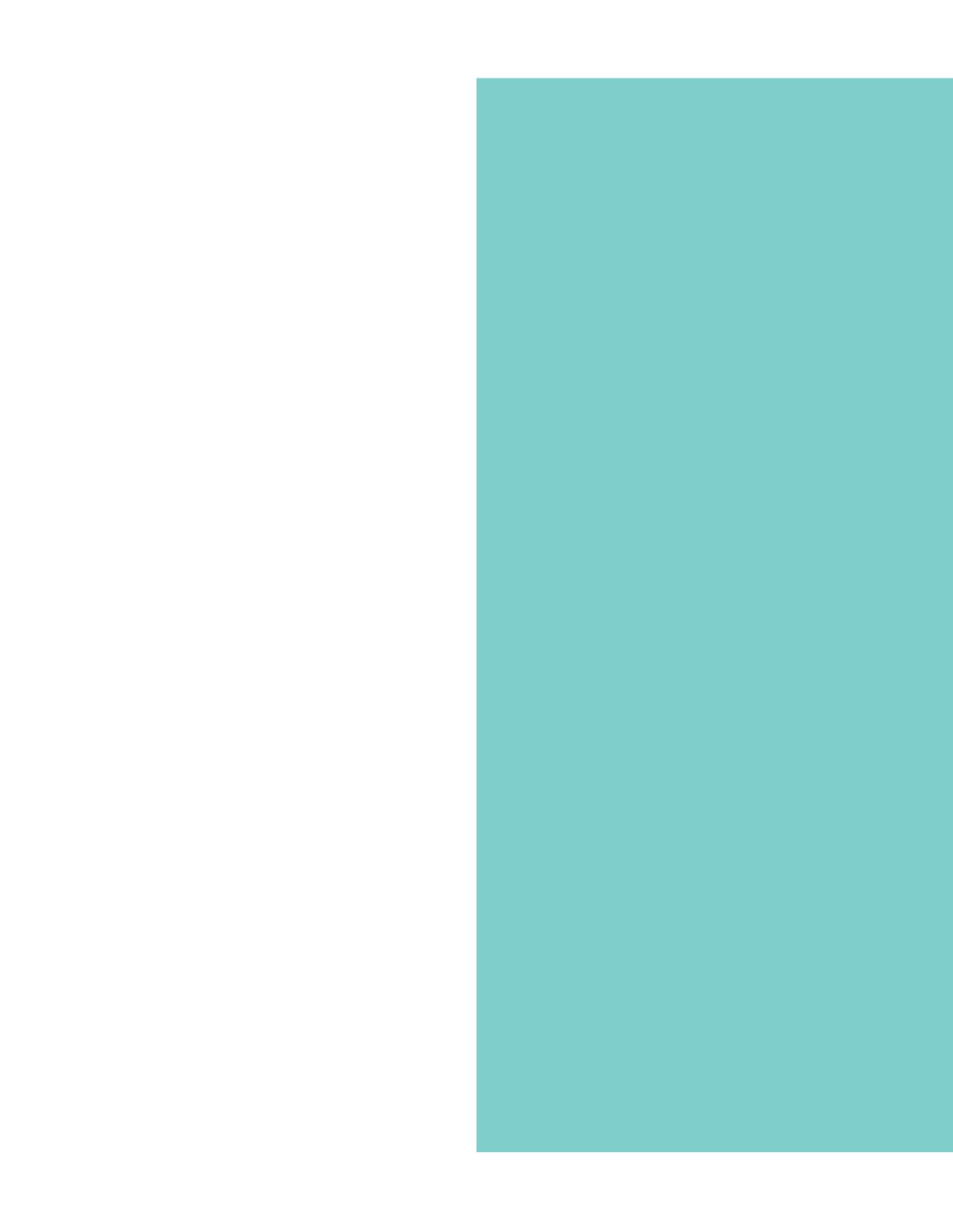
Por el apoyo incondicional que me brindaron durante cada etapa de mi vida, en especial a mis padres por la oportunidad de estudio, principalmente a ese ángel que desde el cielo sigue siendo mi inspiración de lucha y esfuerzo.

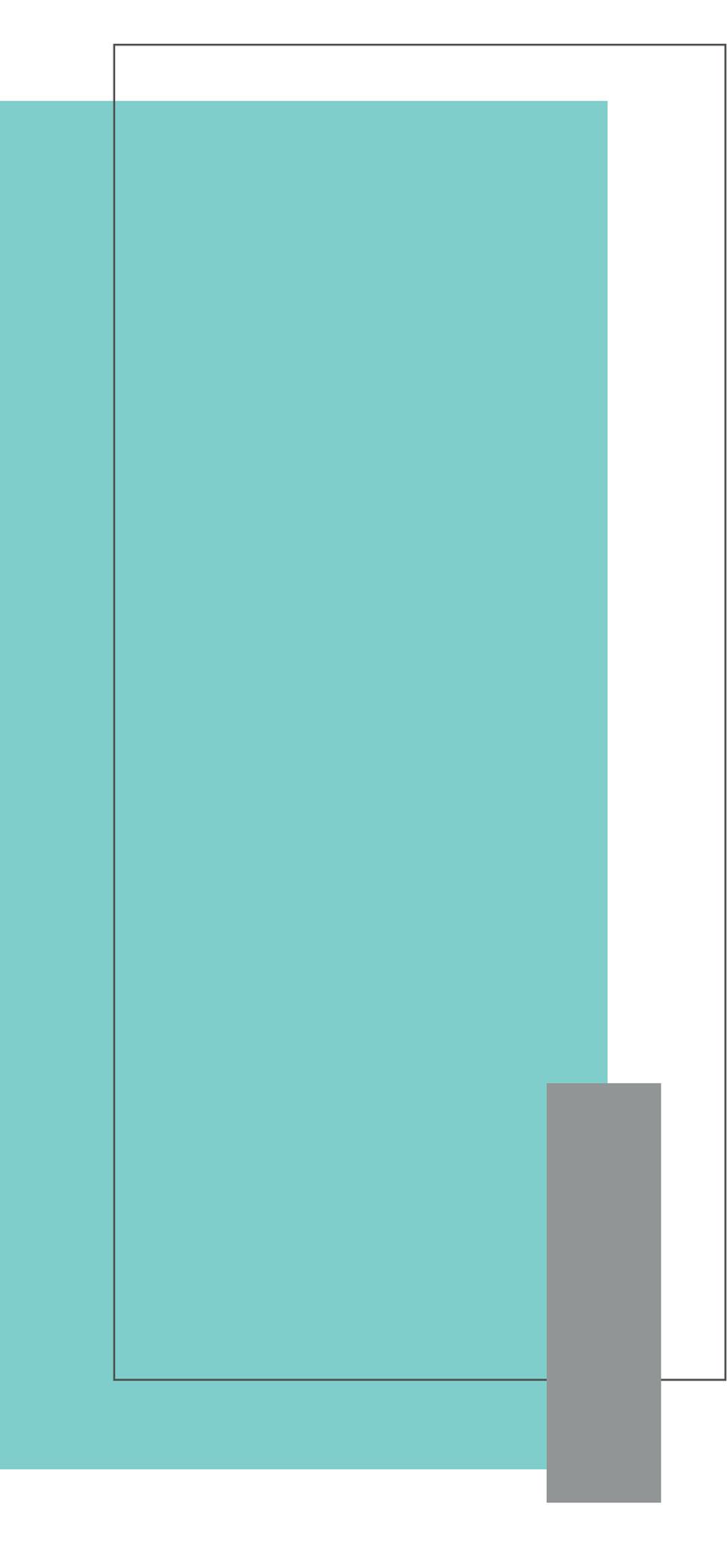
## A MI NOVIO

Por su apoyo en todo momento, por creer en mí, por ser esa persona incondicional quien ha sido mi motivación para seguir siempre adelante, por todo su amor demostrado durante este tiempo. Juntos a conquistar el mundo.

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>	
1.1	Introducción	02
1.2	Antecedentes	03
1.3	Problema	04
1.4	Justificación	05
1.5	Objetivos	07
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>PERFILES</b>	
2.1	Perfil de la institución	10
2.2	Perfil del grupo objetivo	12
<b>CAPÍTULO 3</b>	<b>PLANEACIÓN OPERATIVA</b>	
3.1	Flujograma	16
3.2	Cronograma	17
3.3	Previsión de recursos y costos	18
<b>CAPÍTULO 4</b>	<b>MARCO TEÓRICO</b>	
4.1	Marco Teórico	22
<b>CAPÍTULO 5</b>	<b>DEFINICIÓN CREATIVA</b>	
5.1	Brief de Diseño	32
5.2	Recopilación de Referencias	34
5.3	Estrategias de Diseño	36
5.4	Técnicas de Concepto Creativo	42
5.5	Concepto Creativo e Insight	45
<b>CAPÍTULO 6</b>	<b>PRODUCCIÓN GRÁFICA</b>	
6.1	Bocetaje	48
6.2	Proceso de Validación	66
6.3	Códigos Visuales	69
6.4	Presupuesto	72
6.5	Puesta en Práctica	74
<b>CAPÍTULO 7</b>	<b>SÍNTESIS DEL PROCESO</b>	
7.1	Lecciones Aprendidas	78
7.2	Conclusiones	79
7.3	Recomendaciones	80
7.4	Bibliografía	81
7.5	Índice de Imágenes	82
7.6	Anexos	84



A large teal shape on the left side of the page, consisting of a vertical bar and a horizontal bar at the bottom. A thin black line outlines a rectangular area within the teal shape. A grey vertical bar is positioned at the bottom right of the teal shape, overlapping the horizontal bar.

**INTRODUCCIÓN**

**01**  
**CAPÍTULO**

# 1.1 INTRODUCCIÓN

La Universidad de San Carlos de Guatemala, siendo históricamente la universidad más antigua, grande en cuanto a su extensión y atención de estudiantes dentro del país, tomando en consideración que es la única universidad estatal de Guatemala, ha tenido diferentes roles en la coyuntura nacional a lo largo de la historia, actualmente es la mayor formadora de profesionales académicos en distintas áreas intelectuales.

Es de resaltar que el 86% de la población total de esta casa de estudios, está representada por estudiantes universitarios, los mismos están distribuidos en las distintas carreras a nivel profesional, que esta casa de estudios ofrece. Sus estudiantes poseen una media de edad comprendida entre los 18 a 27 años de edad, y el 14% restante de la población es representada por personal docente y administrativo.

Conscientes que las necesidades de la población de la ciudad universitaria van más allá de simplemente los roles académicos preestablecidos (enseñanza-aprendizaje-administrativos). La Universidad de San Carlos de Guatemala en septiembre de 1,948 establece la creación de la dependencia denominada Bienestar Estudiantil Universitario que comprenda un departamento de servicio social, especializado en diferentes programas y servicios asistenciales. Para el año 1999 se crea la Dirección General de Docencia –DIGED-, integrándola a la estructura organizacional de la División de Bienestar Estudiantil Universitario.

La División de Bienestar Estudiantil Universitario, fue creada para atender las distintas necesidades de los estudiantes, personal docente y personal académico que realizan sus actividades dentro de la Universidad, sin hacer distinción de edad, sexo, religión, nivel socioeconómico, teniendo en consideración el rol que como futuros profesionales serán de beneficio para el desarrollo integral como sociedad de Guatemala.

Con un crecimiento en la población universitaria aproximadamente de un 5.44% anual, la División de Bienestar desea prestar una atención personalizada, integralmente completa a los estudiantes, al personal administrativo y docente. Por ello y en respuesta a la alta demanda se desea crear la Dirección General de Vida Estudiantil –DIGEVE-, apoyada con personal profesional altamente capacitado en las distintas áreas que conforman la misma.

## 1.2 ANTECEDENTES

PIVS, Área de Promoción e Información en Estilos de Vida Saludable, ubicado en el Edificio de Bienestar Estudiantil de la Universidad San Carlos de Guatemala, promueve estilos de vida saludable y el bienestar en la comunidad universitaria, a través de la comunicación e información para la prevención de conductas de riesgo en las temáticas de sexualidad responsable, adicciones, nutrición, actividad física, entre otros.

Y así mismo tiende a sensibilizar a la comunidad universitaria sobre crear un estilo de vida diferente y empoderarlos de la información para tomar acciones en pro de su salud, a través de las distintas áreas de apoyo médico que nos ofrece la Unidad de Salud y el área del PIVS, dentro del campus.

Es por ello que el PIVS, Área de Promoción e Información en Estilos de Vida Saludable, ha solicitado la realización de un Manual de Identidad Gráfica, para la nueva imagen de la Dirección General de Vida Estudiantil de la Universidad San Carlos de Guatemala, Campus Central.



Figura 1.



Figura 2.

## 1.3 PROBLEMA

El PIVS, Área de Promoción e Información en Estilos de Vida Saludable, desde el año 2011, funge como la entidad que promueve y otorga beneficios de servicios educativos a los estudiantes universitarios y personal administrativo y docente del campus central, de la Universidad San Carlos de Guatemala. Durante este periodo de tiempo diferentes instituciones a nivel internacional han mostrado su apoyo e impulsado diferentes proyectos para el desarrollo y atención de la población universitaria.

Con el crecimiento anual de la población estudiantil, la implementación de nuevos programas de bienestar, buscando un beneficio real y acorde a las necesidades de la población, las autoridades del PIVS junto a las autoridades universitarias ven la necesidad de transformar la División de Bienestar Estudiantil, en Dirección General de Vida Estudiantil, con ello atender a la demanda actual y futura, a la población universitaria.

Todo este proceso conlleva la necesidad de crear y proponer la nueva imagen institucional de la Dirección, plasma en un manual de usos correctos de la nueva imagen.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

La realización del proyecto en su fase de anteproyecto, es necesario para otorgar una respuesta formal, concreta y apegada a la realidad a una problemática planteada por la población, de la misma manera es importante ya que atiende a un sector de población altamente vulnerable y otorga desde el apoyo de los cursos hasta el general un cambio social. La veracidad del proyecto puede verse reflejada en el interés que las autoridades de la División de Bienestar y las diferentes áreas que conforman la misma que han demostrado al otorgar un espacio para la realización de un cambio a la División de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

### 1.4.1 Magnitud

A nivel gráfico con la realización de un manual de identidad gráfica para la creación de la Dirección General de Vida Estudiantil, es diseñar una imagen institucional que sea trascendente y acorde a las necesidades futuras de la dirección de la Universidad de San Carlos de Guatemala, campus central. A nivel comunicativo, se desea diseñar una imagen sólida que identifique y acerque a la dirección con los estudiantes y área administrativo y docentes. Y a nivel macro, se propone crear una base que pueda ser replicada en otras unidades o direcciones, de la universidad que deseen renovarse.

### 1.4.2 Trascendencia

La División de Bienestar Estudiantil, la cual será trasladada a Dirección General de Vida Estudiantil, por medio del PIVS, Área de Promoción e Información en Estilos de Vida Saludable, con el objetivo de promover la participación de la población estudiantil y el personal de la Universidad San Carlos de Guatemala, estableciendo a estas (PIVS) como herramienta en el análisis, priorización y resolución de los problemas para promover la vida saludable para los mismo, a través de su nueva imagen gráfica.

La idea principal es lograr que tanto el personal de la División, como el estudiante del centro universitario se identifiquen con la nueva imagen de la ahora llamada Dirección General de Vida Estudiantil, y que ellos tengan confianza de acercarse a la misma.

La División de Bienestar Estudiantil cuenta con 5 distintas áreas, las cuales están altamente calificadas para ayudar en cada una de ellas a la población estudiantil, por lo cual se desea realizar este cambio de imagen que sea atractiva y confiable para la población universitaria.

### 1.4.3 Vulnerabilidad

Se desea, crear un Manual de Identidad Gráfica para la Dirección General de Vida Estudiantil, ya que la División de Bienestar Estudiantil, cuenta con lo necesario para poder crecer de tal manera, como idea principal está la creación de una imagen institucional propia de la misma.

De no ser así se verá la carencia de identidad por parte de la dirección, y de esa misma manera no podrá ser reconocida por los estudiantes y trabajadores de la universidad, no se tendrá el impacto que se necesita para los mismo y crear en ellos curiosidad para conocer, y ser parte de este cambio que se desea realizar.

Siendo conscientes, que este proyecto es necesario para crear la nueva imagen gráfica, para poder tener identificación propia, y lograr hacer un cambio positivo visual para la comunidad estudiantil.

### 1.4.4 Factibilidad

La institución PIVS, encargada de Promoción e Información en Estilos de Vida Saludable, está dispuesta en un alto porcentaje en el apoyo a la creación de la Dirección General de Vida Estudiantil, ya que desean crecer como unidad, así mismo se cuenta con el apoyo de ONG dispuestas a apoyar el proyecto para que sea realizado.

Se cuenta con el material necesario para investigación, la sede aporta toda la información requerida para el proyecto, al igual que se cuenta con el apoyo, de una comunicadora social, la cual está a disposición de ayudar y asesorar la creación del proyecto, se cuenta con personal capacitado en cada área para el apoyo de información y con lo necesario para que el proyecto se lleve a cabo.

Por ser una dependencia de la universidad, tiene destinado un porcentaje de presupuesto anual, además se han establecido vínculos con instituciones internacional, que dan su apoyo económico a la realización de la Dirección General de Vida Estudiantil.

# 1.5 OBJETIVOS

## 1.5.1 Generales

Proponer un Manual de Identidad Gráfica, sobre los usos, normas y la imagen institucional de la nueva Dirección General de Vida Estudiantil, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

## 1.5.1 Específicos

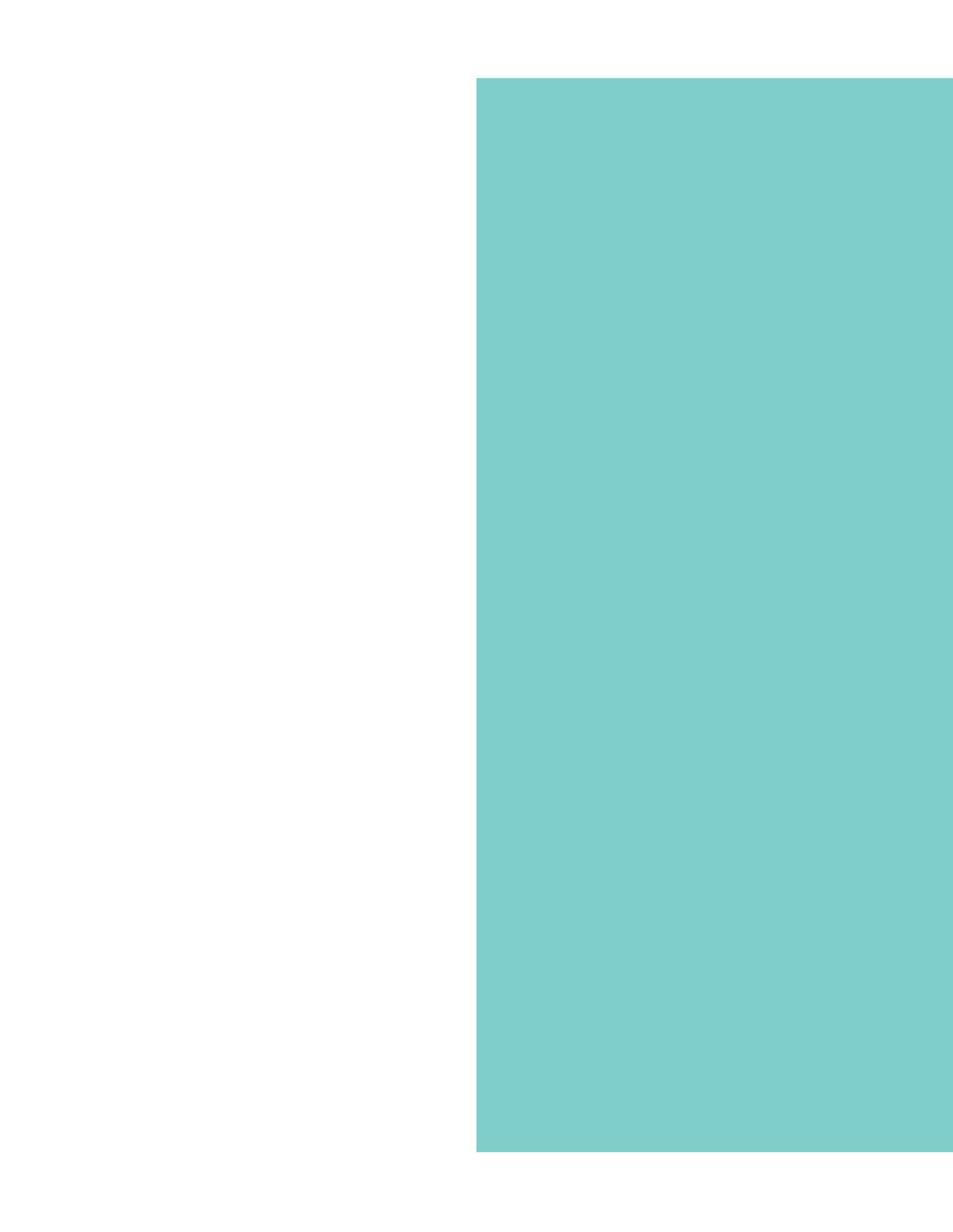
### 1.5.1.1 Objetivos Específicos de Diseño

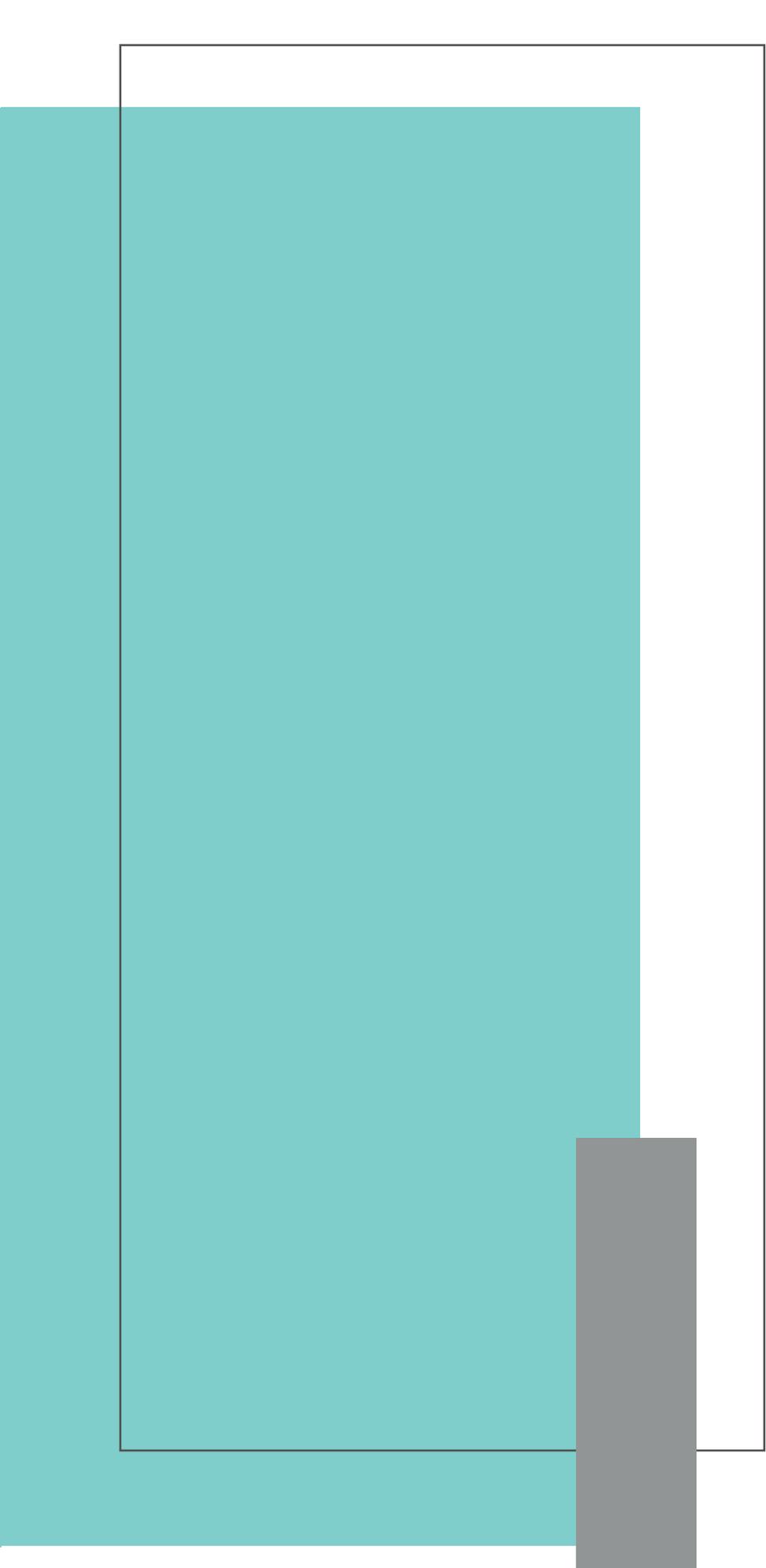
Establecer la línea gráfica de la identidad visual de la Dirección General de Vida Estudiantil, creando piezas gráficas, tales como, Isotipo y logotipo, tipografía corporativa, cromatología corporativa, papelería, banners, entre otras piezas de diseño.

### 1.5.1.2 Objetivos Específicos de Comunicación

Analizar las áreas que unifican la nueva Dirección General de Vida Estudiantil, otorgándoles características propias y poder realizar una imagen representativa.

Desarrollar en el personal administrativo de la Dirección General de Vida Estudiantil DIGEVE, una afinidad con la nueva imagen institucional a través del Manual de Normas Gráficas, logrando así una un sentido de identidad y pertenencia hacia la nueva dirección.





**PERFILES**  
**02**  
**CAPÍTULO**

# 2.1 PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

## 2.1.1 Imagen Institucional



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



## 2.1.2 PIVS

El Área de Promoción e Información en Estilos de Vida Saludable –PIVS– enmarca su trabajo dentro del Plan Estratégico USAC 2022, así como en la Misión y Visión de la Unidad de Salud dentro de la División de Bienestar Estudiantil Universitario. Es el área de más reciente creación en la Unidad de Salud con el propósito de promover estilos de vida saludable de manera integral en la comunidad universitaria a través de la comunicación, información y educación para la prevención de conductas de riesgo.

## 2.1.3 Ejes Temáticos

Actividad física, Alimentación saludable, Libre de adicciones, Sexualidad responsable, Salud oral, Estigma y discriminación, Equidad de género, Vida, salud y bienestar.

## 2.1.4 Ejes Estratégicos

- Educación y Comunicación.
- Voluntariado.
- Alianzas Estratégicas

## 2.1.5 Voluntariado

Reclutados con base a un perfil. Capacitados en la temática de liderazgo y vida saludable. Acreditados como Voluntarios en Vida Saludable. Realizan proyección interna y externa.

Se ha logrado su descentralización gracias al apoyo recibido en el 2013 por parte de UNFPA. Actualmente se tiene presencia en Izabal, Jutiapa, Chiquimula, Escuintla, Sacatepéquez, Campus Central.

## 2.1.6 Movimiento “USAC te quiero saludable”

Como parte de la dinámica de trabajo con que se realizan las acciones de información y sensibilización se impulsa a partir del 2013 el lema “USAC TE QUIERO SALUDABLE”, que actualmente es reconocido en la comunidad universitaria.

## 2.1.7 Gestión de Recursos

### 2.1.7.1 Aliados Internos

- 12 unidades académicas
- 6 unidades administrativas
- 7 centros universitarios

### 2.1.7.2 Aliados Externos

- 3 organismos internacionales
- 2 instituciones públicas
- 3 organizaciones no gubernamentales
- 6 universidades privadas
- 5 empresas privadas

## 2.1.8 Representaciones Institucionales

- Mecanismo Coordinador de País
- Mesa Interuniversitaria
- Movimiento Generación Cero

## 2.1.9 Creación de Manual de Identidad Gráfico

Estructura para la transformación de la Unidad de Salud, a la Dirección General de Vida Estudiantil, para la Universidad de San Carlos de Guatemala, para diseñar la imagen corporativa de la misma.



Figura 3.

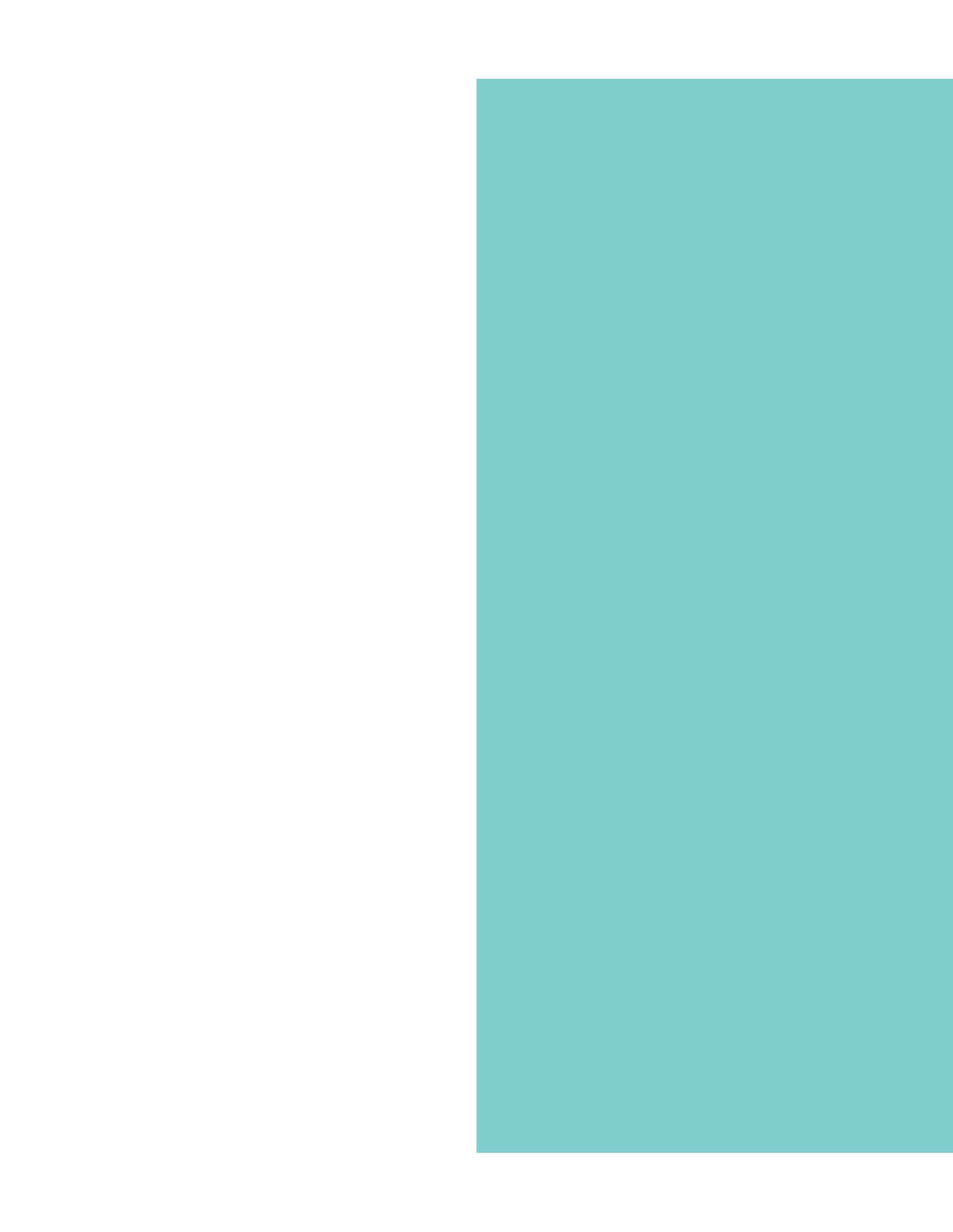
## 2.1 PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

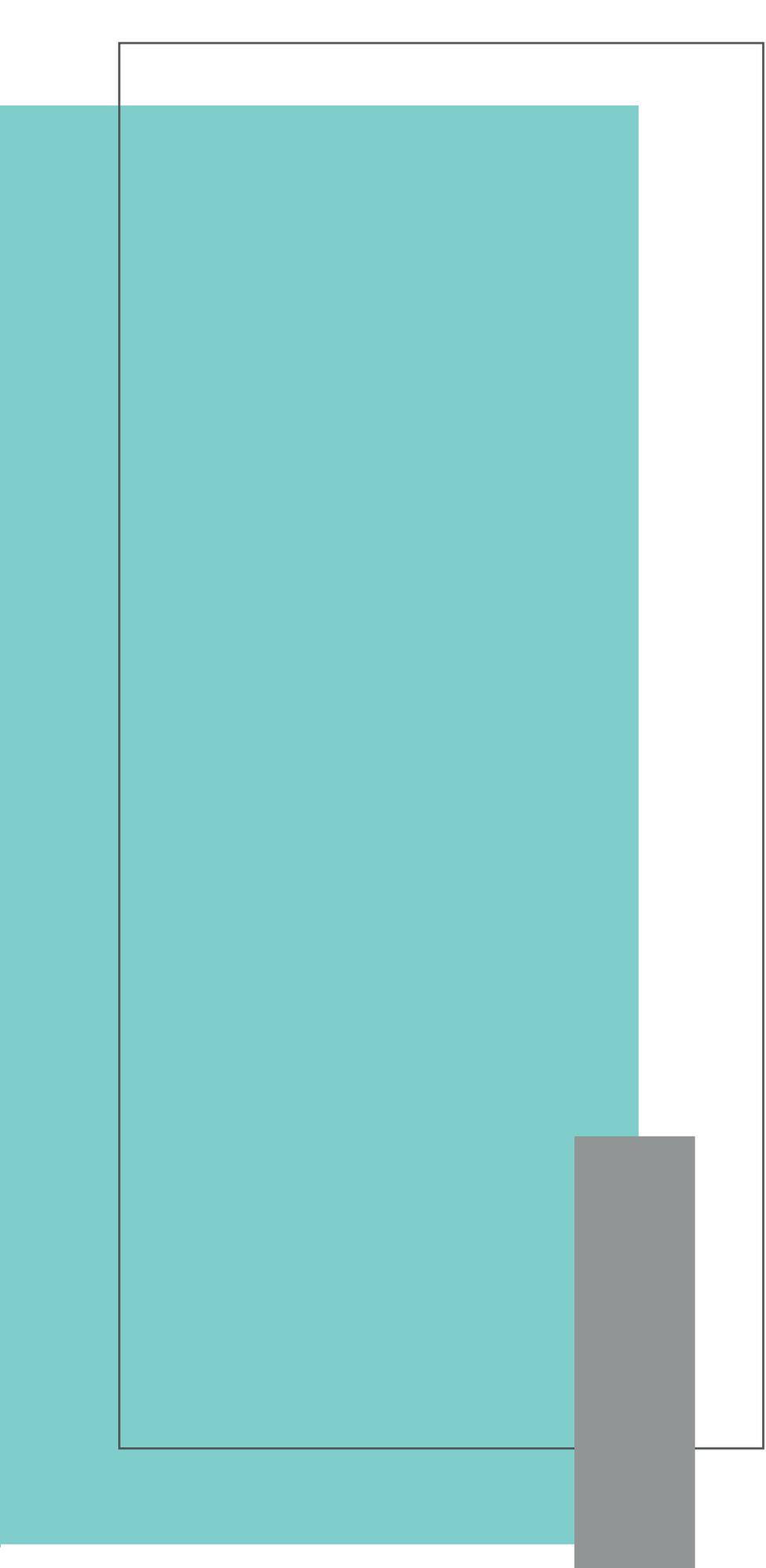




Fuente: PIVS, Área de Promoción e Información en Estilos de Vida Saludable, Universidad de San Carlos de Guatemala.

Figura 4.



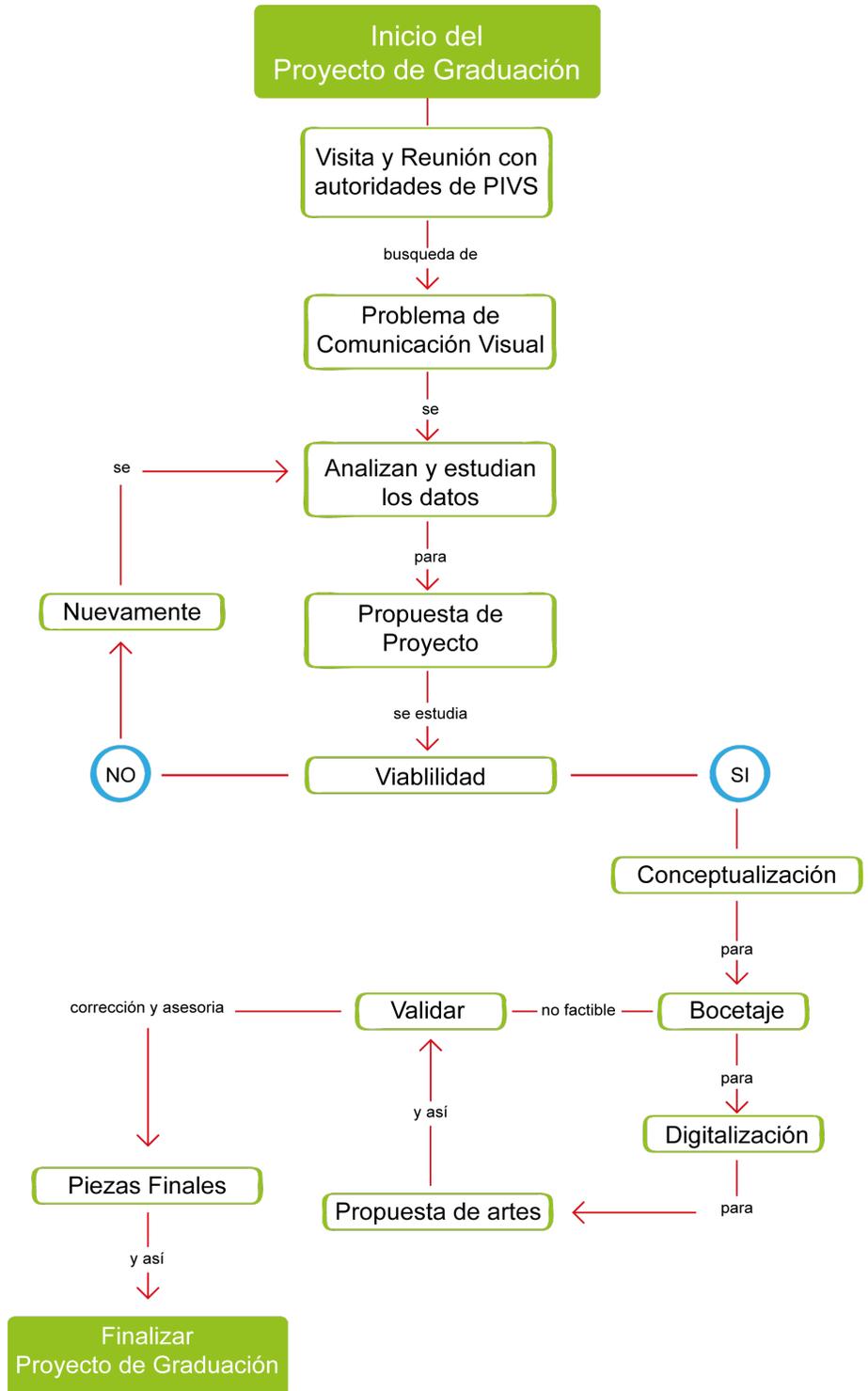


**PLANEACIÓN**  
OPERATIVA

**03**  
CAPÍTULO

# 3.1 FLUJOGRAMA

Flujograma, también denominado diagrama de flujo, es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. Es decir, el flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos.



## 3.2 CRONOGRAMA

Independientemente del tamaño o el alcance del proyecto, el cronograma de actividades debe ser una parte de su gestión. A la vista de este calendario, el Project Manager puede conocer el momento en que cada actividad se debe llevar a cabo, las tareas que ya se han completado y la secuencia en que cada fase tienen que ser ejecutada.



“El cronograma ordena en el tiempo las actividades relevantes para el desarrollo de la investigación, el grueso de estas actividades se desprende de la metodología”. (Sobarzo, 2012)

## 3.3 PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

Una parte fundamental de la previsión es hacer avanzar los proyectos futuros paso a paso, analizando con atención cada parte y relacionándola con un gasto preciso. El costo de producir bienes y los costos asociados.

EQUIPO	Cantidad	P/día	Cant. Días	Total
Computadora HP Pavilion Notebook	1	Q3.83	65	Q249.32
Cámara Cannon T3	1	Q2.74	65	Q178.08
Impresora Cannon MP230	1	Q0.27	65	Q17.81
<b>TOTAL</b>				<b>Q445.21</b>

SERVICIO	P/día	Cant. Días	Total
Funcionamiento	Q12.90	65	Q838.70
Conectividad	Q11.61	65	Q754.83
Transpote	Q30.00	65	Q1,950.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q3,543.53</b>

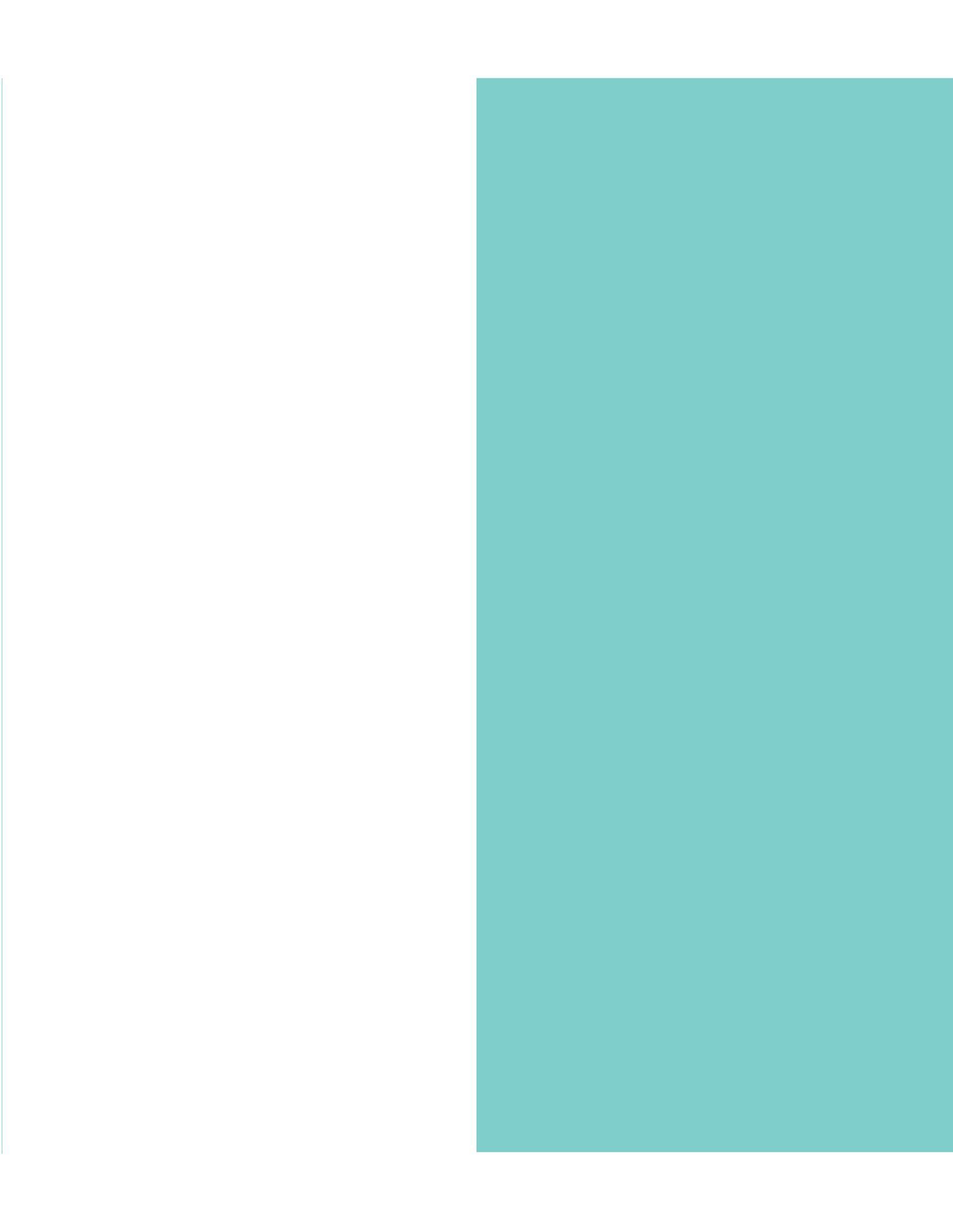
RECURSOS HUMANOS	hrs.	P/ hora	Total
Diseñador Gráfico EPS	500	Q60.00	Q30,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>Q30,000.00</b>

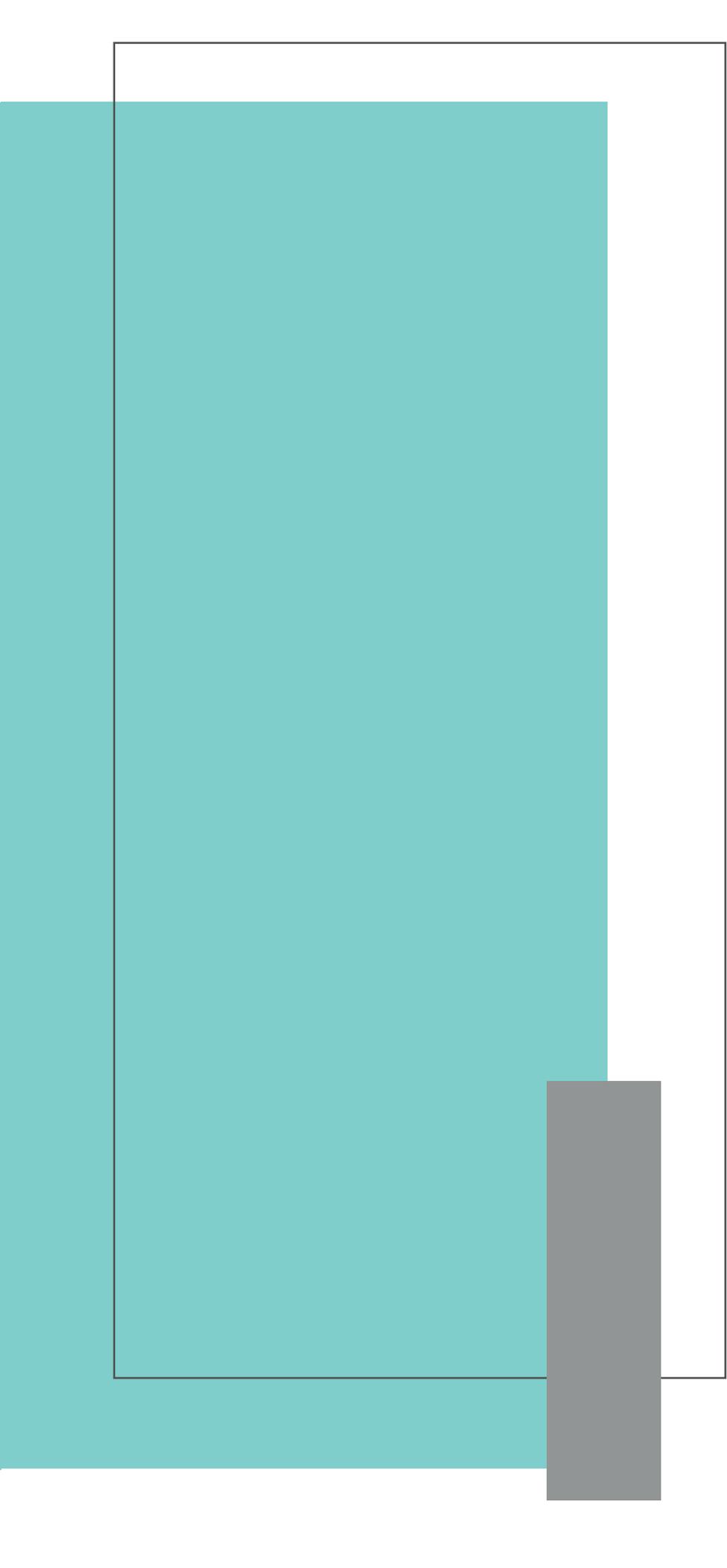
**Total Final Q33,988.74**

Para calcular el costo del equipo durante el proyecto, se debe realizar la depreciación de equipo mediante el procedimiento de línea recta. Esta se obtiene dividiendo el valor total del equipo por la vida útil del equipo; que en este caso la vida útil de todo este equipo es de 5 años según el Decreto 10-2012 del Congreso de la República en el tema de depreciación y amortización en Guatemala.



Figura 5.



A decorative graphic on the left side of the page. It features a large teal shape that is partially enclosed by a thin black rectangular border. At the bottom right of this teal shape, there is a vertical grey bar that extends downwards.

**MARCO**  
TEÓRICO

**04**  
CAPÍTULO

# BIENESTAR PARA TODOS

## BIENESTAR PARA EL INDIVIDUO

El concepto "Bienestar" es de naturaleza abstracta, compleja e indirectamente medible, por lo que admite múltiples orientaciones y definiciones variadas. En los años 20 se empezó a estudiar directamente el concepto de "Bienestar". Pero justificándose en la amplitud del concepto, su evaluación tomaba en cuenta fue solamente el aspecto económico, y más precisamente el nivel de ingresos. (Di Pasquale, 2008, p.1)

Los estudios que le sucedieron, admitían cierta identidad entre crecimiento, desarrollo y bienestar. Ya iniciados los años '60 se hizo manifiesta la preocupación por la calidad de vida de las personas, y la necesidad de centralizar los beneficios de las políticas sociales y económicas a la persona como individuo. Fue a finales de los años '70 que el concepto bienestar adquirió solidez teórica desplazando a la tradicional concepción económica. El lograr un "bienestar" incluiría la realización personal, y la libertad para lograrlas estaría dada por las capacidades propias del individuo.

A fines de la década de los años 80, se introduce la denominación "Desarrollo Humano", materializándose en los años 90 en el Índice de Desarrollo Humano. (Di Pasquale, 2008, p.2) El concepto de bienestar es, sin lugar a dudas, un concepto evaluativo y gradual. Atribuir más o menos bienestar a un sujeto es darle un valor más o menos positivo a su vida.

El concepto de bienestar parece ser un concepto mixto en el que se combinan características de dos tipos diferentes: por un lado, características que aluden a circunstancias exteriores de la persona, tales como su posesión o acceso a ciertos bienes materiales o externos, por ejemplo, su riqueza, su poder, las comodidades con las que cuenta, el tiempo libre del que dispone, su acceso a servicios de salud y de educación y por otro lado, características que aluden a la posesión de ciertos estados internos de la persona o estados de ánimo considerados como valiosos, como por ejemplo, el placer, la felicidad, el sentimiento de dignidad, la esperanza y, en general, todo aquello que resulta de la realización de deseos, anhelos y planes de vida personales.

Al atribuir bienestar a una persona, observamos tanto: el qué, tan bien está desde el punto de vista exterior o material, como el qué, tan bien se encuentra anímica o interiormente. Dependiendo de la manera como se combinen estos dos factores, tendremos una explicación del bienestar, y en la medida en que algunos de sus dos aspectos se encuentren ausentes, tendremos concepciones incompletas o inadecuadas. (Valdés, 1991. p.69)

## BIENESTAR PARA EL ESTUDIANTE

La educación es sin duda una tarea ardua y compleja. A través de ella, las sociedades van construyendo y traspasando de generación en generación sus creencias, tradiciones, conocimientos, su identidad y capital cultural. (León, 2011, p.25)

Es un hecho innegable que el mundo está cambiando aceleradamente y ese cambio está planteando nuevos desafíos. Este mundo globalizado se nos presenta altamente vertiginoso, cambiante, con importantes grados de incertidumbre. En la emergente y cambiante sociedad, todo debe ser revisado y actualizado frecuentemente si se pretende dar respuestas idóneas a los nuevos escenarios que se presentan.

Muchos de los problemas educativos existentes hoy, se refieren a cuestiones relacionadas con los factores contextuales y de proceso, que inciden en los resultados educativos. De acuerdo a nuestro contexto, todos los estudiantes enfrentan constantemente situaciones educativas cuyas exigencias debe abordarse con sus propios recursos.

El papel de la educación en la formación del individuo implica incorporar en los procesos educativos una mayor orientación hacia la humanización del proceso de aprendizaje, hacia la construcción de la capacidad de potenciar los valores o de aportar en el proceso de edificación de la identidad de los estudiantes. (León, 2011, p.35) Entender a los estudiantes es vital para comprender sus propios puntos de vistas, con el objeto de mejorar la efectividad de la enseñanza.

Y en la búsqueda del bienestar integral en la comunidad universitaria, es importante visualizar un sistema de servicios múltiples, que este orientado a fomentar el desarrollo humano, la calidad de vida, el desarrollo individual y colectivo de todos los estudiantes, propiciando simultáneamente las condiciones más adecuadas para un eficiente desarrollo físico, social y mental. Teniendo un vínculo permanente entre las autoridades y los estudiantes.

Con el mejoramiento en la calidad de vida de los estudiantes, de tal manera que posibilite el logro de las metas académicas. Contribuyendo al mejoramiento de la calidad de alternativas al momento de dar solución a las problemáticas sociales y económicas, con el fin de evitar la prolongación de estudios o la deserción.

# CALIDAD DE VIDA

A principios de los años '70 en Occidente empezaron a difundirse las concepciones de calidad de vida, a raíz de la preocupación por entender y explicar el incremento de las patologías sociales en los países desarrollados, donde a pesar de los elevados niveles de "bienestar", se acentuaban los síntomas de descomposición social, pérdida del sentido de vida, incremento de suicidios, violencia y drogadicción (Palomino y López, 2000)

El ser humano trata continuamente a lo largo de su vida él superarse y encontrarse mejor con él mismo, con su familia y con el medio social en que se desenvuelve, pero indudablemente para lograr esto es indispensable que satisfaga sus necesidades la Calidad de vida se aprecia por y mediante la comparación. Solo confrontando se puede apreciar que algo mejor o igual a otra, o en otro caso peor.

Una persona madura psicológicamente es estable y equilibrada lo que la lleva a no cambiar de trabajo solo por el placer de cambiar o por alterar el lugar o circunstancias del trabajo, cambia si visualiza ventajas positivas en dicha decisión, aunque le parezca difícil librarse de la rutina anterior, no se deja llevar a extremos por los impactos externos o por sus impulsos internos (Lecolette y Aldag, 1978).

La calidad de vida es un criterio de valoración y optimización con el que se juzga en qué medida las circunstancias específicas de la vida aparecen en las más diversas perspectivas como satisfactorias o insatisfactorias y necesitadas de una mejora.

Autores como Levi y Anderson (en Alguacil,1997) definen la calidad de vida como "la medida compuesta de bienestar físico, mental y social, tal y como lo percibe cada individuo y cada grupo "; las medidas pueden referirse a la satisfacción global, así como a ser componentes. Incluyendo aspectos como salud, matrimonio, familia, el trabajo, vivienda, situación, competencia, sentido de pertenecer a ciertas instituciones y confianza en los otros.

Esto mencionado anteriormente No. lleva a lo que se ha mencionado de la calidad de vida, como una estructura compleja y multifactorial, mediante el cual pueden desarrollarse algunas formas de medición objetivas a través de una serie de indicadores, pero en el que existe un importante peso específico la vivencia que el sujeto pueda tener de él.

Uno de los indicadores de la calidad de vida, es representado en diferentes campos del conocimiento humano como la geriatría, como lo ha hecho Reig, citado por Galvanovski (1999), en donde manifiesta que existen ocho áreas importantes dentro de la calidad de vida de un ser humano, las cuales son:

- Vida intelectual: es el saber, si lo que sé, lo que se está pensando, es de calidad.

- Vida emocional: es saber si las emociones se están adaptando a todas nuestras experiencias diarias, con el fin de sentirnos satisfechos tanto personalmente como con la sociedad en general en la que No. desenvolvemos.
- Vida física: es decir, sentirse bien física, mental y socialmente.
- Vida familiar: es la relación satisfactoria o insatisfactoria que se mantiene con los miembros de la familia.
- Vida social: es la interacción con los miembros de la sociedad en la que el individuo se desenvuelve, haciendo que este se integre positivamente o sea rechazado.
- Vida económica: está en función de los bienes que posee el individuo para satisfacer sus necesidades económicas plenamente.
- Vida laboral: es el conocer que tan satisfecha está una persona con su trabajo, si se siente a gusto o presenta frustraciones dentro de su ambiente de trabajo (Reig,1994).

La calidad de vida implica el aspecto de la salud, disponibilidad de bienes y una capacidad de utilizar materiales existentes para construir lo inexistente, construir proyectos de vida, dentro de los aspectos subjetivos se puede hablar sobre las conductas y acciones de los seres humanos los cuales están guiados por metas y propósitos, sobre todo la capacidad de planear y estructurar proyectos (Daltabuit, et, al, 2000).

## CALIDAD DE VIDA LABORAL

El trabajo ocupa espacio y tiempo de gran relevancia en nuestras vidas. Buena parte de las personas desarrolla una actividad laboral, y considerable parte de su existencia transcurre dentro de las organizaciones. En este sentido, el significado que asociamos a las actividades laborales responde por buena parte de la calidad de vida. Es a través del trabajo que obtenemos el sustento económico y suplimos nuestras necesidades más elevadas, como la autorrealización personal y profesional.

Así pues, trabajar no es solo un medio para ganarse la vida, sino que es una forma de vivir experiencias y realizar acciones productivas. Frecuentemente, el trabajo se presenta como una actividad ennoblecedora y capaz de elevar nuestro statu quo, propiciando la construcción de la identidad social y dando sentido a la vida en comunidad. Pero el trabajo también puede percibirse como algo indeseado, desarticulado y desprovisto de significados, burocratizado, rutinario, fatigoso, opresivo o incompatible con la vida social y familiar.



Figura 6.

La calidad de vida en el trabajo representa el grado de satisfacción de las necesidades de los miembros de la empresa mediante su actividad en ella, en el trabajo la calidad de vida va a determinarse por la satisfacción que el empleado siente con relación a las circunstancias que rodean sus actividades laborales. (Chiavenatto, 1999).

Factores que involucran a la calidad de vida laboral se encuentran la compensación justa, integración social, desarrollo de capacidades humanas, relevancia social, derechos del trabajador y el trabajo mismo (Walton, 1974).

Las condiciones de la calidad de vida laboral-familiar hacen inferencia a la presencia de un buen clima laboral, para alcanzar un nivel de salud mental organizacional satisfactorio, así como una buena presencia de programas de prevención de riesgos, la mínima existencia de accidentes y enfermedades profesionales, lo cual permitirá minimizar la existencia de estrés patológico y el consumo de productos ilegales tales como las drogas o el alcohol en exceso, así como la automedicación, elementos profundamente interrelacionados (Carlans, 2000).

La calidad de vida laboral surge de las naciones industrializadas, la mayor parte de la Psicología organizacional e industrial, se ha enfocado en mejorar la calidad del trabajo y la vida en el trabajo, uniendo el trabajo con motivación del empleado, con el propósito de incrementar la funcionalidad organizacional, la calidad de vida laboral ofrece una satisfacción social y psicológica que se percibe como utilidades de la empresa y mayores sueldos para los trabajadores.

En resumen, va a depender de la forma en que cada persona viva sus experiencias para saber la manera en la que el sujeto podrá en un momento dado evaluar su vida como satisfactoria o insatisfactoria, a su vez la calidad de vida laboral es una medición de que tan seguros y satisfechos se encuentran los empleados con su trabajo (Salabart, 2001).

## UNIVERSIDADES PROMOTORAS DE LA SALUD

Bajo la propuesta de la Organización Mundial de la Salud (OMS), que define como una Universidad Promotora de la Salud a “aquella que incorpora el fomento de la salud a su proyecto, con el fin de propiciar el desarrollo humano y mejorar la calidad de vida de quienes allí estudian o trabajan, influyendo así en entornos laborales y sociales”.

Idealmente, un proyecto dirigido a la creación de una Universidad Saludable tiene que atender los problemas y necesidades de salud de los tres sectores que la conforman: personal académico, administrativo y estudiantes. (Lara N, Saldaña Y, Fernández N, Delgadillo H,2015)

Se ha señalado que, en los estudiantes universitarios, hay un predominio de estilos de vida poco saludables, relacionados principalmente con el consumo de bebidas alcohólicas, el tabaquismo, sexualidad sin protección, la adopción de una dieta poco equilibrada en la que se incluyen comida rápida, de baja calidad y la falta de actividad física.

Ante estos problemas cuyas consecuencias comprometen la salud actual y futura de los jóvenes, el entorno universitario puede jugar un papel primordial como factor de protección. La propuesta de Universidades Promotoras de la Salud se basa en la premisa de que las universidades pueden hacer muchas cosas para promover y proteger la salud de los estudiantes y miembros de la comunidad universitaria y para crear ambientes favorables de vida y aprendizaje.

Las actividades académicas, culturales y deportivas, las relaciones con profesores y compañeros, la satisfacción de los estudiantes con sus estudios y con la calidad de la enseñanza y de los diferentes servicios que ofrece la Universidad, constituyen el contexto en que se desarrolla una parte importante de la vida de los jóvenes universitarios y que requiere ser estudiado, primero, para conocer su influencia o relación con su salud y calidad de vida y, segundo, para identificar aquellos aspectos que requieren ser atendidos por la institución a través de políticas y acciones que promuevan un ambiente saludable y contribuyan al bienestar de la comunidad universitaria. (Lara N, Saldaña Y, Fernández N, Delgadillo H,2015).



Figura7.

# DISEÑO Y COMUNICACIÓN

En la actualidad se ven las necesidades dentro de la Universidad San Carlos de Guatemala, campus central, pero es perseverante la necesidad de contar con instancias responsables que apoyen tanto al estudiante y cada etapa del proceso de su estudio profesional, como al personal administrativo y docente de la casa de estudio.

En donde se ve la necesidad de la creación de la Dirección General de Vida Estudiantil –DIGEVE-, y por ante la necesidad se propone la realización de un Manual de Identidad Gráfica, sobre las normas y uso de la nueva Imagen Institucional de la misma.

La idea principal, es unificar las cinco unidades diferentes de la División de Bienestar Estudiantil en una sola imagen, es por ello que se desea la creación de la DIGEVE, y así también poder implementar unión no solo en las áreas, sino también en el personal administrativo y que se identifiquen únicamente con una imagen y no con las cinco con las que se cuentan actualmente.

Es ahí donde nos damos cuenta que una persona al ver esa desunión o al no ver una unidad donde se pueda informar de todos aquellos servicios que preste dicha División, no se obtiene el interés que se necesita implementar en los alumnos, docente o hasta en el mismo personal administrativo interno o externo de la División.



Figura 8.

Un Manual de identidad gráfica, es un documento que recoge los principales elementos gráficos de tu marca y explica cómo deben aplicarse visualmente. Según Parra “El manual muestra cómo es tu logotipo, cuáles son tus colores corporativos, qué tipografías se deben utilizar... En definitiva, todas aquellas cosas que componen el aspecto visual de tu marca”. (Parra, 2016).

Para poder realizar el manual de identidad gráfica, y que sea del impacto visual que necesitamos que cause en nuestro grupo objetivo, primero se debe definir una identidad y una imagen institucional. Donde comprendemos que identidad es el sentimiento de existir con un posicionamiento respecto a los demás, y asumiendo su propia historia. Con un proyecto único, personal y estable.

Una imagen institucional es la manera por la cual transmite, quién es, qué es, qué hace y como lo hace. “El diseño coordinado de los diferentes agentes de comunicación, hará que la imagen sea correctamente transmitida, al auditorio deseado” (Paez, 2001).

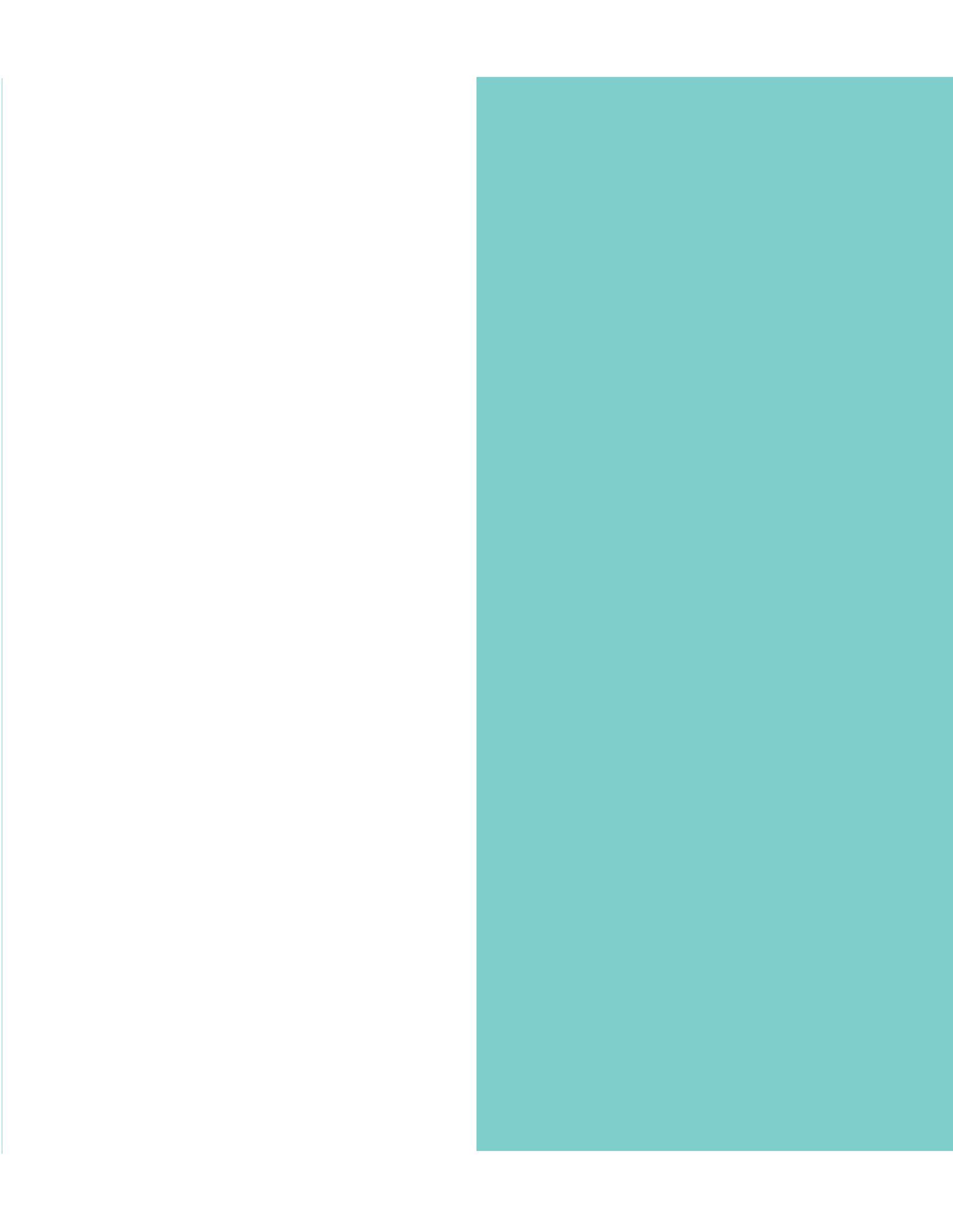
Empezando por definir una fuente tipográfica institucional, la cual sea de uso al redactar todos los documentos firmados por la marca; también debemos definir una paleta de colores, los cuales serán aquellos que representaran la imagen gráfica de la DIGEVE.

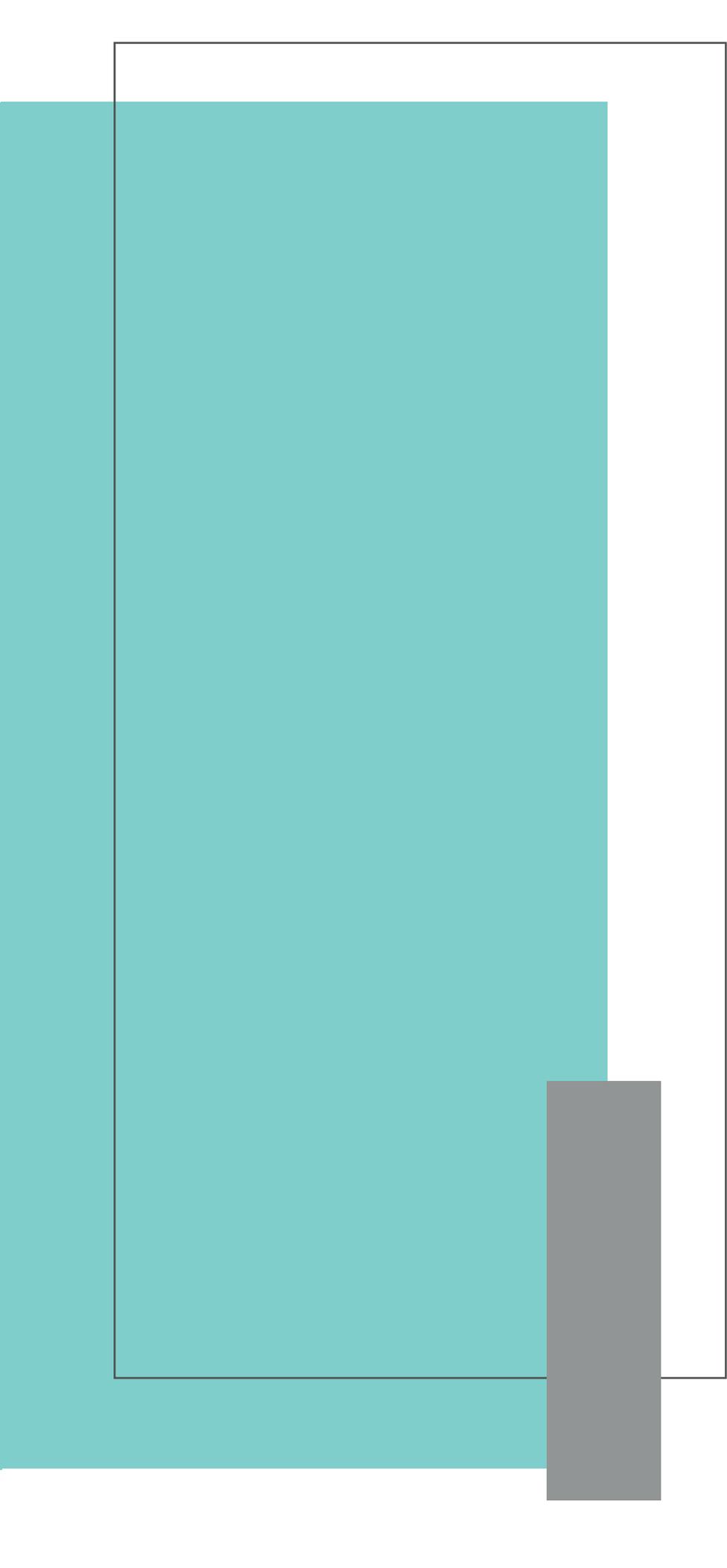
Al tener ya definidos, analizados y estudiados estos elementos, nos dan la oportunidad de poder reproducir el material, aplicando cada uno de los elementos antes mencionados. Los cuales están plasmados uniformemente en el manual de identidad gráfica, que se creará para la DIGEVE.

El material a realizar va junto con la estrategia de comunicación, la cual se desea trabajar, siendo piezas como: logotipo, papelería, tipografía, paleta de color, banners informativos, trifoliares, afiches, etc.

Esto quiere decir, que media vez se tenga definida y seleccionada la línea gráfica de las piezas y así mismo la imagen de la Dirección. Y se procederá a darla a conocer al personal administrativo de la Dirección, con el objetivo de familiarizar la imagen con el personal, y posteriormente al grupo objetivo.

Comprendemos como grupo objetivo al grupo de personas al que se dirige las acciones de comunicación y/o al que se le quiere vender el producto o servicio. “Cada público demandará un lenguaje, una imagen, un precio y unos canales de comunicación y distribución distintos” (Borges, 2017). Al conocer al grupo objetivo, se podrá estudiar a gran escala las necesidades, y de qué manera se puede realizar el impacto que se desea lograr, para alcanzar el objetivo deseado.



A decorative graphic on the left side of the page. It features a large teal rectangle that is partially enclosed by a thin black border. To the right of this rectangle, a vertical grey bar extends downwards, overlapping the bottom edge of the teal shape.

**DEFINICIÓN**  
CREATIVA

**05**  
**CAPÍTULO**

# 5.1 BRIEF DE DISEÑO

## 5.1.1 Sobre la Institución

PIVS, Área de Promoción e Información en Estilos de Vida Saludable, ubicado en el Edificio de Bienestar Estudiantil, de la Universidad San Carlos de Guatemala, promover estilos de vida saludable en la comunidad universitaria, a través de la comunicación e información para la prevención de conductas de riesgo en las temáticas de sexualidad responsable, adicciones, nutrición, actividad física, entre otros.

## 5.1.2 Sobre el Entorno y Contexto

Con el crecimiento anual de la población estudiantil, la implementación de nuevos programas de bienestar estudiantil, buscando un beneficio real y acorde a las necesidades de la población, las autoridades del PIVS junto a las autoridades universitarias ven la necesidad de transformar la Unidad de Salud, Orientación Vocacional, Sección Socioeconómica y Sección de Transporte Colectivo en Dirección General de Vida Estudiantil, con ello atender a la demanda actual y futura, a la población universitaria.

## 5.1.3 Estrategia de Comunicación

### 5.1.3.1 Parámetros de Diseño

Grupo Objetivo comprendido entre 18 a 60 años de edad, englobando a la población universitaria en general, desde estudiantes hasta cuerpo administrativo y docente de cada facultad; con distintos status socio-económicos.

Siendo un 70% de la población universitaria, personas con estudios a nivel diversificado, 20% de la población con estudios a nivel profesional y un 10% con estudios a nivel primario y básico. Cada uno con ideales diferentes, los estudiantes buscando un título profesional y los trabajadores una estabilidad económica.

La línea gráfica está definida por un diseño formal, práctico y didáctico, acoplándose a la línea gráfica ya establecida de la Universidad de San Carlos de Guatemala y las distintas áreas que administrativas de la casa de estudio, alucinando un reencuentro de los logotipos y líneas gráficas de las atrás que formaran parte de la DIGEVE (Unidad de Salud, Sección Socioeconómica, Orientación Vocacional, Transporte Colectivo USAC, Servicios Estudiantiles).

### 5.1.3.2 ¿Que esta el cliente tratando de comunicar?

Establecer una vía de comunicación correcta con los usuarios de la nueva Dirección General de Vida Estudiantil sobre los servicios que se ofrecen por medio de piezas gráficas que sean homogéneas y funcionales. Logrando un sentido de pertenencia del cuerpo administrativo con la Imagen Institucional y el correcto uso de las piezas gráficas.

Con el afán de crear la imagen institucional de la nueva Dirección General de Vida Estudiantil, y así mismo un Manual de Identidad Gráfica mostrar los usos correctos e incorrectos y normas para el uso de la misma, para el personal administrativo.

#### **5.1.3.3 ¿Cuál es la dificultad a resolver?**

Explicar al personal de la nueva Dirección General de Vida Estudiantil, con el manual de identidad Gráfica, y así mismo familiarizar con la nueva imagen institucional.

#### **5.1.3.4 ¿Cuál es el propósito del proyecto de diseño?**

Creación de la línea gráfica de la Dirección General de Vida Estudiantil para apoyar las funciones básicas universitarias de Docencia, Investigación y Extensión y brindar una atención integral efectiva a los estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

#### **5.1.3.5 ¿Cuál es el área que se va a abordar desde el diseño?**

Producción Editorial.

#### **5.1.3.6 ¿Cuál es el tono de comunicación?**

Formal, ya que será la imagen pública del área de Bienestar Estudiantil.

#### **5.1.3.7 ¿Qué requerimientos tiene el proyecto?**

Adaptación del lenguaje informal de la institución a uno práctico y formal. Necesidad de mantener los colores corporativos designado a los colores de la línea gráfica de la Universidad San Carlos de Guatemala.

#### **5.1.3.7 ¿Qué requisitos determinamos para el proyecto?**

Criterios pertinentes en la toma de decisión respecto a áreas importantes en la creación del material y piezas gráficas. La información debe de ser estructurada y revisada antes de ser colocada, al igual del tipo de ilustración.



Figura 9.

## 5.2 RECOPILOCIÓN DE REFERENCIAS VISUALES

Antes de realizarse la producción de la línea gráfica de la DIGEVE, se debe tomar en cuenta ciertas referencias visuales que sean utilizadas en la actualidad por las distintas áreas administrativas de la casa de estudio.

Lo anterior con el afán de trabajar la imagen gráfica y las piezas de diseño con la misma simplicidad y forma de las líneas ya establecidas, siempre y cuando se respete el logotipo principal de la Universidad San Carlos de Guatemala.



Figura 10.



Figura 11.



Figura 12.



Figura 13.



Figura 14



Figura 15.



Figura 16.



# 6



Figura 17.

# MAPA DE *empatía*

Se trata de una herramienta que No. obliga a “ponernos en el lugar de nuestra clientela” con el objetivo de identificar, realmente las características que No. permitirán realizar un mejor ajuste entre nuestros productos o servicios y sus necesidades o intereses.



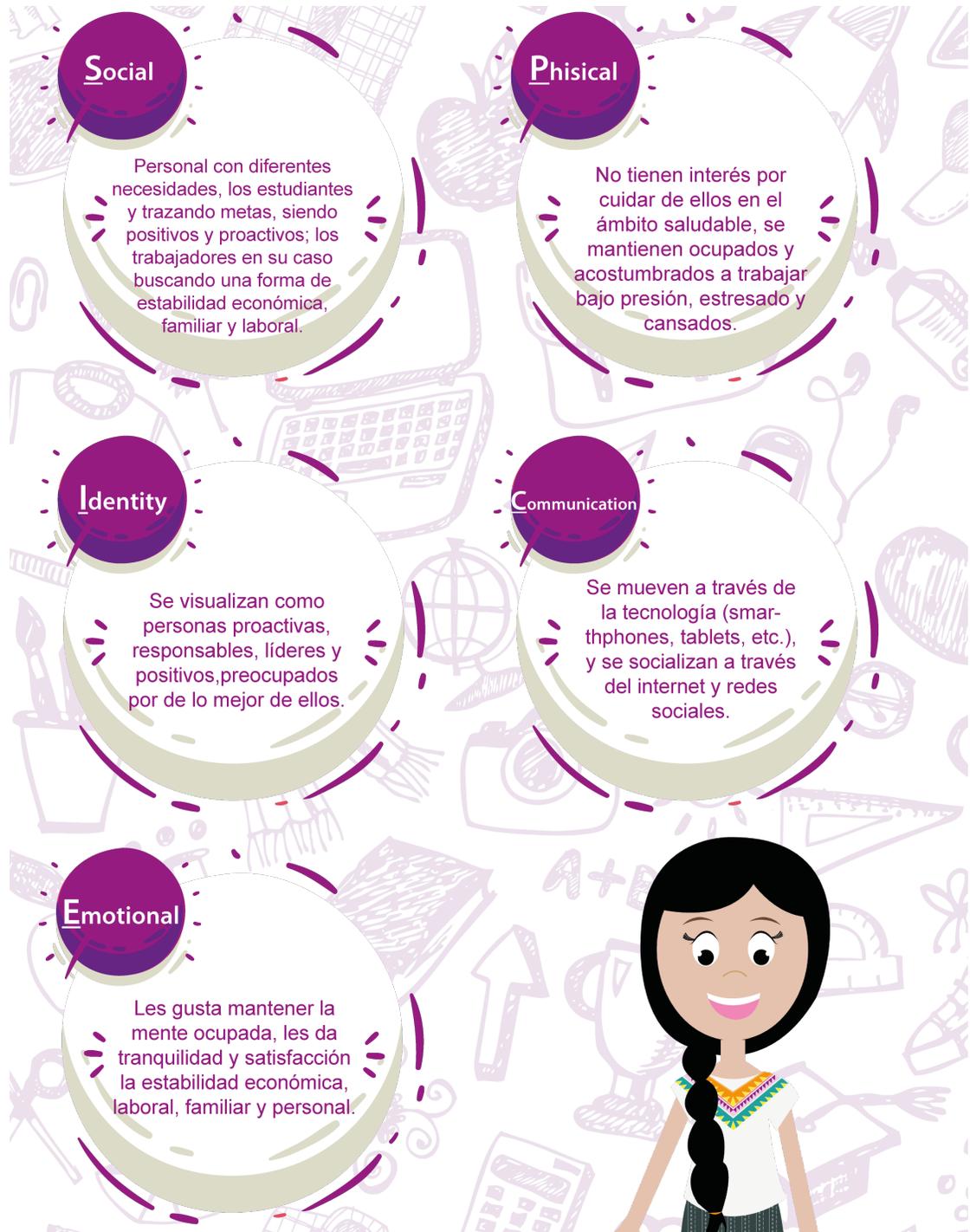


Figura 18.

# SPICE

*poems*

**SPICE:** Con sus siglas en español social, físico, identidad, comunicación y emocional, expuestas a través de un cuadro comparativo. El cuadro comparativo es una estrategia de enseñanza – aprendizaje que permite identificar las semejanzas y diferencias de dos o más objetos o hechos.



**POEMS:** Con sus siglas en español personas, objetos, ambiente, mensaje o medio y servicios, el cual Permite desarrollar la habilidad de comparar, lo que constituye la base para la emisión de juicios de valor de igual manera facilita el procesamiento de datos, lo cual antecede a la habilidad de clasificar y categorizar información.

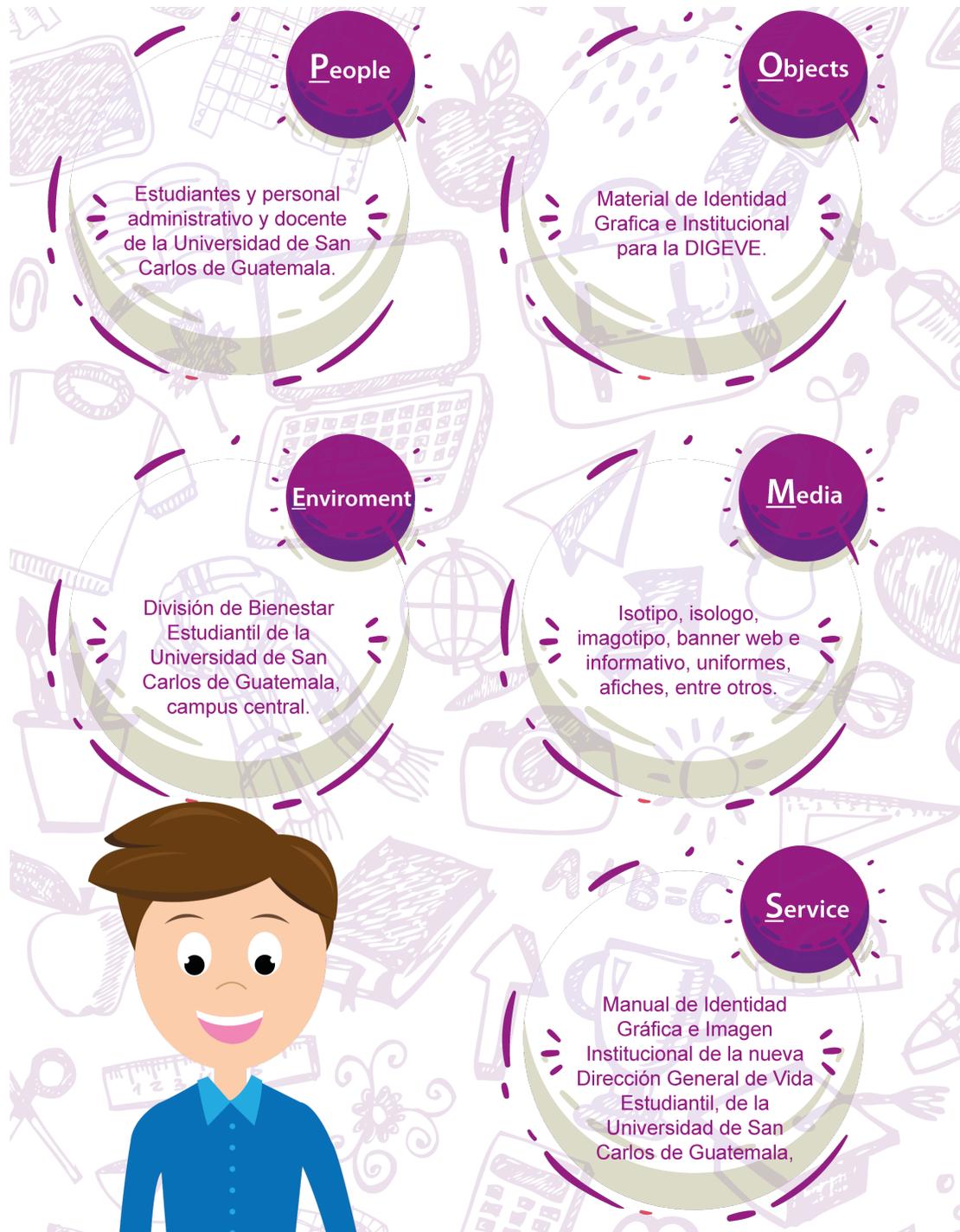


Figura 19.

## 5.4 TÉCNICAS DE CONEPTO CREATIVO

# El arte de *preguntar*

Se caracterizan entre otras cosas por su capacidad de cuestionamiento y su habilidad para realizar preguntas en busca de la solución a sus problemas.

**Creación de imagen atractiva y funcional acorde al grupo objetivo**

**¿Cómo crear una imagen?**

Fundamentada en una investigación, y el conocimiento de distintas necesidades de la institución, que cumpla con los requisitos deseados.

**¿Por qué crear una imagen?**

Es necesario para su correcta divulgación de los distintos beneficios que se prestan en la institución.

**¿Por medio de qué se realizará?**

Por medio de material gráfico, altamente atractivo para el grupo objetivo, y funcional para la institución.

**¿Con quién se realizará?**

Alianza con Bienestar Estudiantil, Unidad de Salud, e Instituciones internacionales como ONG.

**¿Para qué se realizará?**

Para fortalecer los distintos servicios que presta la institución al grupo objetivo.

**¿Por cuánto tiempo?**

Debe ser un proceso perdurable y funcional, sin establecer una fecha específica de durabilidad.

**¿Para quién se trabaja?**

Para los estudiantes, cuerpo administrativo y docente de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Figura 20.

# LLUVIA *de ideas*

Es la técnica para generar ideas más conocida. Fue desarrollada por Alex Osborn en los años 30 y publicada en 1963 en el libro "Applied Imagination". técnica basada en la exposición de manera informal y libre de todas las ideas en torno a un tema o problema planteado que ayuda a estimular la creatividad.



Figura 21.

# IDENTIFICACIÓN *o empatía*

Consiste en ponerse en el lugar de otro y experimentar su mundo como si fuera propio. Nos ayuda a obtener otra percepción, otro punto de vista sobre un asunto.



Figura 22.

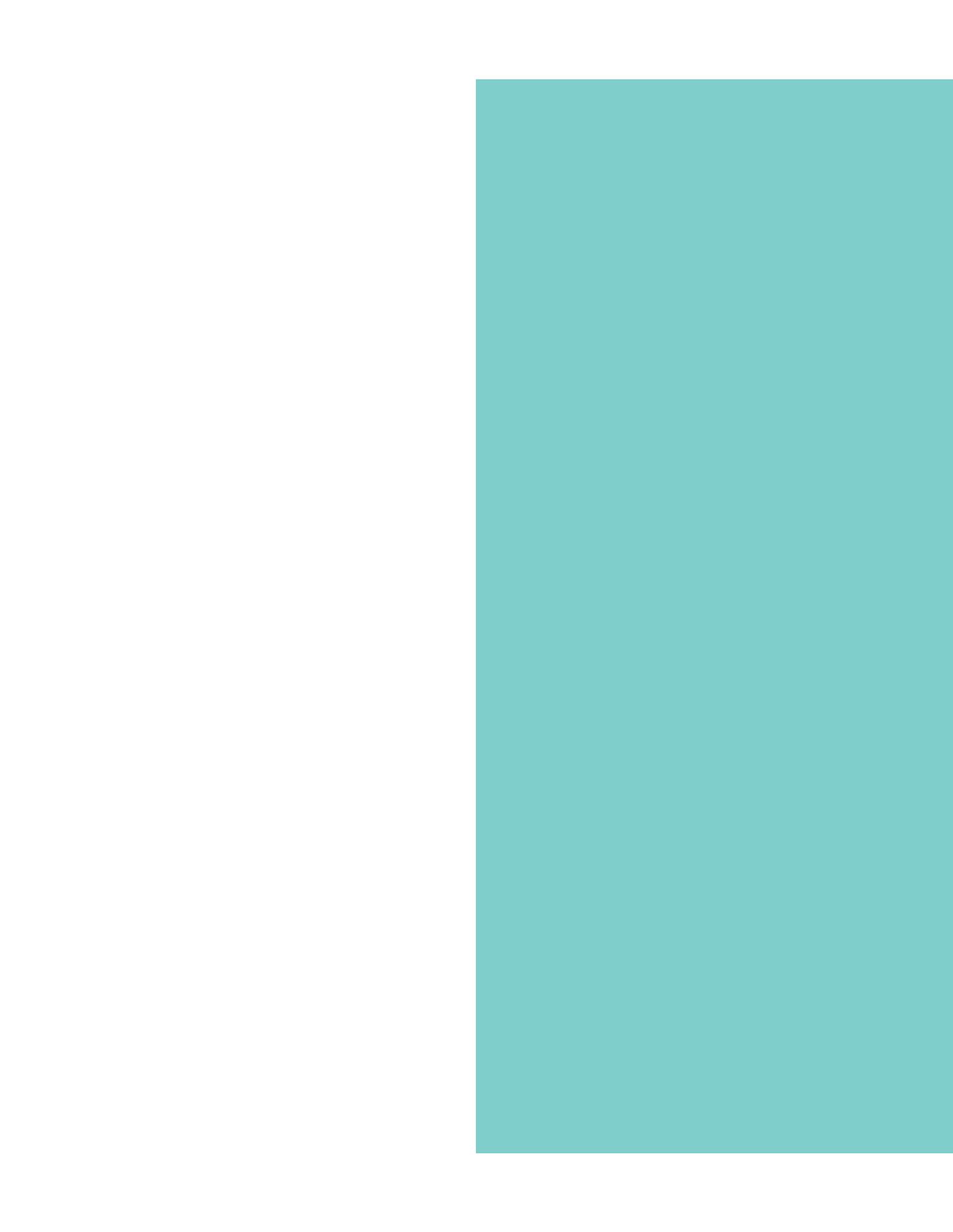
## 5.5 CONEPTO CREATIVO E INSIGHT

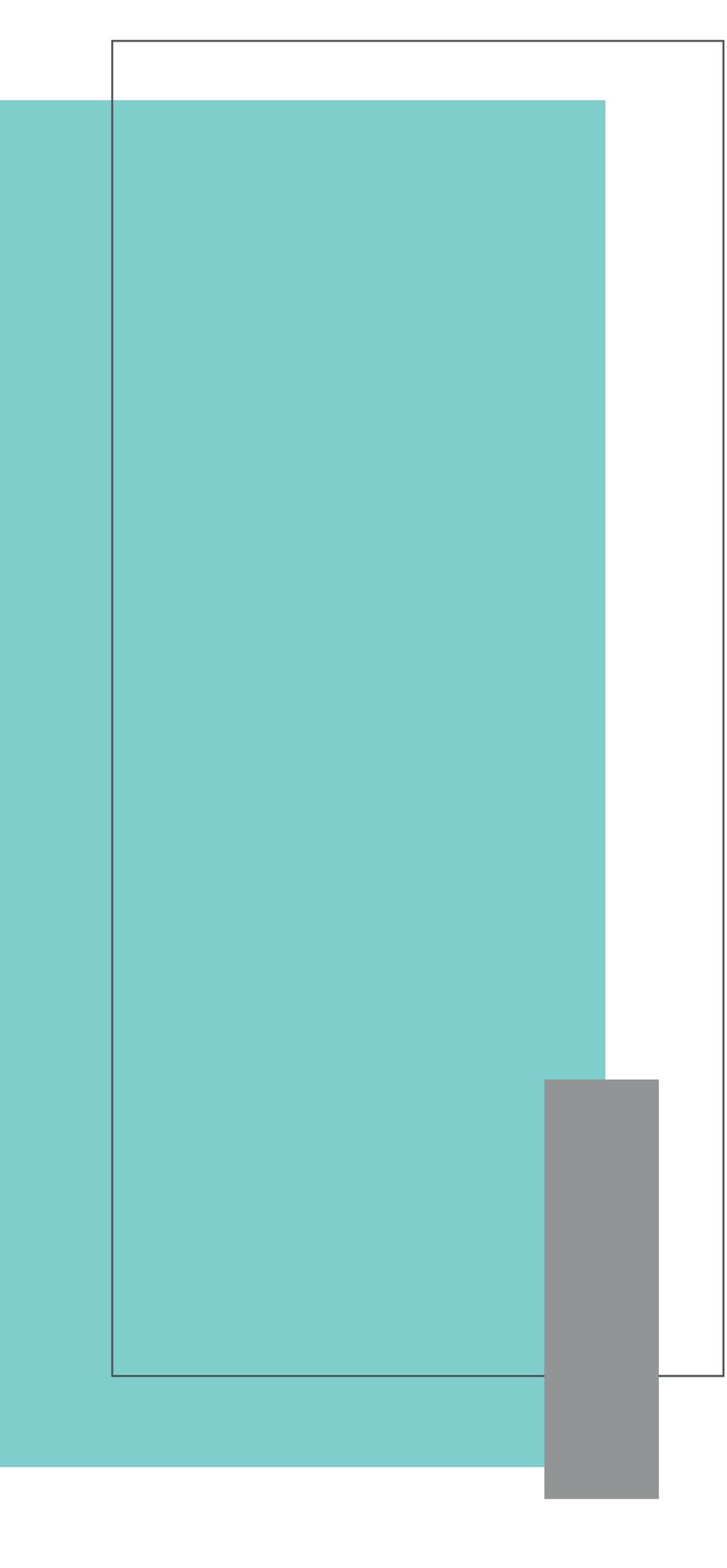
**CONCEPTO CREATIVO:** Se utilizó **CONVENIENCIA ESTUDIANTIL**, ya que en lo observado, analizado y examinado el grupo objetivo tiene como meta tener una conveniencia que los favorezca a cada uno, según sus necesidades diaria.



**INSIGHT:** Se seleccionó **ESTABILIDAD**, ya que es un fin común que identifica a el grupo objetivo, dado que lo que buscan es obtener una estabilidad económica, profesional, familiar, laboral y personal a la vez.





A decorative graphic on the left side of the page. It features a large teal rectangle with a thin black border. A smaller, solid grey rectangle is positioned at the bottom right corner of the teal rectangle, overlapping it. The overall design is minimalist and modern.

**PRODUCCIÓN**  
GRÁFICA

**06**  
**CAPÍTULO**

# 6.1 BOCETAJE

## 6.1.1 NIVEL 1 DE BOCETAJE

FASE 1: Se realizaron diferentes diseños para la creación de la imagen de DIGEVE, los cuales fueron realizados en composición imagotipo y texto.





**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

**IGEVE**

**DIGEVE**

  
**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

  
**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

  
**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

  
**DIGEVE**

  
**IGEVE**

  
**DIGEVE**

**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

  
**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

  
**DIGEVE**

**DIGEVE**

**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

  
**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

  
**DIGEVE**

**DIGEVE** | Dirección General de  
Vida Estudiantil

  
**DIGEVE**

  
**DIGEVE**

  
**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

FASE 2: Se trabajaron las composiciones a color, con los colores institucionales seleccionados por las autoridades de PIVS y DIGEVE.



**FASE 3:** Se realizó una autoevaluación de las propuestas y junto con estudiantes epesistas en diseño gráfico, se realizó el sondeo sobre las 3 propuestas más factibles a el grupo objetivo.



# DIGEVE

Dirección General de Vida Estudiantil

**DIGEVE** | Dirección General de  
Vida Estudiantil



# DIGEVE

Dirección General de Vida Estudiantil

Figura 23.

FASE 4: Propuesta seleccionada junto a sus aplicaciones cromáticas para validación entre grupo objetivo y autoridades de PIVS y DIGEVE.



## 6.1.2 NIVEL 2 DE BOCETAJE

Esta etapa se hizo una validación con expertos del tema y también el grupo objetivo conjunto con las autoridades de PIVS.

Los materiales fueron aceptados en su mayoría por todos, de igual manera se examinaron las propuestas haciendo cambios y correcciones por autoridades.

El Imagotipo proclama innovación y mantiene una gran vitalidad, con el propósito de proporcionar un ambiente agradable al público.



Figura 24

El imagotipo, muestra unidad en su isotipo unidad, ya que abstractamente podemos ver tres personas quienes son nuestro grupo objetivo (estudiantes, docentes y personal administrativo), sus tres colores connotan las tres identidades más fuertes de la división; morado (IUMUSAC y Diversidad de Género), azul (color institucional de la universidad) y verde (de la Unidad de Salud, área más grande dentro de la división).

### 6.1.2.1 Tarjeta de Presentación



Figura 25.



Figura 26.

### 6.1.2.2 Sobre no.10



Figura 27.



Figura 28.



Dear Customers,

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc varius, lectus vel eleifend vulputate, tortor diam sollicitudin mauris, vitae finibus diam est at sem. Aliquam mattis in mauris vel porta. Praesent volutpat lacus non massa sagittis, id eleifend sapien vestibulum. Etiam pretium odio rutrum semper scelerisque. Vestibulum tortor ligula, bibendum non dictum vitae, luctus eget massa.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Suspendisse dapibus nunc eu molestie condimentum. Sed quis dolor non lorem lobortis convallis. Sed pretium erat ac tellus dapibus tempus. Maecenas semper erat id dictum tempor. Sed quis urna a orci luctus porta. Nam tempus libero mollis erat gravida, eget ullamcorper tortor commodo.

Sincerely yours,

*Signature*

Edificio de Recursos Educativos, planta baja,  
Ciudad Universitaria Zona 12  
Tel.: 2418 - 8000 ext. 83200

### 6.1.2.3 Hoja Membretada

Figura 29.



### 6.1.2.4 Folder Troquelado

Figura 30.

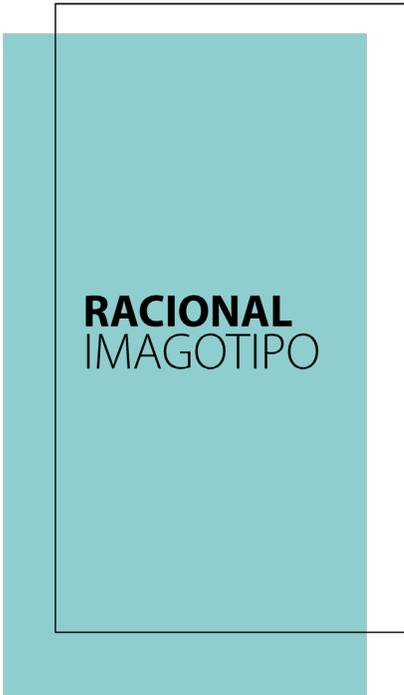
### 6.1.3 NIVEL 2 DE BOCETAJE

Esta etapa se hizo una validación con expertos del tema y también el grupo objetivo conjunto con las autoridades de PIVS.

Los materiales fueron aceptados en su mayoría por todos, de igual manera se examinaron las propuestas haciendo cambios y correcciones por autoridades.

El Imagotipo proclama innovación y mantiene una gran vitalidad, con el propósito de proporcionar un ambiente agradable al público.

Manual de identidad gráfica



**RACIONAL  
IMAGOTIPO**



**DIGEVE**  
Dirección General de Vida Estudiantil

El imagotipo fue diseñado bajo el efecto de abstracción y asociación, específicamente enfocado en el bienestar y calidad de vida del estudiante durante el paso por la universidad, a través de los servicios brindados en la DIGEVE – Dirección General de Vida Estudiantil. Para dar la alusión a tres personas que conforman nuestro grupo objetivo (estudiantes, personal docente y personal administrativo).

Los colores son ligados con las unidades que conforman la División de Bienestar Estudiantil, según los servicios que brindan en dicho establecimiento, de igual manera son seleccionados según la ciencia de la Cromoterapia (efecto en la salud; según su color terapéutico). Se seleccionó el color Morado ya que éste se asocia con una rama de la universidad que apoya económicamente la división IUMUSAC – Instituto de la Mujer USAC. El Azul ya que es el color institucional de la universidad y de la división, y el verde que es el color que se utiliza en la Unidad de Salud, ya que es la unidad más grande que existe dentro de la división, ya que está conformada por 7 áreas diferentes para ayudar a el grupo objetivo.

Manual de Identidad Gráfica -DIGEVE- 06

## VARIANTES IMAGOTIPO



**DIGEVE**

Dirección General de Vida Estudiantil  
**IMAGOTIPO:** Combinación de imagen y texto, estos pueden funcionar por separado.



**DIGEVE**

**ISOLOGO:** Agrupación de texto y del icono, tomando en cuenta que no funciona uno sin el otro.

Manual de Identidad Gráfica -DIGEVE- 13

## TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

La tipografía se seleccionó a través de la forma de sus trazos, en su caso es Arial Rounded MT.

En caso de no encontrar la tipografía primaria, es posible utilizar la secundaria para alguna situación extrema y necesaria la cual se identifica como Myriad Pro.

Ya que cada uno de estas tienen similitud en sus trazos, y contiene una familia tipográfica completa.



**PUEBA  
DE TEXTO**

Colocar el interlineado correcto.



**PUEBA  
DE TEXTO**

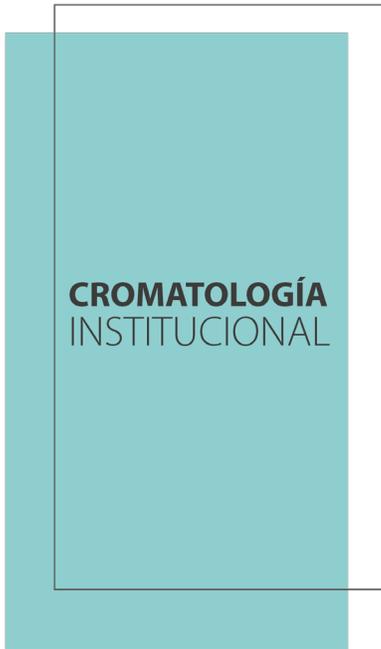
Utilizar tipografía clara sobre fondo oscuro y viceversa.



**TÍTULO**  
Subtítulo

Respetar diferencias entre títulos y subtítulos.

Manual de Identidad Gráfica -DIGEVE- 11



Nuestra percepción del color no depende solo de la pigmentación de las superficies físicas, también de la intensidad y el tipo de luz ambiente.

La paleta cromática de referencia consta de tres colores en sus diversos aspectos, los cuales sean las condiciones permitidas de impresión.

- **AZUL:** Color institucional de la universidad y de la División de Bienestar Estudiantil y sus áreas.
- **VERDE:** Color que se utiliza en la Unidad de Salud, ya que es la unidad más grande que existe dentro de la división.
- **MORADO:** Color que se utiliza para promover la equidad de género por parte de el apoyo económico de la división.



**Pantone D0A0-C**  
R: 142 G: 206 B: 206  
C: 48% M: 0% Y: 23% K: 0%  
HEX: #8ECECE



**Pantone E02E-C**  
R: 29 G: 115 B: 143  
C: 83% M: 39% Y: 30% K: 13%  
HEX: #1D738F



**Pantone A02L-C**  
R: 10 G: 70 B: 85  
C: 92% M: 54% Y: 46% K: 41%  
HEX: #0A4655



**Pantone C0T0-C**  
R: 204 G: 204 B: 49  
C: 27% M: 8% Y: 89% K: 0%  
HEX: #CCC31



**Pantone E02E-C**  
R: 170 G: 168 B: 23  
C: 38% M: 21% Y: 100% K: 6%  
HEX: #AAA817



**Pantone A02L-C**  
R: 123 G: 121 B: 32  
C: 51% M: 36% Y: 100% K: 24%  
HEX: #7B7920



**Pantone AD00-C**  
R: 210 G: 187 B: 217  
C: 19% M: 30% Y: 2% K: 0%  
HEX: #D2BBD9



**Pantone M20L-C**  
R: 98 G: 29 B: 87  
C: 66% M: 100% Y: 29% K: 25%  
HEX: #621D57



**Pantone ZY0J-C**  
R: 55 G: 18 B: 52  
C: 76% M: 100% Y: 39% K: 59%  
HEX: #371234



Área que se debe respetar pues es quien nos marca los límites, entre el ícono y otro elemento que este a su alrededor.

El tamaño X del límite es la letra G de la palabra **DIGEVE** con tipografía Myriad Pro Bold. Tanto el espacio vertical como el horizontal es de 1X.

## VERSIONES CROMÁTICAS

Según las características técnicas del trabajo podrán utilizarse distintas versiones para la reproducción de material.

En este caso isotipo, por sus múltiples usos debe permitir contar con versiones figura y fondo. Además de poder funcionar correctamente en positivo y negativo sin cambiar su significado ni percepción visual.



Dirección General de Vida Estudiantil  
Versión a full color



Dirección General de Vida Estudiantil  
Versión a una sola tinta



Dirección General de Vida Estudiantil  
Versión a una sola tinta



Dirección General de Vida Estudiantil  
Versión a una sola tinta



Dirección General de Vida Estudiantil  
Versión a escala de grises



Dirección General de Vida Estudiantil  
Versión en positivo



Dirección General de Vida Estudiantil  
Versión en negativo

Manual de Identidad Gráfica -DIGEVE- 17

## HOJA MEMBRETADA

Las medidas que se representan en la siguiente imagen (Figura no. 00) son aquellas que se aplicaran a los siguientes formatos:

- Carta: 8.5 x 11 pulgadas
- Oficio: 8.5 x 14 pulgadas

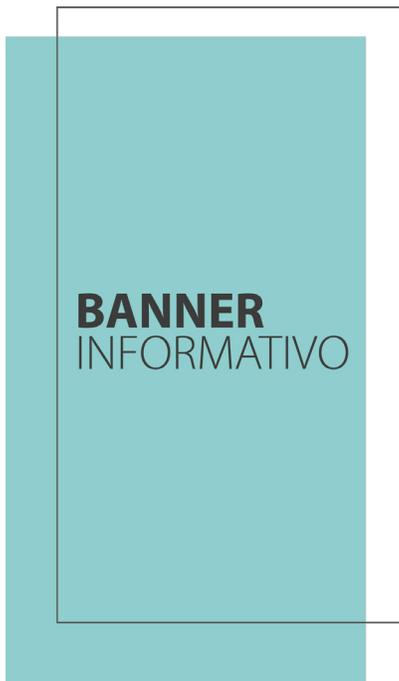
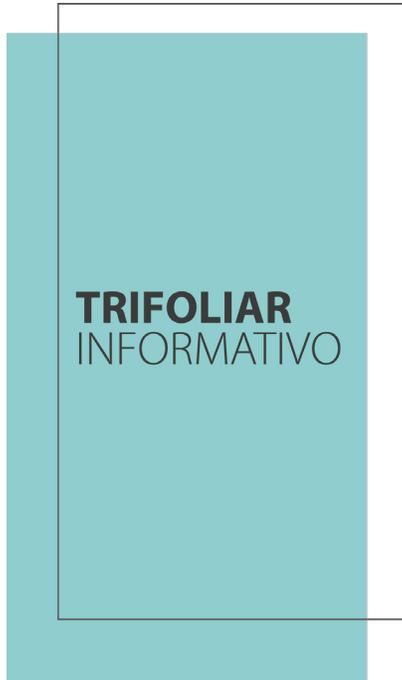


Arial Rounded MT Bpt.

Manual de Identidad Gráfica -DIGEVE- 26

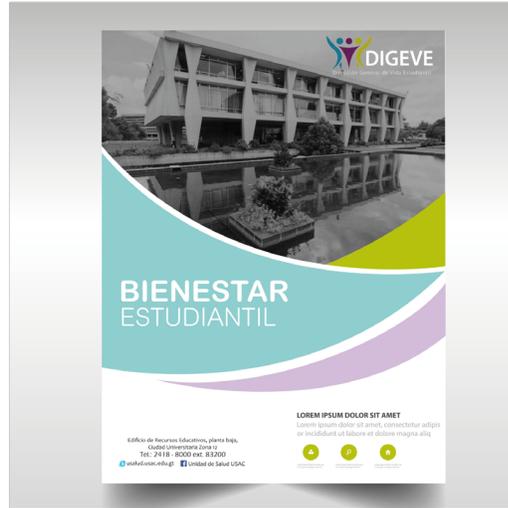


Banner Informativo: 200 cm. x 180 cm.



Banner Informativo: 160 cm. x 80 cm.

# CARTEL INFORMATIVO



Cartel Informativo: 18 pulg. x 12 pulg.

# PLANTILLA DE PRESENTACIÓN



## UNIFORME INSTITUCIONAL



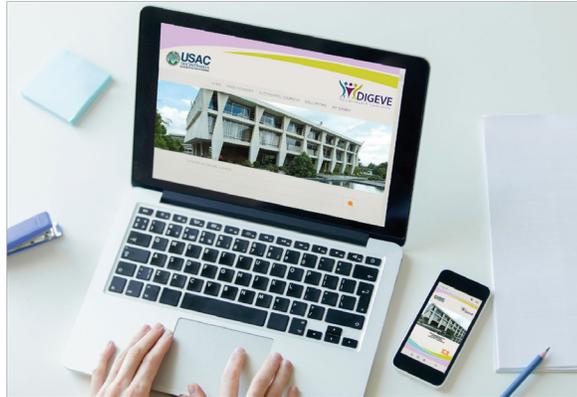
Los uniformes institucionales, cuentan con 4 diferentes tipos de diseño de camisa, ya que se pueden utilizar para las diferentes actividades que se realizan dentro de la universidad.

- Uniforme de diario (camisa manga corta)
- Actividades formales (camisa manga larga)
- Actividades no formales (camisa tipo polo)

## FACEBOOK FAN PAGE



## LANDING WEB PAGE



## PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL



## 6.2 PROCESO DE VALIDACIÓN

### 6.2.1 NIVEL 1 DE VALIDACIÓN

(Autoevaluación y compañeros de estudio de Diseño Gráfico)

Al realizar el primer nivel de bocetaje se cuenta por lo menos con tres posibilidades distintas de diseño o de alguna parte de una pieza de diseño más compleja. para seleccionar la mejor opción nos valemos de nuestro criterio y experiencia como diseñadores a través de la autoevaluación.

La autoevaluación es un procedimiento objetivo, que permite determinar cuál de las propuestas desarrolladas reúnen las condiciones necesarias para continuar trabajando en ellas. se pondera de 1 a 3 puntos para cada uno de los aspectos proporcionados.

**Instrucciones:** coloca del 1 al 3 según los criterios establecido en cada logotipo, tomando en cuenta:

**1. Poco 2. Medio 3. Máximo**

		Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Abstracción	Imagen	Diagramación	Tipografía	Color	RESULTADO
OPCIONES										
										
										

Figura 31.

## 6.2.2 NIVEL 2 DE VALIDACIÓN

(Grupo objetivo y autoridades PIVS)

Al realizar los cambios examinados y sugeridos, por compañeros de estudio, se procede a realizar el siguiente nivel de validación, con el grupo objetivo y las autoridades de PIVS (Promoción e Información de Vida Saludable).

Para esta entrevista, se presentó el material a cada uno de los evaluadores, se le explicó la función de cada pieza y en que momento puede ser utilizada.

Resultados de la misma se pueden ver en Anexo No. 2



Figura 32.



Figura 33.



Figura 34.

## 6.2.3 NIVEL 3 DE VALIDACIÓN

(Grupo objetivo y Asesores Profesionales)

Al realizar los cambios examinados y sugeridos, por compañeros de estudio, se procede a realizar el siguiente nivel de validación, nuevamente las autoridades de PIVS (Promoción e Información de Vida Saludable) y asesores profesionales.

Para esta entrevista, se presentó el material a cada uno de los evaluadores, se le explicó la función de cada pieza y en que momento puede ser utilizada.

Resultados de la misma se pueden ver en Anexo No. 3



Figura 35.



Figura 36.

# 6.3 CÓDIGOS VISUALES

## 6.3.1 CÓDIGO CROMÁTICO

Nuestra percepción del color no depende solo de la pigmentación de las superficies físicas, también de la intensidad y el tipo de luz ambiente.

La paleta cromática de referencia consta de tres colores en sus diversos aspectos, los cuales sean las condiciones permitidas de impresión.

La psicología de estos colores son los siguientes:

- **AZUL:**

Color institucional de la universidad y de la División de Bienestar Estudiantil y sus áreas.

- **VERDE:**

Color que se utiliza en la Unidad de Salud, ya que es la unidad más grande que existe dentro de la división.

- **MORADO:**

Color que se utiliza para promover la equidad de género por parte de el apoyo económico de la división.



**Pantone D0A0-C**  
R: 142 G: 206 B: 206  
C: 48% M: 0% Y: 23% K: 0%  
HEX: #8ECECE



**Pantone E02E-C**  
R: 29 G: 115 B: 143  
C: 83% M: 39% Y: 30% K: 13%  
HEX: #1D738F



**Pantone A02L -C**  
R: 10 G: 70 B: 85  
C: 92% M: 54% Y: 46% K: 41%  
HEX: #0A4655



**Pantone COTO-C**  
R: 204 G: 204 B: 49  
C: 27% M: 8% Y: 89% K: 0%  
HEX: #CCC31



**Pantone E02E-C**  
R: 170 G: 168 B: 23  
C: 38% M: 21% Y: 100% K: 6%  
HEX: #AAA817



**Pantone A02L -C**  
R: 123 G: 121 B: 32  
C: 51% M: 36% Y: 100% K: 24%  
HEX: #7B7920



**Pantone AD00-C**  
R: 210 G: 187 B: 217  
C: 19% M: 30% Y: 2% K: 0%  
HEX: #D2BBD9



**Pantone M20L-C**  
R: 98 G: 29 B: 87  
C: 66% M: 100% Y: 29% K: 25%  
HEX: #621D57



**Pantone ZY0J -C**  
R: 55 G: 18 B: 52  
C: 76% M: 100% Y: 39% K: 59%  
HEX: #371234

## 6.3.2 CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Se denomina tipografía al estudio y clasificación de las diferentes familias o tipos de letras, así como el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes, mientras que la fuente es el juego completo de caracteres en cualquier diseño, cuerpo o estilo.

### MYRIAD PRO

Es una versión OpenType de la tipografía original Myriad. Se comercializó por primera vez en el año 2000, cuando Adobe decidió adoptar el estándar OpenType. Para los detalles de esta actualización Adobe encargó el trabajo a los diseñadores Christopher Slye y Fred Brady.

Comparándola con la original, esta familia tipográfica añade soporte para el juego de caracteres del alfabeto Latino extendido, Griego y Cirílico. Myriad Pro se lanzó inicialmente con treinta tipografías diferentes, a tres anchos diferentes y con cinco pesos por cada ancho, cada uno con sus respectivas ediciones en cursiva.



Dirección General de Vida Estudiantil

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 !"#\$%&/()=?;:¡

Myriad Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

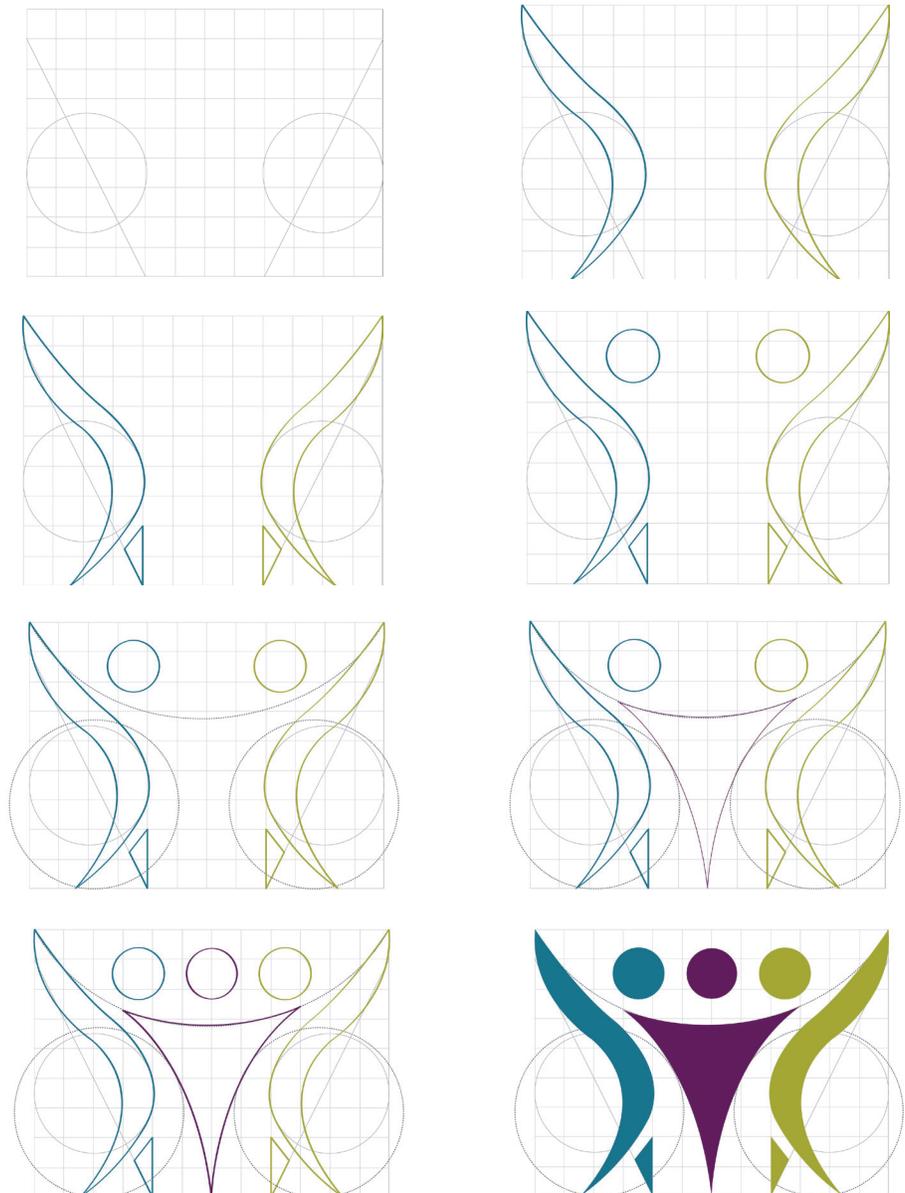
0123456789 !"#\$%&/()=?;:¡

**Myriad Pro Bold**

### 6.3.3 CÓDIGO DE FORMA

En el diseño se generan formas bidimensionales figurativas, naturales, artificiales, verbales, abstractas, caligráficas, orgánicas y geométricas, que son parte de los elementos que se integran a los mensajes de las propuestas gráficas a comunicar.

El código de forma para todos los materiales basados en este proyecto, nacen de sustracciones hechas al imagotipo de la Dirección General de Vida Estudiantil -DIGEVE-.



## 6.4 PRESUPUESTO

Es un supuesto o suposición, lo que podría indicarnos que se trata de algo previo y por lo tanto modificable. Aunque la realidad y el uso común del concepto no trasladan claramente a que una vez se presenta un presupuesto y este es aceptado por el cliente se debe respetar.

Por ello se realizó una cotización en distintos lugares, para hacer comparación de precios y alcanzar una resolución estándar.

<b>IDENTIDAD INSTITUCIONAL</b>	
Nueva Identidad Corporativa	
Diseño Imagotipo, Isotipo, Isologo	
Manual de Normas Gráficas	
<b>TOTAL</b>	<b>Q6,500.00</b>

<b>PAPELERIA INSTITUCIONAL</b>	
Hoja Membretada	
Tarjetas de Presentación	
Sobres no. 10	
Folder Troquelado	
<b>TOTAL</b>	<b>Q325.00</b>

<b>APLICACIONES</b>	
Trifoliar Informativo carta	
Afiche Informativo 11x17"	
Banner Informativo 2.00 x 0.90mts.	
Banner Informativo 1.60 x 0.60mts.	
<b>TOTAL</b>	<b>Q2,200.00</b>

### SOCIAL MEDIA

Redes Sociales (Facebook)

Lading Page

- Maquetación

- Diseño movil

- Banner Web

Presentación Power Point

**TOTAL Q12,300.00**

### UNIFORMES

Camisa/blusa manga larga

Camisa/blusa manga corta

Camisa/blusa tipo Polo

Gorras

**TOTAL Q545.00**

### HONORARIOS PROFESIONALES

Diseñador Gráfico EPS	Q30,000.00
-----------------------	------------

**TOTAL Q30,000.00**

**COSTOTOTAL DEL PROYECTO: Q51,870.00**

Este valor es una donación para la institución, debido a que los proyectos formaron parte del Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación, del estudiante como procedimiento académico y aporte a la sociedad.

## 6.5 LINEAMIENTOS PARA LA PUESTA EN PRÁCTICA

El manual de identidad gráfica cuenta con todas las herramientas requeridas para el uso correcto en la implementación de la imagen institucional de la Dirección General de Vida Estudiantil –DIGEVE– de la Universidad de San Carlos de Guatemala en todas sus posibles expresiones.

Resolviendo los diferentes ámbitos de comunicación con el objetivo de identificación y de inmediato reconocer la imagen institucional a través de distintas aplicaciones. Proporcionando a cada usuario la información y especificaciones necesarias para la correcta implementación de la misma.

La imagen institucional y todas las piezas gráficas, se presentan en un CD en formato digital editable en dos distintas versiones de uso:

- **VERSIÓN 1**

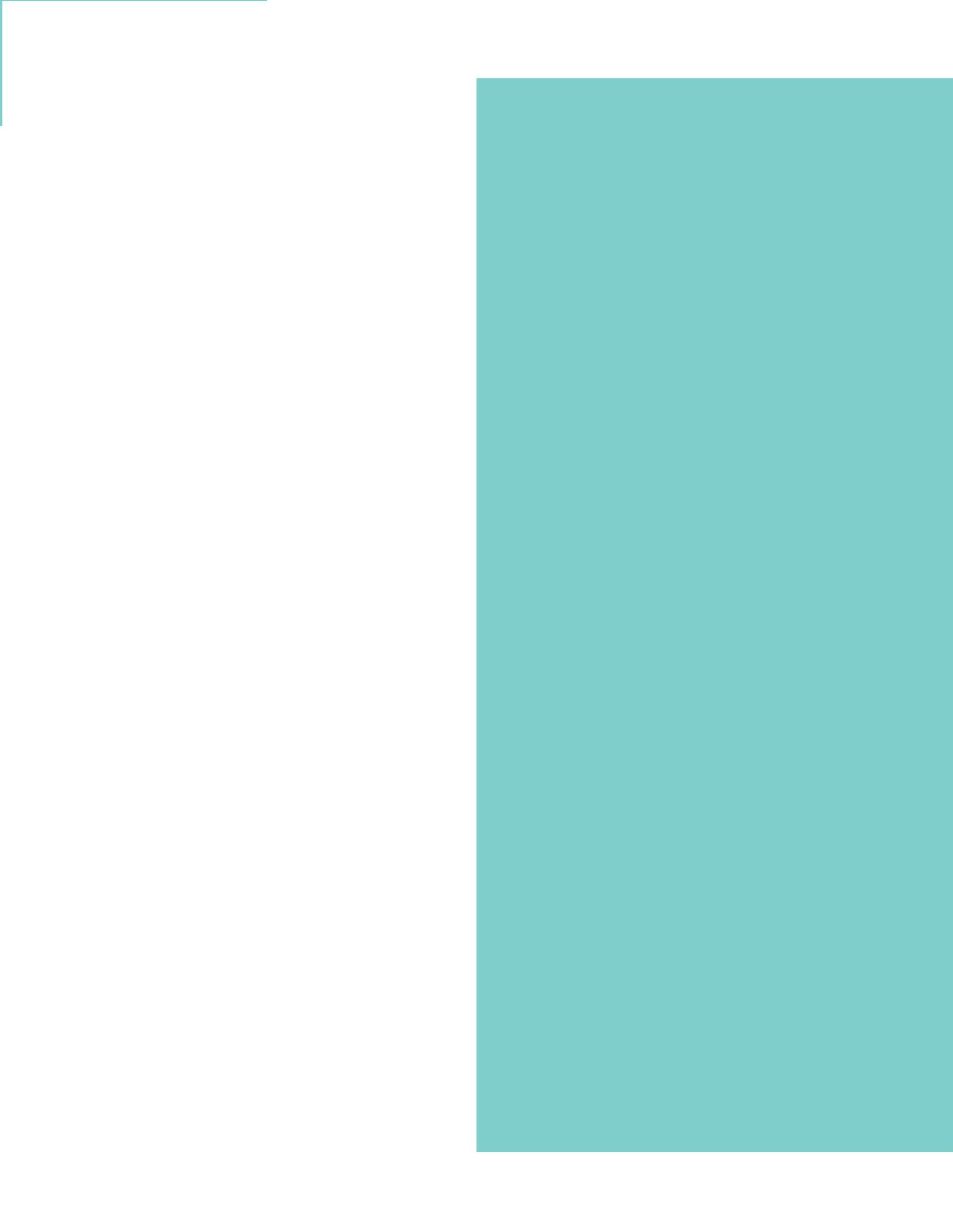
En esta versión se cuenta con la edición en su totalidad de la papelería y piezas de gráficas realizadas, las cuales estarán bajo la supervisión de la DIGEVE, esta misma estará encargada de proporcionar dicha información a quien desee realizar cambios o modificaciones, según la necesidad; siempre y cuando sea especificado o permitido por el manual de identidad gráfica.

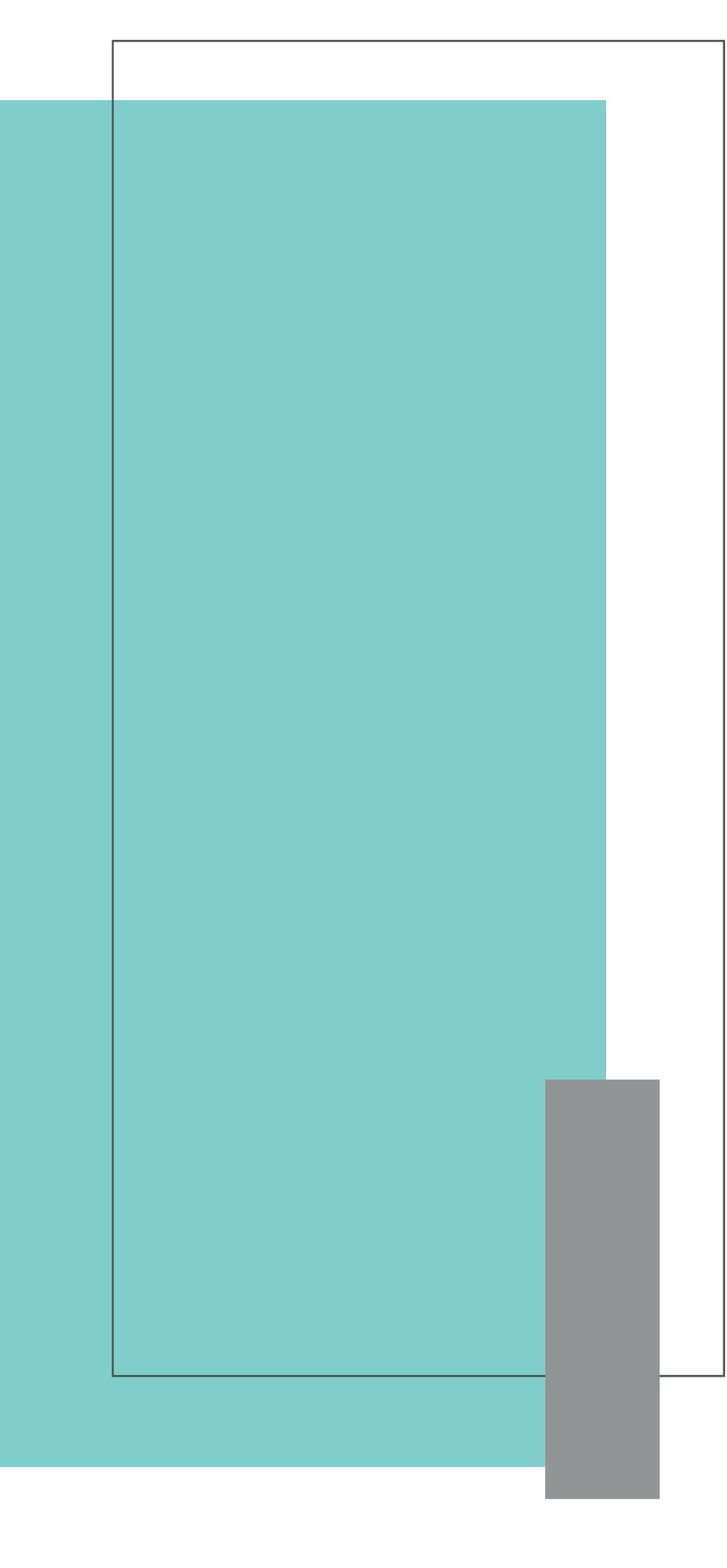
- **VERSIÓN 2**

En esta versión cuenta con un manual de normas gráficas para el correcto uso y manejo de la imagen institucional. En ella se proporcionan plantillas en distintos programas como Microsoft Word, archivos PDF y archivos de diseño como Ilustrador y Photoshop, donde se encontrarán artes finales preparadas para impresión.



Figura 37.





**SÍNTESIS**  
DEL PROCESO

**07**  
**CAPÍTULO**

## 7.1 LECCIONES APRENDIDAS

La elaboración del presente proyecto, para la nueva Dirección General de Vida Estudiantil de La Universidad de San Carlos de Guatemala, me ha otorgado dos perspectivas del trabajo realizado, la primera la enmarco en el ámbito profesional, la cual ha sido de mucha satisfacción por el trabajo en conjunto, de las diferentes ramas profesionales que se ven involucrados en un proyecto de tal magnitud. El poner al servicio de esta institución, los conocimientos adquiridos durante toda mi formación académica, dejan claro lo multidisciplinario y los alcances del Diseño Gráfico en la sociedad y específicamente en la Dirección General de Vida Estudiantil.

La segunda perspectiva es, desde el ámbito personal, ya que he valorizado de una manera tangible el trabajo de las diferentes instituciones que conforman la Universidad de San Carlos de Guatemala, las cuales otorgan distintos servicios de beneficio a la población estudiantil, docente y administrativa.

El Ejercicio Profesional Supervisado, cumple con la toma de conciencia y participación de nosotros como estudiantes, en la solución de los prioritarios y relevantes problemas que se No. presenten dentro del campo del Diseño Gráfico, y desde allí, llegar al descubrimiento de sus causales y consecuencias. Logrando ser así un instrumento y medio para vincular la academia con la sociedad cambiante de la actualidad. Con un fin último de superación mediante la realimentación con la experiencia adquirida de la realidad.

Esto me otorga una lección primaria: Debo ser partícipe, consecuente y ética en el proceso de formación, aportando soluciones con criterio científico acorde a los conocimientos adquiridos y enmarcado dentro de la realidad donde se propone intervenir. Todo esto con un alto sentido de responsabilidad y calidad para alcanzar los fines y objetivos trazados al inicio de todo proyecto.

## 7.2 CONCLUSIONES

Investigar para dominar, conocer para transformar, elementos precisos que se emplearon para trabajar y respaldar el material que conforma el Manual de Identidad Gráfica, para nueva Dirección General de Vida Estudiantil, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

La línea gráfica de la Dirección General de Vida Estudiantil, está conformada por piezas gráficas, fundamentadas en las necesidades de la población receptora y fortalecidas por los bienes y servicios que ofrece la DIGEVE. Logrando así una divulgación correcta y amplia.

El uso de las piezas que se proponen en este documento facilitará la comunicación entre las distintas áreas que conforman la dirección, tomando características propias de cada una de ellas, unificando criterios dando como resultado el Imagotipo, isologo, tipografía y colores institucionales. Todo esto para lograr transmitir información valiosa y crear una identidad del grupo objetivo mayoritario con la dirección.

Como toda actividad referente al diseño gráfico, es fundamental que el trabajo no sea individualizado y aislado, es más el diseñador debe ser el catalizador, de las diferentes disciplinas que posean injerencia ante la problemática, fundamentado así una respuesta que satisfaga a todos los involucrados, apegada a la realidad donde se implementara, versátil y perdurable en el tiempo.

## 7.3 RECOMENDACIONES

### A LA INSTITUCIÓN

Organizar y estructurar el trabajo para cumplir los objetivos colectivos del presente proyecto de una manera efectiva y segura. La propuesta otorgada posee lineamientos generales y transversales con los que se busca otorgar a la nueva Dirección General de Vida Estudiantil de La Universidad de San Carlos de Guatemala, una identidad gráfica de calidad, la cual debe estar sujeta a una evaluación con el transcurso del tiempo.

### A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

El Ejercicio Profesional Supervisado, debe seguir contribuyendo y beneficiando a las instituciones de interés dentro de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ya que la demanda existe y debe ser atendida por profesionales altamente comprometidos y que otorguen un trabajo ético y consciente a la realidad de la sociedad.

### A FUTUROS EPESISTAS

Ser consciente que el trabajo desempeñado en las instituciones donde se realiza el Ejercicio Profesional Supervisado, es reflejo de las enseñanzas y doctrinas de la Escuela de Diseño Gráfico y por ende debe ser ético y profesional, fundamentado con un criterio científico y acorde a las necesidades planteadas por las instituciones.

# 7.4 REFERENCIAS

## 7.4.1 DOCUMENTOS

- 7.4.1.1 González, F. J. (2011). BIENESTAR ESTUDIANTIL. Santiago, Chile.
- 7.4.1.2 Lara, N., Saldaña, Y., Fernández, N., & Delgadillo, H. (2 de julio de 2015). SALUD, CALIDAD DE VIDA Y ENTORNO. México, Xochimilco, México.
- 7.4.1.3 Parra, S. (14 de junio de 2016). Cómo hacer un manual de identidad corporativa. Madrid, España.
- 7.4.1.4 Pasquale, E. A. (septiembre de 2008). BIENESTAR SOCIAL. Buenos Aires, Argentina.
- 7.4.1.5 Sun, J. C. (Noviembre de 2005). Elaboración de Manual de Identidad Corporativa para la Coordinación Nacional de Museos de Guatemala.
- 7.4.1.6 Torres, A. J. (Mayo de 2010). PLAN DE INFORMACIÓN, EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN PARA PROMOVER ESTILOS DE VIDA SALUDABLE. Guatemala, Guatemala.

## 7.4.2 TESIS

- 7.4.2.1 Rojas, J. I. (Septiembre de 2013). Estrategia conceptual y gráfica de la Identidad Visual Institucional de la División de Desarrollo Académico -DDA- de la USAC. Guatemala, Guatemala.
- 7.4.2.2 Salazar, E. a. (Febrero de 2009). Rediseño de Logotipo paRa eL JaRdín Botánico de La UniveRsidad san caRLos de gUatemala. Guatemala, Guatemala.
- 7.4.2.3 Soto, R. A. (Julio de 2014). Estrategia de Comunicación de Imagen Institucional de la Organización Plan Internacional Guatemala. Guatemala, Guatemala, Guatemala.
- 7.4.2.4 Trujillo, M. E. (Mayo de 2017). Diseño de material gráfico como apoyo a la imagen institucional de la Sección Socioeconómica de la Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala, Guatemala.
- 7.4.2.5 Villavicencio, A. G. (Octubre de 2006). Proyecto de graduación "Manual de Normas Gráficas, aplicadas a un personaje de caricatura para un producto". Guatemala, Guatemala.

## 7.4.3 WEB

- 7.4.3.1 Blatom, K. R. (13 de Diciembre de 2015). Diseño Grafico. Obtenido de: <http://icosper.blogspot.com/>
- 7.4.3.2 Borges, V. (2017). Método Marketing. Obtenido de <http://metodomarketing.com/>
- 7.4.3.3 Paez, J. A. (31 de Agosto de 2001). Portal de Relaciones Públicas. Obtenido de RRPPnet: <http://www.rrppnet.com.ar/imageninstitucional.htm>

## 7.5 ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1. Rectoría Universidad de San Carlos de Guatemala. Linares, A. 2015. Página 3
- Figura 2. Rectoría Universidad de San Carlos de Guatemala. Linares, A. 2017. Página 4
- Figura 3. Panorámica Plaza de los Mártires Universidad de San Carlos de Guatemala. Maratonguate. 2012. Página 11
- Figura 4. Infografía Grupo Objetivo. Linares, A. 2017. Página 13
- Figura 5. Plaza de Entrada frente a Rectoría, Universidad de San Carlos de Guatemala. Linares, A. 2017. Página 19
- Figura 6. Edificio de Recursos Educativos Universidad de San Carlos de Guatemala. Linares, A. 2017. Página 26
- Figura 7. Plaza de los Mártires Universidad de San Carlos de Guatemala. Linares, A. 2017. Página 27
- Figura 8. Autoridades PIVS, Unidad de Salud, Universidad de San Carlos de Guatemala. García, K. 2017. Página 28
- Figura 9.
- Figura 10. Logotipo Universidad de San Carlos de Guatemala. DIGI USAC. 2017. Página 34
- Figura 11. Logotipo Dirección General de Investigación DIGI, Universidad de San Carlos de Guatemala. DIGI USAC. 2017. Página 34
- Figura 12. Logotipo Bienestar Estudiantil Universidad de San Carlos de Guatemala. PIVS. 2012. Página 34
- Figura 13. Logotipo Instituto de la Mujer de la Universidad de San Carlos de Guatemala IUMUSAC. IUMUSAC. 2016. Página 35
- Figura 14. Logotipo Sección Socio-económica Universidad San Carlos de Guatemala. Rubio, M. 2016. Página 35
- Figura 15. Logotipo Orientación Vocacional. PIVS. 2012. Página 35
- Figura 16. Logotipo Dirección General de Docencia Universidad de San Carlos de Guatemala. DDA. 2012. Página 35
- Figura 17. Estrategia de Diseño: 6W. Linares, A. 2017. Página 36 y 37
- Figura 18. Estrategia de Diseño: Mapa de empatía. Linares, A. 2017. Página 38 y 39
- Figura 19. Estrategia de Diseño: Spice Poems. Linares, A. 2017. Página 40 y 41
- Figura 20. Técnica de Investigación: El Arte de Preguntar. Linares, A. 2017. Página 42

- Figura 21. Técnica de Investigación: Lluvia de Ideas. Linares, A. 2017. Página 43
- Figura 22. Técnica de Investigación: Identificación o Empatía. Linares, A. 2017. Página 44
- Figura 23. Diseño de Propuestas Gráfica de Imagotipo. Linares, A. 2017. Página 51
- Figura 24. Diseño Propuesta Final de Imagotipo. Linares, A. 2017. Página 53
- Figura 25. Tarjeta de Presentación tiro. Linares, A. 2017. Página 54
- Figura 26. Tarjeta de Presentación Retiro. Linares, A. 2017. Página 54
- Figura 27. Sobre No. 10 Tiro. Linares, A. 2017. Página 55
- Figura 28. Sobre No. 10 Retiro. Linares, A. 2017. Página 55
- Figura 29. Carta Membretada. Linares, A. 2017. Página 56
- Figura 30. Folder tamaño carta. Linares, A. 2017. Página 56
- Figura 31. Prueba de Validación nivel 2. Linares, A. 2017. Página 66
- Figura 32. Prueba de Validación nivel 2. Linares, A. 2017. Página 67
- Figura 33. Prueba de Validación nivel 2. Linares, A. 2017. Página 67
- Figura 34. Prueba de Validación nivel 2. Linares, A. 2017. Página 67
- Figura 35. Prueba de Validación nivel 2. Linares, A. 2017. Página 68
- Figura 36. Prueba de Validación nivel 2. Linares, A. 2017. Página 68
- Figura 37. Rectoría Universidad de San Carlos de Guatemala. Linares, A. 2017. Página 75

# 7.6 ANEXO

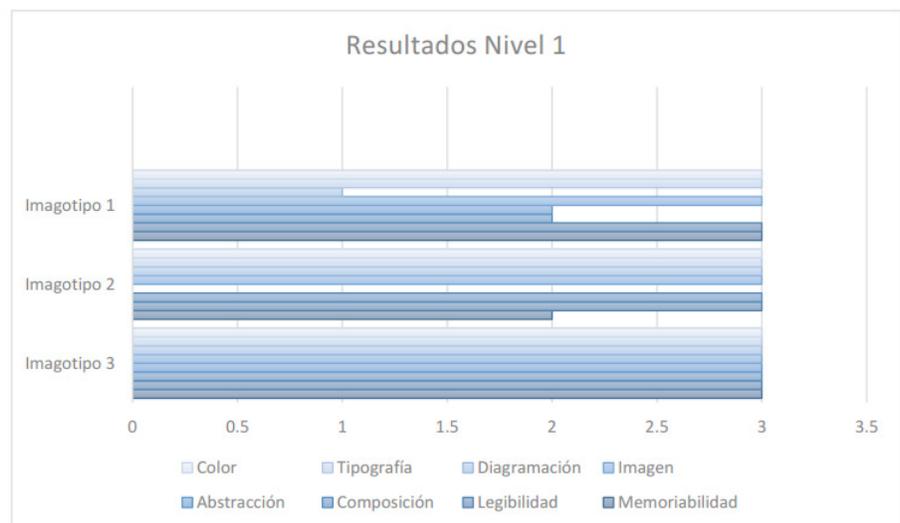
## 7.6.1 ENCUESTAS Y RESULTADOS DE VALIDACIONES

**Instrucciones:** coloca del 1 al 3 según los criterios establecido en cada logotipo, tomando en cuenta:

**1. Poco 2. Medio 3. Máximo**

OPCIONES		Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Abstracción	Imagen	Diagramación	Tipografía	Color	RESULTADO
		3	3	2	2	3	1	3	3	20
		2	3	3		3	3	3	3	20
		3	3	3	3	3	3	3	3	24

Anexo 1



Anexo 2

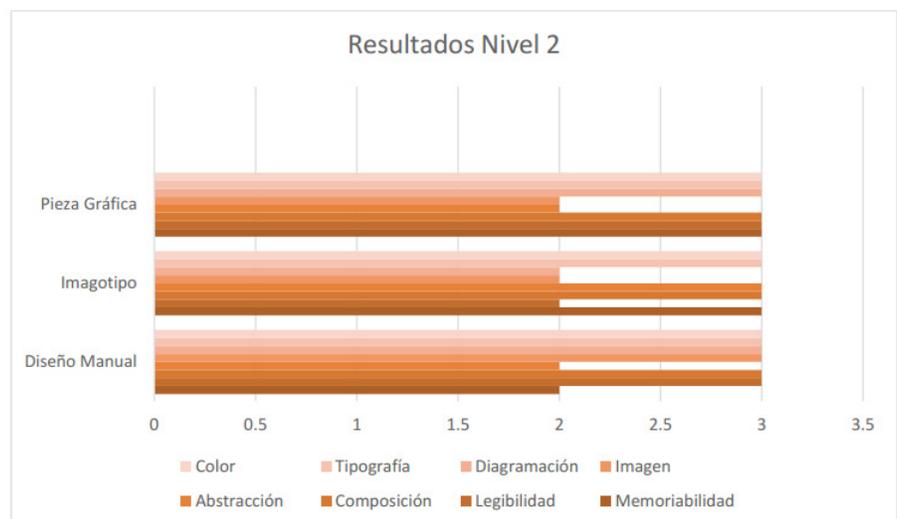
Gráfica No. 1 resultados de validación realizada a compañeros de la carrera de diseño gráfico, autoridades de PIVS, y autoevaluación del nivel 1 del proceso de validación. (págs. 66)

**Instrucciones:** coloca del 1 al 3 según los criterios establecido en cada opción, según las imágenes presentadas.

1. Poco 2. Medio 3. Máximo

OPCIONES	Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Abstracción	Imagen	Diagramación	Tipografía	Color	RESULTADO
	Línea Gráfica	2	3	3	2	3	3	3	22
	Aplicaciones	3	3	3	3	2	2	3	21
	Piezas Gráficas	3	3	3	2	2	3	3	22

Anexo 3



Anexo 4

Gráfica No. 2 resultados de la validación realizada a grupo objetivo, autoridades de PIVS y DIGEVE, y asesores profesionales especialistas en el tema. (pág. 67)

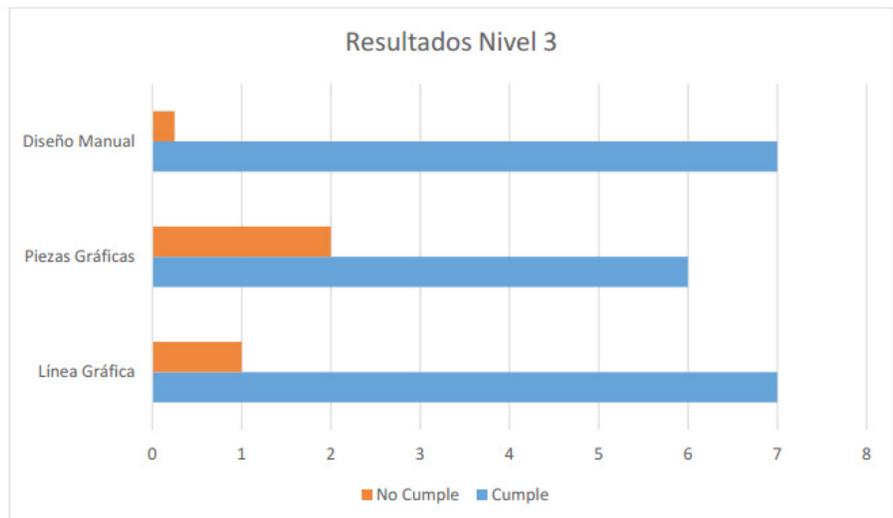
**Instrucciones:** Marca según tu criterio cada una de las opciones solicitadas.

✓ **Cumple**

✗ **No Cumple**

OPCIONES	Memorabilidad	Legibilidad	Composición	Abstracción	Imagen	Diagramación	Tipografía	Color	RESULTADO
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	90%
	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	80%
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	100%

Anexo 5



Anexo 6

Gráfica No. 3 resultados de la validación realizada, autoridades de PIVS y DIGEVE, y asesores profesionales especialistas en el tema. (pág. 68)

## 7.6.2 COTIZACIONES REALIZADAS

Cotización de Diseño de las piezas gráficas, realizadas para la DIGEVE.



### COTIZACION

Fecha:	15/12/2017
No. de Cotización:	521

Nit: 5684743-2

Señorita: Anna Linares  
Presente

Es un gusto para nosotros saludarle y desearle éxitos en sus actividades cotidianas, tenemos el agrado de presentarle la siguiente cotización; como a continuación se detalla:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	PRECIO
1	Diseño Línea grafica para DIGEVE	Q 200.00	Q 200.00
1	Diseño de Manual de Normas Graficas	Q 600.00	Q 600.00
1	Diseño para Banner Informativo Roll Up 2.00x0.90 mts.	Q 587.00	Q 587.00
1	Diseño para Banner Informativo Roll Up 1.60x0.80 mts.	Q 440.00	Q 440.00
1	Diseño para Cartel Informativo 11x18"	Q 990.00	Q 990.00
1	Diseño de Trifolear Informativo Tamaño carta	Q 750.00	Q 750.00
1	Diseño Pagina Web	Q 1,500.00	Q 1,500.00
1	Fan Page en Facebook	Q 300.00	Q 300.00
1	Diseño de Banner Informativo Web (5 piezas)	Q 200.00	Q 200.00
1	Presentación Power Point (Diseño plantillas)	Q 350.00	Q 350.00
1	Diseño para hojas membretadas	Q 400.00	Q 400.00
1	Diseño para sobres No. 10	Q 700.00	Q 700.00
1	Diseño para tarjeta de Presentacion, tiro.	Q 150.00	Q 150.00
1	Diseño para folder troquelado carta	Q 100.00	Q 100.00
1	Diseño para folder troquelado oficio	Q 100.00	Q 100.00
	TOTAL	Q	7,367.00

#### OBSERVACIONES IMPORTANTES

Forma de Pago: Contado

Tiempo de Entrega: en 5 días hábiles después de aprobado el diseño y realizado el 50% de anticipo a la cuenta 016-011019-3 - Litographic, Banco Industrial

El cliente acepta una variación de un 5% en cantidades y colores a imprimir.

Todos nuestros precios ya incluyen IVA.

Los días que laboramos son de Lunes a Jueves de 8:00am a 13:00pm y de 14:00pm a 18:00pm y Viernes a las 17.00 horas

Todo trabajo autorizado por el cliente no tiene cambio ni devolución.

Para todo trabajo se requiere la firma de autorizado por el cliente.

En el trabajo exclusivo de diseño se ofrecerá 1 propuesta y se trabajaran 3 cambios sobre la misma, propuestas adicionales tendrán un costo adicional.

Toda prueba se realizara aprobada la cotización sin ningun costo de lo contrario tendra un valor.

**NOTA:** Cotización valida por los siguientes 10 días hábiles

Anexo 7

## Cotización de Diseño de las piezas gráficas, realizadas para la DIGEVE.

**Arts & Graphics**  
ARTE · EDICIÓN · DISEÑO GRÁFICO · MULTIMEDIA  
WWW.ARTESYGRAFICOS.NET

ENERO de 2018

Estimada Licda. Anna Linares:

Tenemos el gusto de presentarle la propuesta económica, que incluye las siguientes piezas gráficas:

**Diseño de línea gráfica:**

- Imagen corporativa, logotipo, leyenda, tipografía, colores institucionales.
- Diseño de manual para normas gráficas.
- Papelería (Hojas membretadas, sobres no.10, tarjetas de presentación, folder troquelado, carta y oficio)
- Diseño de trífoliar Informativo Tamaño carta full color

Costo : Q6,500.00

Se entregan todos los diseños en formato editable de alta resolución

502 30101835 info@artsandgraphics.net

**Arts & Graphics**  
ARTE · EDICIÓN · DISEÑO GRÁFICO · MULTIMEDIA  
WWW.ARTESYGRAFICOS.NET

ENERO de 2018

Estimada Licda. Anna Linares:

Tenemos el gusto de presentarle la propuesta económica, que incluye las siguientes piezas gráficas:

- Diseño e impresión de Banner Informativo full color, alta resolución Roll Up 2.00x0.80 mts.
- Diseño e impresión de Banner Informativo full color, alta resolución RollUp 1.60x0.60 mts.
- Cartel Informativo 11x18" lona vinílica full color alta resolución.

Costo : Q 2,200.00

Se entregan todos los diseños en formato editable de alta resolución.

502 30101835 info@artsandgraphics.net

**Arts & Graphics**  
ARTE · EDICIÓN · DISEÑO GRÁFICO · MULTIMEDIA  
WWW.ARTESYGRAFICOS.NET

ENERO de 2018

Estimada Licda. Anna Linares:

Tenemos el gusto de presentarle la propuesta económica, que incluye lo siguientes uniformes:

- Camisa - blusa manga larga 1 bordado full color Q195.00 por unidad
- Camisa - blusa manga corta 1 bordado full color Q185.00 por unidad
- Camisa - blusa tipo polo 1 bordado full color Q115.00 por unidad
- Corras promocionales 1 bordado full color Q50.00 por unidad

\* Cantidades estimadas de 100 unidades en adelante.

502 30101835 info@artsandgraphics.net

**Arts & Graphics**  
ARTE · EDICIÓN · DISEÑO GRÁFICO · MULTIMEDIA  
WWW.ARTESYGRAFICOS.NET

ENERO de 2018

Estimada Licda. Anna Linares:

Tenemos el agrado de presentarle la propuesta para el nuevo diseño y programación de sitio web [www.suinstitucion.com](http://www.suinstitucion.com)

- Propuesta de diseño contemporáneo
- Estructura del sitio: Menú de inicio, Horarios de atención, Noticias y ofertas, Catálogo de servicios, Formulario de contacto, Mapa de contacto y Acceso a las redes sociales
- 10 Actualizaciones al año, de los contenidos
- Programación S.E.O (motores de búsqueda en Google)
- Acceso a estadísticas del sitio web (procedencia geográfica, dispositivo utilizado, contenido más visitado)
- Inlcuye hosting y dominio por un año sin costo adicional

Costo único: Q5,800.00

502 30101835 info@artsandgraphics.net

Anexo 8

Cotización de Impresión de las piezas gráficas, realizadas para la DIGEVE.

COTIZACIÓN NO.	A-12,807
FECHA	15/01/2017
COTIZACIÓN VÁLIDA POR	7 días hábiles
TIEMPO DE ENTREGA	De 03 a 05 días hábiles
FORMA DE PAGO	Efectivo
PREPARADA POR	Pablo Villeda



CONTÁCTENOS, S.A.  
NIT. 4436888-7

CLIENTE Anna Linares TELÉFONO \_\_\_\_\_

E-MAIL annalinares91@gmail.com CELULAR \_\_\_\_\_

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Creación de piezas graficas DIGEVE con entrega de editable, exceptuando Diseño de páginas WEB y Fanpage de Facebook.	Q 5,500.00	Q 5,500.00
			<b>Q 5,500.00</b>

La variación del color del trabajo puede ser +/- 5% • Forma de pago: 50% de anticipo y 50% contra entrega  
Una vez firmada la cotización, esta puede ser tomada como orden de compra  
y el cliente acepta los diseños como artes finales.

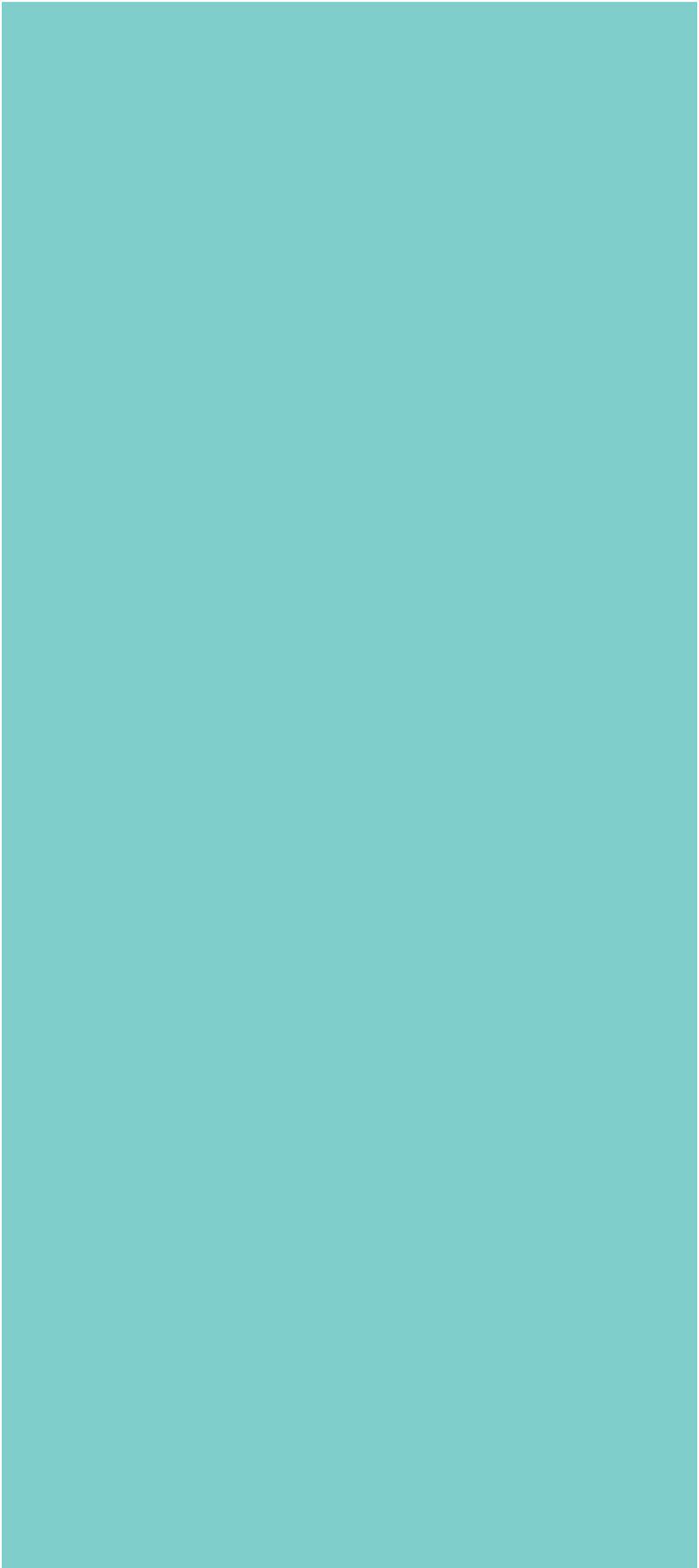
**NOTA** Si al momento de recibir el material hay cambios de las especificaciones cotizadas, el valor de esta cotización está sujeto a revisión.

\_\_\_\_\_  
Firma de Aceptado

\_\_\_\_\_  
Fecha

☎ 2473-8095 // 4740-6809    ✉ cotizaciones@lastminute.net.gt    www.lastminute.net.gt    f

Anexo 9



Guatemala, febrero 03 de 2020.

Señor Decano  
Facultad de Arquitectura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Presente.

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento que con base en el requerimiento de la estudiante de la Escuela de Diseño Gráfico - Facultad de Arquitectura: **ANNA MARTHA ELENA LINARES PAZ**, Carné universitario: **201016337**, realicé la Revisión de Estilo de su proyecto de graduación titulado: **MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE VIDA ESTUDIANTIL DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, previamente a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

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

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



Lic. Maricella Saravia  
Categoría 10804

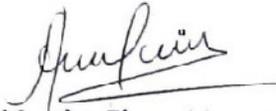
Lic. Maricella Saravia de Ramírez  
Categoría 10,804

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

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

Teléfonos: 3122 6600 - 2252 9859 - - maricellasaravia@hotmail.com

Manual De Identidad Gráfica para la Dirección General de Vida Estudiantil  
de la Universidad de San Carlos de Guatemala  
Proyecto de Graduación desarrollado por:



Anna Martha Elena Linares Paz

Asesorado por:



Lic. Carlos Enrique Franco Roldan



*María Berthila Gutiérrez*  
Licenciada en Diseño Gráfico, Colegiada #221

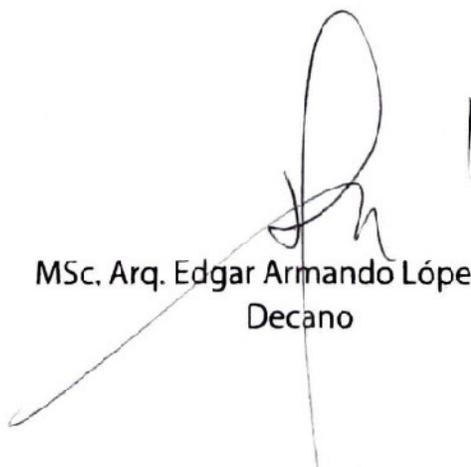
Licda. María Berthila Gutiérrez



Licda. Karla García de Jiménez

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos  
Decano