



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

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño de material gráfico editorial para el fortalecimiento institucional dirigido al personal interno de Cruz Roja Guatemalteca ubicada en zona 1 ciudad de Guatemala

Elaborado por:
Aldrin Alexander Cush Román





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

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Diseño de material gráfico editorial para el fortalecimiento institucional dirigido al personal interno de Cruz Roja Guatemalteca ubicada en zona 1 ciudad de Guatemala

Proyecto desarrollado por:

Aldrin Alexander Cush Román

Para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico

Guatemala, agosto de 2022

"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"

The background features a complex 3D geometric composition. It includes several spheres of varying sizes, some with a metallic sheen and others with a matte finish. There are also thick, curved lines and bands, some of which are partially cut off by the edges of the frame. A prominent feature is a large, thick, curved band in the lower-left quadrant. Another thick band is visible in the upper-right quadrant. The overall aesthetic is clean, modern, and architectural.

NÓMINA DE AUTORIDADES

Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I, Decano en funciones

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barrillas
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez
Vocal V

Ma. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría
Secretario Académico

Tribunal examinador

Licda. Andrea Elisa Valle Pineda
Asesora Metodológica

Licda. Ana Carolina Aguilar Castro de Flores
Asesora Gráfica

Licda. María de los Ángeles Rossell Ramírez
Tercera asesora

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

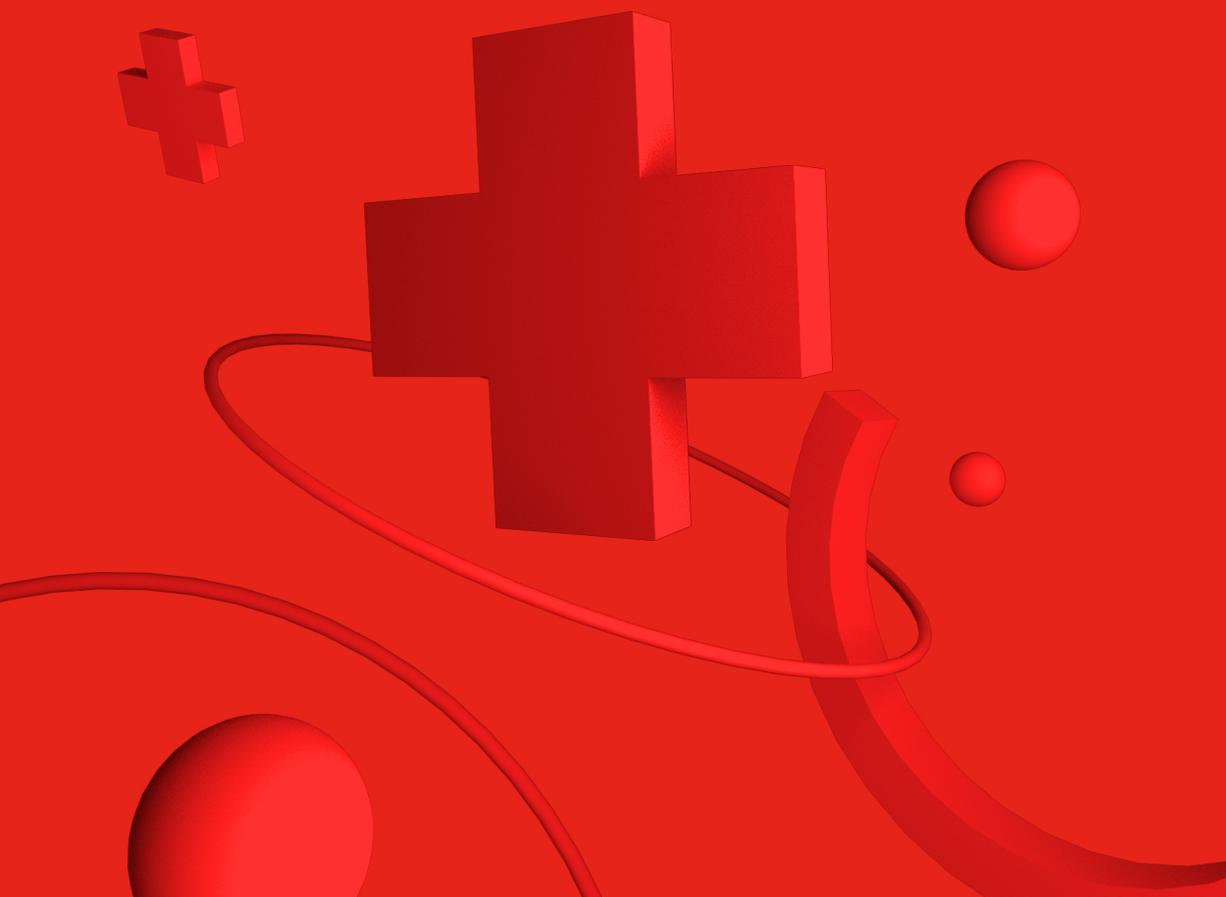
The background features a collection of 3D-rendered geometric shapes in a light gray color. At the top right is a rectangular object with a grid-like pattern. To its left is a cross-like shape with thick arms. A large, thin arc curves across the middle of the page, with a sphere positioned inside it. Below the text, there is another thin arc, a sphere, and a larger, thick, curved shape on the left side. A small sphere is also located near the bottom center.

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

A Dios: Por la oportunidad de haber finalizado este el proceso de educación. A mi padre Enrique Cush y mi madre Sandra Román: Por la paciencia y el apoyo incondicional, por estar presentes en todo momento y brindarme su amor, comprensión y sabiduría durante cada etapa de mi vida. A mis amigos de la facultad: Por su apoyo y amistad. A mis asesoras: Carolina Aguilar, Andrea Valle y María de los Ángeles Rossell, por su compromiso y dedicación en los materiales realizados durante el tiempo de este proceso. A la institución Cruz Roja Guatemalteca: Por permitirme realizar este proyecto.

¡Muchas gracias!

ÍNDICE



CAPÍTULO 01

1.	Introducción.....	13
1.1	Antecedentes.....	16
1.2	Problema de comunicación visual....	18
1.3	Focalización el problema.....	19
1.4	Justificación de proyecto.....	21
1.5	Objetivos.....	24

CAPÍTULO 02

...	2.	Perfil de institución.....	27
	2.1	Características del sector social	28
	2.2	Historia	29
	2.3	Organigrama de la Cruz Roja Guatemalteca	31
	2.4	Filosofía.....	32
	2.5	Principios fundamentales	33
	2.6	Valores Humanitarios.....	34
	2.7	Actividades que realizan.....	35
	2.8	Proyectos de Cruz Roja Guatemalteca	37
	2.9	Delegaciones de Cruz Roja Guatemalteca	38
	2.10	Medios de Comunicación.....	39
	2.11	Perfil de grupo objetivo	40
	2.12	Antecedentes gráficos	41

CAPÍTULO 03

3.1	Resumen de brief.....	46
3.2	Retrato visual.....	48
3.3	Técnicas creativas.....	50
	3.3.1 Mapamental.....	50
	3.3.2 Relaciones forzadas.....	52
	3.3.3 Baraja de fotos.....	54



CAPÍTULO 04

4.1	Flujograma.....	62
4.2	Cronograma.....	64
4.3	Previsión de costos.....	66

CAPÍTULO 05

5.1	Ensayo social..... (Institución de ayuda al pueblo guatemalteco)	70
5.2	Ensayo Ético..... (El diseño y su aporte a ONG)	74

CAPÍTULO 06

6.1	Nivel 1 de visualización.....	80
6.2	Nivel 2 de visualización.....	86
6.3	Nivel 3 de visualización.....	97
6.4	Descripción y lineamientos.....	106
6.5	Previsión de costos.....	135

CAPÍTULO 07

7.1	Lecciones aprendidas.....	138
-----	---------------------------	------------

CAPÍTULO 08

8.1	Conclusiones.....	140
-----	-------------------	------------

CAPÍTULO 09

9.1	Recomendaciones.....	142
-----	----------------------	------------

CAPÍTULO 10

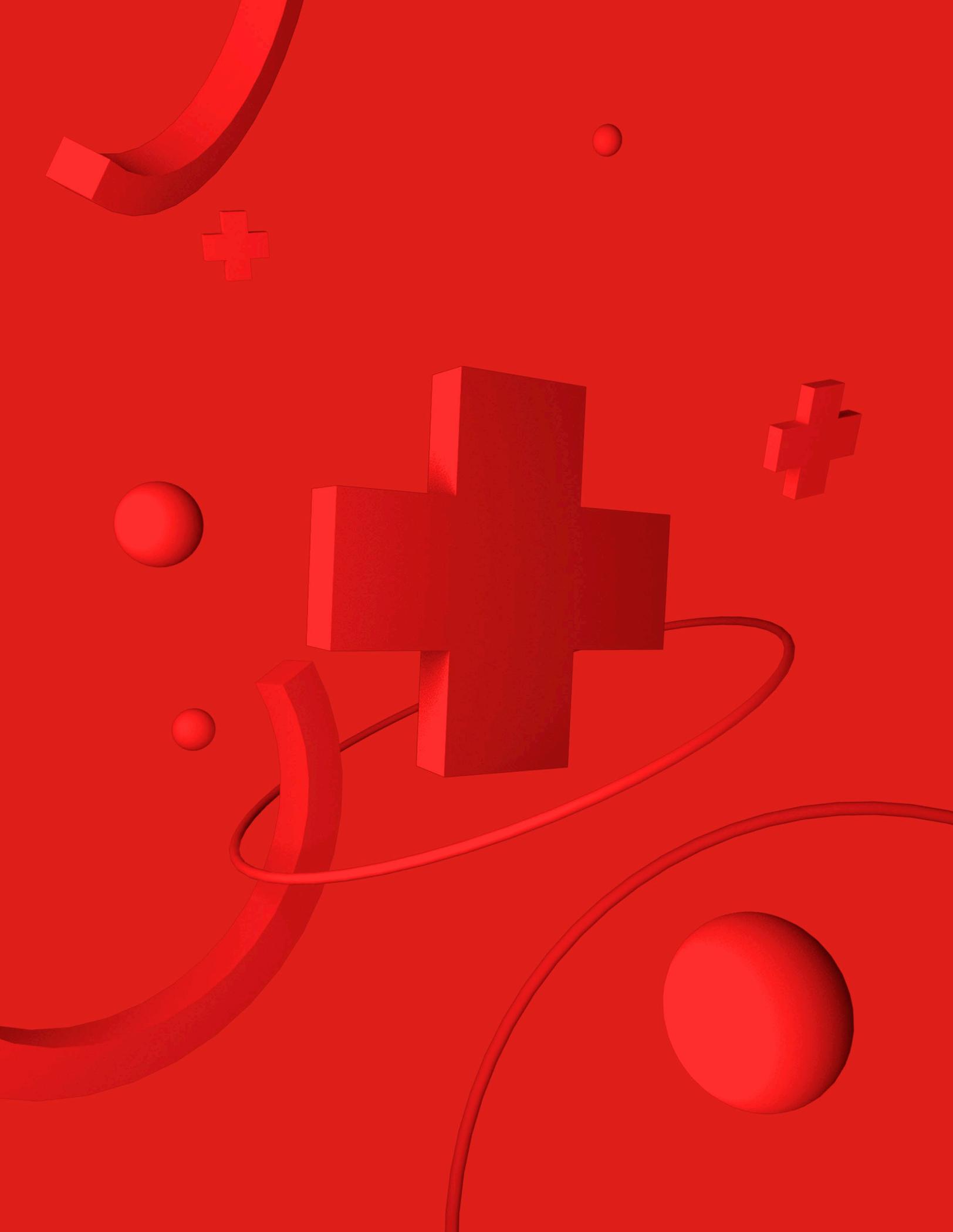
10.1	Fuentes consultadas.....	144
10.2	Anexos.....	146

The image features a minimalist, monochromatic 3D composition of various geometric shapes. At the top right, there is a complex, multi-faceted object resembling a stylized letter 'L' or a bracket. To its left is a simple 3D cross. A large, thin, curved line arches across the upper middle section, with a sphere positioned at its peak. Below this, the word 'PRESENTACIÓN' is centered in a bold, sans-serif font. In the lower half, another curved line is visible, accompanied by a sphere and a smaller, more intricate 3D object. The bottom left corner shows a thick, curved band. The overall aesthetic is clean and modern, using light gray and white tones against a light gray background.

PRESENTACIÓN

Este proyecto consta del proceso metodológico, proceso creativo validación y propuesta final para la resolución del problema de comunicación visual que se enfrenta Cruz Roja Guatemalteca con el propósito de ayudar al programa del fortalecimiento insitucional, brindando material gráfico que pueda fomentar la esencia de la institución al personal voluntario y asalariado que conforman dicha insitución, principalmente en la sede central, y posteriormente ser distribuido a todas las 21 delegaciones que se encuentran en Guatemala.

El proyecto consta del diseño y diagramación de un brand book donde se puede encontrar la esencia de la institución, elaboración de línea gráfica para la institución, aplicaciones de material para uso del imagotipo y sus debidos lineamientos de uso.



CAPÍTULO

1

- Antecedentes
- Problema de comunicación visual
- Focalización el problema
- Justificación de proyecto
- Objetivos

1.1 ANTECEDENTES

Las acciones que Cruz Roja Guatemalteca ofrece son: Voluntariado, salud, gestión de riesgos a desastres, desarrollo organizativo, soporte a delegaciones y capacitaciones.

*“Los componentes del movimiento internacional de Cruz Roja y Media Luna Roja están conformados por: El comité internacional de Cruz Roja, Las sociedades Nacionales de la Cruz Roja y de la Media Luna, La Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja. y de aquí es donde se desprende Cruz Roja Guatemalteca.”*¹

Los servicios de salud en Guatemala no llegan a todos los lugares donde se necesita, siendo *una población de 18,055,025 Millones de habitantes*, es por esto que Cruz Roja Guatemalteca se propone como meta cubrir esos lugares, tratando de ofrecer una mejor calidad de vida para el ciudadano guatemalteco, la sede central está situada en 3ra. Calle 8-40, Zona 1 ciudad de Guatemala. La ciudad cuenta con una población de *3,573,179 millones de habitantes.*²

¹ Cruz Roja Guatemalteca, Plan estratégico 2017-2020, acceso 31 de julio de 2020.

² Instituto Nacional De Estadística, Estimaciones de la población total por municipio, periodo 2008.2020, acceso 31 de julio de 2020, [http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio\(1\).pdf](http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio(1).pdf)



Cruz Roja Guatemalteca funciona con la colaboración de personal de **200 asalariados y 1500** voluntarios los cuales se encuentran distribuidos en las 21 delegaciones en 12 departamentos del país. La institución se esfuerza por trabajar en beneficio del ciudadano guatemalteco, por medio del desarrollo organizativo comprendido en: voluntariado, fortalecimiento institucional y movimiento de recursos.

Por lo anteriormente expuesto, la cantidad de personas que la institución atiende es demasiada para el personal tan limitado con el que cuenta la institución. El fortalecimiento institucional, una de las principales columnas de la institución, afecta considerablemente en el apoyo que se brinda, además de la falta de

insumos que la institución necesita para un mejor funcionamiento.

Actualmente la Institución está interesada en el fortalecimiento institucional por medio del personal, en el sentido de que desea brindar un servicio de mayor calidad y compromiso por parte del personal que pueda satisfacer las necesidades no atendidas del ciudadano guatemalteco. ya que actualmente el personal institucional atiende un número considerable considerando el número de delegaciones que existen en el país y que alcanzan el 60% de los departamentos.

Los servicios que brinda el personal, entre otros, consisten en: *“Gestión de riesgos de desastres, Formación integral, inclusión social y desarrollo organizativo”*.³

³ Cruz Roja Guatemalteca, Plan estratégico 2017-2020, acceso 31 de julio de 2020.

1.2 PROBLEMA DE COMUNICACIÓN VISUAL

Escaso conocimiento por parte del personal de Cruz Roja Guatemalteca acerca de la identidad de la institución, imagen (uso correcto de imago tipo), principios valores lo que demuestra debilidad en el programa de desarrollo organizativo y carencia de fortalecimiento institucional que rige toda institución.

El imago tipo que utilizan en redes social varía en color, tamaño y estilo de texto que ha creado irregularidades de reconocimiento por parte del público, tanto que ha circulado información falsa en redes sociales y muchas personas interactúan con la publicación, creyendo que es verdadera, esto como consecuencia de que no hay establecido un correcto uso de imago tipo y línea gráfica. En redes sociales Cruz

Roja Guatemalteca cuentan con aproximadamente: *66,956 seguidores en Facebook; 4,065 seguidores en instagram; 43,000 seguidores en twitter y 605 seguidores en YouTube teniendo hasta 47,000 visualizaciones*

En ocasiones el personal expone a la institución debido a acciones que realizan tanto en redes como en el movimiento interno y externo de la institución. En tal sentido se supone que los miembros de voluntariado y el personal asalariado no han podido empatizar totalmente con la imagen de la institución y hacer propios los valores y principios que la representan.

1.3 FOCALIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué?

Informar acerca de un correcto uso de la imagen de la institución de Cruz Roja Guatemalteca.

¿Quién?

Personal asalariado y voluntarios de Cruz Roja Guatemalteca.

¿Pora qué?

Para prevenir cualquier degradación a la imagen institucional, por medio de actos y usos incorrectos de la imagen de Cruz Roja guatemalteca.

¿Por qué?

Según entrevistas realizadas a la coordinadora de diseño y comunicación de Cruz Roja Guatemalteca, la mayoría del personal asalariado y voluntario no suele tener cuidado con la imagen de la institución.

¿Cómo?

Por medio de material gráfico que unifique principios y valores institucionales así como todo lo referente al correcto uso de imago tipo e imagen en general.

¿Cuándo?

2020 mes de julio, agosto, septiembre y octubre.

¿Dónde?

Ya que el material está dirigido para el personal involucrado en Cruz Roja Guatemalteca, este se realizará con el fin de proporcionar a las demás sedes en todo el país, desarrollando inicialmente en Ciudad de Guatemala, posteriormente será distribuido a los 21 departamentos y sus respectivos municipios.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE **PROYECTO**



TRASCENDENCIA

Al intervenir el proyecto en el programa de desarrollo organizativo de Cruz Roja Guatemalteca se apoya a la institución en mejorar la calidad de comunicación y la imagen que brinda a la sociedad. Asimismo, crea un vínculo entre personal y marca que permite un mayor fortalecimiento institucional para quienes la representan ante el público, transmitiendo los conceptos de lo que representa la institución.

El proyecto tendrá su primer contacto con la sede central, posteriormente será distribuido en las otras 21 delegaciones de todo el país, logrando así llegar a todo el personal que interviene en la institución.

INCIDENCIA

El proyecto fomentará un mejor manejo de la imagen en redes sociales y en forma presencial, ya que la imagen de la institución se mueve constantemente de manera digital y es necesario que el personal asalariado y voluntario comparta pertinentemente el material (fotos, comentarios) con la imagen correcta de la institución, por ejemplo: fotos y comentarios, así ellos sabrán que no deben compartir o publicar (ver anexo 1).

En redes sociales se esperan resultados más rápidos, ya que la institución cuenta con mucho material y contenido para informar y compartir, así como también el personal que muestra su intervención en las actividades que la institución realiza.

3

FACTIBILIDAD

Cruz Roja Guatemalteca cuenta con el apoyo económico para poder producir material gráfico impreso así como su uso y difusión. Cuenta con fácil acceso a información en cuanto a imago tipo e información institucional y adaptación de tiempo y espacio para análisis y recopilación de información. En tal sentido, da la oportunidad para poder movilizarse en la elaboración del proyecto que solucione el problema de comunicación visual. Además se cuenta con el total apoyo de la institución que está dispuesta a evaluar y aceptar propuestas para el fortalecimiento institucional tanto en diseños digitales como en material pop lo cual facilita la viabilidad del proyecto. Ya que se cuenta con el total apoyo de la institución.

1.5 OBJETIVOS

1

OBJETIVO GENERAL

Fomentar el correcto uso de la imagen de la Institución Cruz Roja Guatemalteca por medio de un brand book para el desarrollo organizativo del fortalecimiento institucional mostrando características técnicas y en promoción de un adecuado actuar individual dentro del marco de los principios y valores de la organización, que se verá reflejado en el servicio que ofrece al ciudadano guatemalteco.



2

OBJETIVO DE COMUNICACIÓN VISUAL

Mediar la información técnica de la imagen de Cruz Roja Guatemalteca, para lograr la comprensión tanto del personal que sí tiene conocimientos técnicos de diseño gráfico como del que no por medio de la implementación de elementos que simplifiquen y resalten las características más importante de la imagen de la institución.

3

OBJETIVO ESPECÍFICO

Diseñar un brand book para ayudar en la percepción de la imagen por parte del personal de Cruz Roja Guatemalteca, mostrando la esencia de la institución, a través de la aplicación de una diagramación minimalista y uso de la técnica de modelado 3D en las aplicaciones de imagotipo para apreciar mejor la aplicación donde se encuentra plasmada la imagen de la institución.



CAPÍTULO

2

- Características del
- sector social
- Historia
- Organigrama de la
- Cruz Roja Guatemalteca
- Filosofía
- Principios fundamentales
- Valores Humanitarios
- Actividades que realizan
- Proyectos de Cruz Roja Guatemalteca
- Delegaciones de Cruz Roja Guatemalteca
- Medios de Comunicación
- Perfil de grupo objetivo
- Antecedentes gráficos

2.1 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR SOCIAL

Nombre de la institución: Cruz Roja Guatemalteca

Ubicación: 3ra. Calle 8-40, Zona 1 Guatemala, C.A. Sede Central

Tipo de institución: ONG que se encarga de velar por el bienestar de la persona vulnerable, brindando ayuda por medio de seis divisiones de acción que son: voluntariado, salud, gestión a riesgo a desastres, programa y desarrollo organizativo, soporte a delegaciones y capacitaciones, con el fin de mejorar la calidad de vida del ciudadano guatemalteco.



2.2 HISTORIA

“En 1923 un grupo de entusiastas médicos guatemaltecos de la Sociedad de Medicina y Cirugía, se reunieron con el fin de conformar la Junta Organizadora para la creación de la Cruz Roja Guatemalteca, misma que instauró una comisión para redactar los Estatutos y llenar así los requisitos legales del Gobierno de la República de Guatemala, el que los aprobó por Acuerdo Gubernativo del 6 de febrero de 1923.

La Secretaría General gestionó el reconocimiento de la Cruz Roja Guatemalteca, por el Comité

Internacional de la Cruz Roja (CICR), cuyo acuerdo fue comunicado y publicado en una circular de la Liga de Sociedades de la Cruz Roja (hoy Federación Internacional de la Cruz Roja y la Media Luna Roja) número 232, del 15 de abril de 1923, según consta en carta enviada por el Presidente del CICR, Gustave Ador y el Vicepresidente Paul Des Goutes.

El 22 de abril de 1923, en un salón de actos de la Universidad de San Carlos de Guatemala, se celebró con mucha solemnidad el acto que dio inicio a las actividades de la institución.

Ese mismo día por indicación de la Junta Organizadora, se celebró el acto solemne de toma de posesión del Consejo Directivo, el cual quedó integrado por:

Ing. Daniel Rodríguez, Presidente; Lic. José A. Medrano, Primer Vicepresidente; Enrique Goicolea, Segundo Vicepresidente; Vocales: Mario Willemsen, Arturo Nottebohm, Antonio Peyré, Dr. Lizardo Estrada, Dr. Antonio Macal y Sr. James Roach.

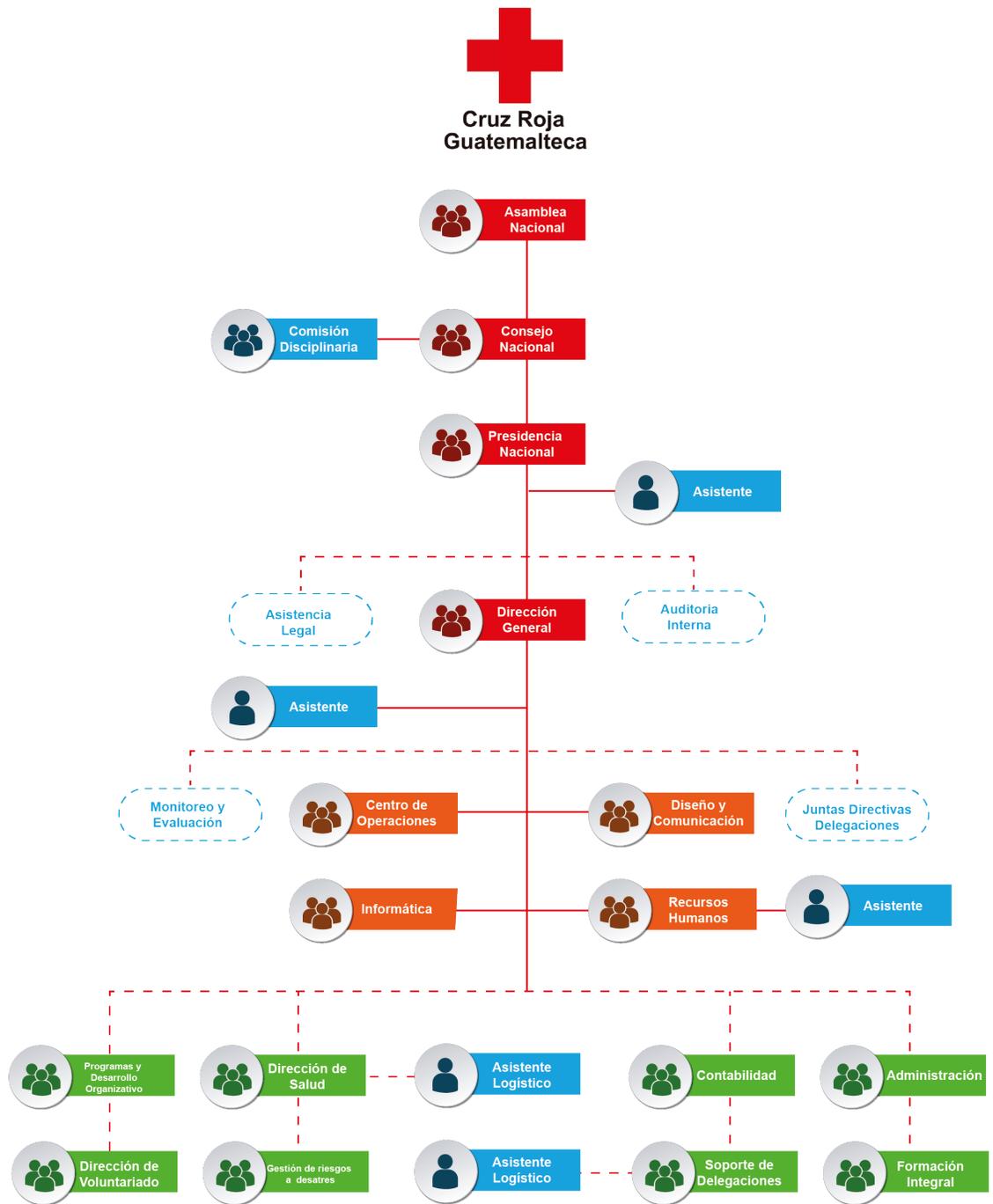
El Presidente de la República de ese entonces, General José María Orellana, en nombre de la Nación declaró

solemnemente instalada la “Asociación Nacional de la Cruz Roja Guatemalteca” y previa protesta legal, dio posesión de sus cargos a los miembros del Consejo Directivo y finalmente felicitó a Guatemala por el surgimiento de la Cruz Roja, conforme a los Convenios de Ginebra, ofreciendo la cooperación del Gobierno y su persona por el éxito obtenido. (Fuente: Acta de Fundación de la Sociedad Nacional del 22 de abril de 1923)” ⁴

⁴ Cruz Roja Guatemalteca, HISTORIA, acceso 25 de febrero de 2020, https://www.facebook.com/pg/CruzRojaGT/about/?ref=page_interna



2.3 ORGANIGRAMA



Fuente: Elaboración propia con información de Cruz Roja Guatemalteca. Marielos Rossell, Coordinadora departamento de comunicación, Correo electrónico 2 de marzo de 2020 09:54

2.4 FILOSOFÍA

2.4.1 Misión

Cruz Roja Guatemalteca, es una institución humanitaria líder, de carácter voluntario, comprometida con los principios fundamentales y valores humanitarios del movimiento con un sistema de gobierno y gestión y con talento humano altamente calificado que contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas más vulnerables.

2.4.2 Visión

Cumplir, como auxiliar de los poderes públicos, nuestro mandato humanitario en las áreas que enfoca el Movimiento, contribuyendo en la mejora de la calidad de vida de las personas más vulnerables, movilizándolo el Poder de Humanidad.

2.4.3 ¿Qué hace la institución?

La Sociedad Nacional de la Cruz Roja Guatemalteca (CRG), es una institución no lucrativa, de interés social y voluntario que presta auxilio a la población que se encuentre en riesgo o en desastre. Forma parte del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, cuyo fin es prevenir y aliviar el sufrimiento humano; proteger la vida y la salud de la persona humana, en particular en tiempo de conflicto armado y en otras situaciones de emergencia. ⁵

⁵ Cruz Roja Guatemalteca, MISIÓN Y VISIÓN, acceso 25 de febrero de 2020, <https://www.cruzroja.gt/vision-mision/>



2.4 PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

2.5.1 Humanidad: *7 El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, al que ha dado nacimiento la preocupación de prestar auxilio, sin discriminación, a todos los heridos en los campos de batalla, se esfuerza, bajo su aspecto internacional y nacional, prevenir y aliviar el sufrimiento de los hombres en todas las circunstancias. Tiene que proteger la vida y la salud, así como hacer respetar a la persona humana. Favorece la comprensión mutua, la amistad, la cooperación y una paz duradera entre los pueblos.*

2.5.2 Imparcialidad: *No hace ninguna distinción de nacionalidad, raza, religión, condición social ni credo político. Se dedica únicamente a socorrer a los individuos en proporción con los sufrimientos, remediando sus necesidades y dando prioridad a las más urgentes.*

2.4.3 Neutralidad: *Con el fin de conservar la confianza de todos, el Movimiento se abstiene en tomar parte*

en las hostilidades y, en todo tiempo, en las controversias de orden político, racial, religioso e ideológico.

2.5.4 Independencia: *El Movimiento es independiente. Auxiliar de los poderes públicos en sus actividades humanitarias y sometidas a las leyes que rigen los países respectivos, las Sociedades Nacionales deben, sin embargo, conservar una autonomía que les permita actuar siempre de acuerdo con los principios del Movimiento.*

2.5.5 Voluntariado: *Es un movimiento de socorro voluntario y de carácter desinteresado.*

2.5.6 Unidad: *En cada país sólo puede existir una Sociedad de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja. Que debe ser accesible a todos y extender su acción humanitaria a la totalidad del territorio.*

2.5.7 Universalidad: *El Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, en cuyo seno todas las sociedades tienen los mismos derechos y el deber de ayudarse mutuamente, es universal. 6*

⁶ Cruz Roja Guatemala, PRINCIPIOS FUNDAMENTALES, acceso 25 de febrero de 2020, <https://www.cruzroja.gt/principios-fundamentales/>

2.5 VALORES HUMANITARIOS

2.6.1 Las personas: *Fortalecer la capacidad de las personas y las comunidades para trabajar en solidaridad en la búsqueda de soluciones sostenibles a sus necesidades y factores de vulnerabilidad más apremiantes.*

2.6.2 La integridad: *Trabajamos de conformidad con nuestros Principios Fundamentales de manera abierta, transparente y responsable.*

2.6.3 Las asociaciones: *Como miembros del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja y, guiándonos por sus Estatutos, cooperamos con los poderes públicos, y con otras organizaciones, de conformidad con los Principios Fundamentales, sin comprometer nuestros emblemas ni la independencia, imparcialidad y neutralidad que representan.*

2.6.4 La diversidad: *Respetamos la diversidad de las comunidades con las que trabajamos, así como la de nuestros voluntarios, miembros y personal, sobre la base de la no discriminación y de nuestros principios de imparcialidad, unidad y universalidad.*

2.6.5 El liderazgo: *Demostramos liderazgo y buscamos la excelencia en nuestro trabajo, llamando la atención sobre los derechos, las necesidades y las vulnerabilidades de las comunidades, y de los factores que son la causa de ello.*

2.6.6 La innovación: *Nos inspiramos en nuestra historia y tradición comunes, pero igualmente nos empeñamos en encontrar soluciones creativas y duraderas a los problemas que amenazan el bienestar y la dignidad humana en un mundo en evolución.* 7

⁷ Cruz Roja Guatemala, VALORES HUMANITARIOS, acceso 25 de febrero de 2020, <https://www.cruzroja.gt/valores-humanitarios/>

2.7 ACTIVIDADES QUE REALIZAN

Las acciones que realizan son para el fortalecimiento y desarrollo de la persona guatemalteca.

A través de sus programas y proyectos desarrollan estrategias para prevenir y aliviar, en todas las circunstancias, los sufrimientos humanos y promover el diálogo y el intercambio de experiencias y perspectivas.

Basándose en un análisis crítico de la situación del país y las capacidades institucionales, tienen un enfoque de desarrollo que contribuye con los procesos impulsados a nivel nacional que mejoran la calidad de vida de las personas vulnerables.

Al mismo tiempo, con estas acciones tratan de prevenir las enfermedades, promover la salud, así como el bienestar social y el trabajo voluntario. Promueve el respeto, la diversidad y la dignidad humana para reducir la intolerancia, discriminación y exclusión social.

2.7.1 Voluntariado: *El programa de Voluntariado busca establecer un ambiente propicio para la actividad voluntaria que se realiza dentro de la Sociedad Nacional, promoviendo la dignidad de las personas voluntarias y estableciendo un espacio que garantice sus deberes y derechos, a través de la Protección, Promoción y el Reconocimiento.*

2.7.2 Salud: *Cruz Roja Guatemalteca contribuye a la reducción de la vulnerabilidad de las población, mediante acciones de prevención y promoción de la Salud, que permiten fortalecer las capacidades de las personas para poder afrontar sus problemas de salud. Para ello, se enfoca en mejorar la salud de las poblaciones más vulnerables en el contexto rural y urbano.*

2.7.3 Gestión de Riesgos a

Desastres: *El programa: Preparación y Respuesta a Emergencias, Desastres y Crisis, de la Dirección de Gestión de Riesgos a Desastres, está en línea con la Visión, Misión de Cruz Roja Guatemala y los objetivos 1 y 2; “Salvar vidas, proteger los medios de sustento y apoyar la recuperación después de desastres y crisis”, Posibilitar una vida sana y segura, de su Plan Estratégico de Desarrollo 2017 - 2020.*

Fortalecer la capacidad de Cruz Roja Guatemala para la respuesta a emergencias, desastres y crisis acorde a sus Principios Fundamentales y a los “Principios y Normas de la Cruz Roja y la Media Luna Roja para la Asistencia Humanitaria”.

2.7.4 Desarrollo Organizativo: *“La Cruz Roja Guatemala a través de la Dirección de Programas y Desarrollo Organizativo, desarrolla acciones para el fortalecimiento interno institucional de nuestra sociedad nacional, incluyendo nuestras delegaciones en el País y nuestra estructura nacional. Aportamos a la construcción de delegaciones fuertes y el funcionar con eficacia como*

Cruz Roja Guatemala.

2.7.5 Soporte a delegaciones: *El “Liderazgo” es parte esencial del carácter de los tomadores de decisiones dentro de Cruz Roja Guatemala, el invertir e influenciar en los demás será una escuela de crecimiento para los Miembros de Junta Directiva en las Delegaciones y para ir formando el semillero de líderes que a futuro deseen gerenciar las Delegaciones y que den un paso de transición al cambio generacional.*

2.7.6 Capacitaciones: *El Instituto de Formación Integral (IFI) es la sección de Cruz Roja Guatemala que se encarga de facilitar procesos de capacitación, orientados a proveer a su voluntariado y público en general, de conocimientos teóricos y prácticos que les permita atender de forma asertiva a víctimas de accidentes o de las consecuencias de eventos climáticos o telúricos que pueden poner en riesgo su vida. Para esto, el Instituto cuenta con un equipo de instructores formados y capacitados de acuerdo a estándares de calidad internacionalmente reconocidos.⁸*

⁸ Cruz Roja Guatemala, ACCIONES, acceso 25 de febrero de 2020, <https://www.cruzroja.gt>

2.8 PROYECTOS DE CRG

2.8.1 Voluntariado

- *Desarrollo de Voluntariado.*
- *Acceso más seguro*
- *Acciones de Gestión de Voluntariado enfocadas en la Acción Facilitadora 1 del PED 2017-2020*
- *El Programa de Juventud*
- *Principios y Valores Humanitarios*

2.8.2 Desarrollo Organizativo

- *Proyecto Centro de Atención Integral*
- *Proyecto Mariposa Monarca*
- *Proyecto Asistencia Humanitaria Básica Pre-Hospitalaria y Protección a Personas Migrantes.*
- *Proyecto “Atención humanitaria y protección de personas migrantes en tránsito, retorno y desplazados por violencia, y gestión del conocimiento sobre sus necesidades de medios de vida”*
- *Proyecto Éxito Escolar*
- *Proyecto Contribuyendo a la resiliencia con acciones en salud (resultado de Movilización de Recursos)*

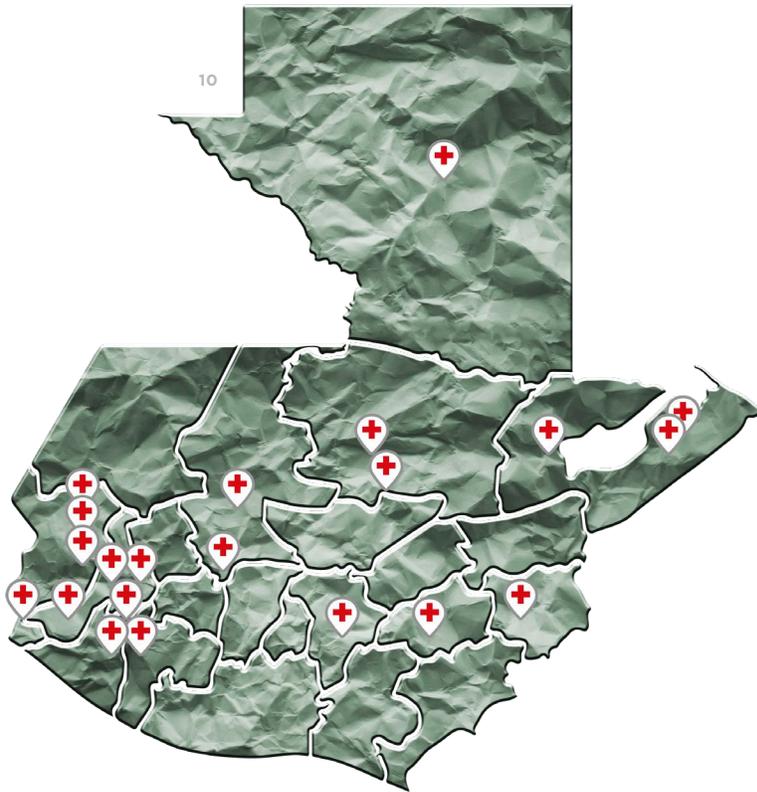
2.8.3 Salud

- *Proyecto Mejora de la Salud Materno-Infantil en Comunidades Vulnerables y excluidas de los Procesos de Desarrollo Locales en el Departamento de Quiché*
- *Proyecto Mejorada la Salud Materna e Infantil en Comunidades Vulnerables de Tejutla, Departamento de San Marcos, Guatemala.*
- *Proyecto “Ayuda humanitaria para las personas más vulnerables afectadas por la erupción del Volcán de Fuego en Guatemala”.*
- *Proyecto Atención Médica en la Respuesta a Emergencias, Desastres y Crisis.*
- *Proyecto Promoción de la Donación Voluntaria de Sangre*
- *Proyecto Asistencia Sanitaria en Contextos de Violencia*
- *Proyecto Servicios de Salud más Seguros y Resilientes en el Triángulo Norte de Centroamérica.*
- *Proyecto Contribuyendo a la Resiliencia Comunitaria con Acciones en Salud.* 9

9 Rossell Marielos, Coordinadora departamento de comunicación, Correo electrónico, PROYECTOS CRUZ ROJA GUATEMALTECA, Cruz Roja Guatemala, Documento word, lunes, 25 feb. 2020 23:08/

2.9 DELEGACIONES

Las instalaciones de Sede Central de la Cruz Roja Guatemalteca se localizan en la Ciudad de Guatemala y actualmente cuenta con 21 Delegaciones a nivel nacional.



CENTRO GT

- Delegación Guatemala (Sede Central)

NORTE GT

- Delegación Purulhá
- Delegación Petén
- Delegación Cobán

OCCIDENTE GT

- Delegación Tejutla
- Delegación Serchil
- Delegación San Marcos
- Delegación Sacapulas
- Delegación Quiché
- Delegación Quetzaltenango
- Delegación Concepción Chiquirichapa

ORIENTE GT

- Delegación Santo Tomás de Castilla
- Delegación Jalapa
- Delegación El Estor
- Delegación Chiquimula

SUR GT

- Delegación Tecún Umán
- Delegación Retalhuleu
- Delegación Mazatenango
- Delegación El Palmar
- Delegación Coatepeque. ¹¹

¹⁰ Fuente: Elaboración propia con información de Cruz Roja Guatemalteca. <https://www.cruzroja.gt/mapa-interactivo/>

¹¹ Cruz Roja Guatemalteca, DELEGACIONES, acceso 21 de marzo de 2020, <https://www.cruzroja.gt/delegaciones-2/#Centro%20G>

2.10 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE CRG

- **Redes sociales**
- **Página web**
- **Material impreso**

Afiches
Volantes
Trifoliales
Mantas
Desplegables
Banners

- **Conferencia o charlas**

Rotafolio
Afiches
Desplegables
Videos
Presentaciones en PowerPoint
Comunicados de Prensa

- **Medios de comunicación**

Entrevistas
Spot de televisión
Spot de radios
Comunicados de Prensa

- **Plataformas digitales**

Página web
Redes sociales

- **Lúdica**

Obra de teatro
Rondas
Títeres

- **Entrevistas**
- **Radio**
- **Prensa**
- **Televisión**

Autoridades gubernamentales
Líderes comunitarios
Población civil
Fuerzas armadas
Círculo académico
Medios de comunicación

Público en general

Población en general

Niños, niñas
Maestros
Padres de familia. ¹²

¹² Rossell Marielos, Coordinadora departamento de comunicación, Correo electrónico, HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN, Cruz Roja Guatemalteca, Documento word, lunes, 2 de marzo de 2020 09:54

2.11 PERFIL DE GRUPO OBJETIVO

2.11.1 Características geográficas

El grupo objetivo está centralizado en las zonas cercanas a las sede central de zona 1 de ciudad Guatemala que es lugar en donde el proyecto inicial para posteriormente proporcionar el material a las demás sedes que se encuentran en los departamentos de Guatemala

2.11.2 Características sociodemográficas

Sexo: Hombres y mujeres
Edad personal asalariado: 20-40 años
Edad personal Voluntario: 13-40 años
El nivel de escolaridad del personal asalariado es de un mínimo de universidad mientras que al personal voluntario un mínimo de primaria, ya que se aceptan voluntarios hasta la edad de 13 años.

2.11.3 Características socioeconómicas

Personas pertenecientes a un estrato social medio y medio alto
Ingresos personal asalariado:
Un rango de Q3,000 - Q10,000
Ocupación personal Voluntario: Se divide en dos ocupaciones: Estudiantes y trabajadores.

2.11.4 Perfil psicográfico

Son personas con atención altamente visual, la mayoría maneja redes sociales, son muy entusiastas y altruistas pues en el programa de voluntarios requiere de un accionar rápido, demuestran ser solidarios, emprendedores, emotivos y alegres, aunque en ocasiones pueden dejarse llevar por sus emociones lo cual se refleja y dar ciertas declaraciones no oficiales de la institución o también publicar material que puede comprometer a la institución (ver anexo 1), pero a pesar de esto, están dispuestos a colaborar en beneficio de la institución.

2.11.5 Relación entre el grupo objetivo y la institución

Tanto el personal asalariado como el voluntario favorecen la calidad de vida del ciudadano guatemalteco y mantienen una estrecha relación con la institución ya que se encuentran laborando en ella durante 8 horas diarias y los voluntarios que mantienen un margen de horas constante en nombre de la institución. tanto el personal y mantienen una constante comunicación con los ciudadanos a quienes atienden, desde adultos jóvenes y niños.

¹³ Información brindada por la Coordinadora departamental de comunicación por medio de una entrevista realizada el martes, 19 de mayo de 2020 11:00 A.M.

2.12 ANTECEDENTES GRÁFICOS

- 1



14

El imagotipo se presenta sobre un encuadre blanco con las esquinas rectas.
- 2



15

El color del isotipo es distinto al de las demás publicaciones.
- 3



16

Utiliza sombras en el imagotipo lo que complica la legibilidad del texto
- 4



17

Utiliza un encuadre blanco distinto al de las demás publicaciones.

14 Cruz Roja Guatemala, Recomendaciones, imagen, 30 de mayo de 2020, (acceso 30 de mayo de 2020). <https://www.facebook.com/photo?fbid=2640344272887776&set=a.1542605359328345>
15 Cruz Roja Guatemala, Educación vial, imagen, 25 de mayo de 2020, (acceso 30 de mayo de 2020). <https://www.facebook.com/photo?fbid=2561250570797147&set=a.1542605359328345>
16 Cruz Roja Guatemala, Abrigate bien, imagen, 5 de noviembre de 2019, (acceso 30 de mayo de 2020). <https://www.facebook.com/photo?fbid=2639379219650948&set=a.1542605359328345>
17 Cruz Roja Guatemala, Día de la mujer, imagen, 06 de mayo de 2020, (acceso 01/08/2020). <https://www.facebook.com/CruzRojaGT/photos/a.1542605359328345/2564568397132031>

18

5



El imago tipo se presenta con bordes blancos variados en proposición.

19

6



El borde del fondo tiene esquinas redondeadas.

20

7



Varia el espacio de los bordes blancos y el tamaño del imago tipo

21

8



Utiliza fondos claros, lo que no hace legible el texto.

18 Cruz Roja Guatemala. Rumores, imagen, 21 de abril de 2020, (acceso 01/08/2020). <https://www.facebook.com/CruzRojaGT/photos/a.1542605359328345/2606205546301649>,
 19 Cruz Roja Guatemala. Donación voluntaria de sangre, imagen, 29 de mayo de 2020, (acceso 30 de mayo de 2020) <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2642469276008609&set=a.1545165879072293>,
 20 Cruz Roja Guatemala. Rumores, imagen, 26 de mayo de 2020, (acceso 30 de mayo de 2020) <https://www.facebook.com/photo/?fbid=2639379219650948&set=a.1542605359328345>, (acceso 30 de mayo de 2020),
 21 Cruz Roja Guatemala. Contadores, imagen, 29 de enero de 2020, (acceso 01/08/2020). <https://www.facebook.com/CruzRojaGT/photos/a.1542605359328345/2564568397132031>



Comunicado de Prensa CRG 07-2020

Cruz Roja Guatemala informa

Cruz Roja Guatemala informa que la Institución no está ofreciendo ayudas alimenticias a través de redes sociales, esta información es falsa.

Cruz Roja Guatemala difunde información a través de su página web y redes sociales, por lo que se recomienda a la población estar atenta a los canales oficiales e información formal.



RECIBE tu AYUDA alimenticia de la CRUZ ROJA, esta disponible para todos los países por Motivo de CUARENTENA (CORONA VIRUS) Obtenga su AYUDA ALIMENTICIA gratis en cualquier país.
Consíguelo ahora AQUÍ 📌📌
<https://bit.ly/Ayuda-Gobierno-1>

Una línea gráfica diferente para los documentos y comunicados de la institución.

9

Guatemala, 23 de marzo 2020

Acciones que reflejan Humanidad



Cruz Roja Guatemala informa

Cruz Roja Guatemala informa que los miembros de la Institución no realizan pruebas diagnósticas para Coronavirus (COVID-19) a domicilio. Únicamente el laboratorio nacional del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social está autorizado para realizar las pruebas en Guatemala.

Todos los miembros de Cruz Roja Guatemala instalaciones y vehículos están debidamente identificados, en todas las actividades el personal porta su uniforme y carnet vigente.

El emblema de Cruz Roja Guatemala se encuentra respaldado por los Decretos 102-97 Ley de protección y uso del Emblema de la Cruz Roja y 27-2011 Reformas a la Ley de protección y uso del Emblema de la Cruz Roja.

Se recomienda a la población denunciar cualquier anomalía a las autoridades correspondientes, estar informada a través de canales oficiales y continuar con las medidas preventivas de infecciones respiratorias.

Circula información falsa que compromete la imagen de la institución, al no tener una línea gráfica establecida

10



CAPÍTULO

3

- Resumen de brief
- Estrategia de diseño
- Retrato visual
- Técnicas creativas
- Coceptualización

3.1 RESUMEN DE BRIEF

FECHA: Guatemala, octubre 2020

CLIENTE: Cruz Roja Guatemalteca

¿QUIÉN APROBARÁ LOS DISEÑOS?

Maria de los Angeles Rossell
Departamento de comunicación

PRODUCTO: Brand book para la marca de CRG.

INSTITUCIÓN: Es una institución sin fines de lucro, cuyo propósito es mejorar la calidad de vida de las personas más vulnerables, se rige por los principios de: humanidad, imparcialidad, neutralidad, independencia, voluntariado, unidad y universalidad.

En Cruz Roja Guatemalteca solicitan el apoyo para la elaboración de material gráfico que permita fortalecer la imagen institucional y a la vez poder acercar mucho más al personal de la institución a empatizar con dicha imagen.

OBJETIVO: Fomentar el correcto uso de la imagen de la Institución Cruz Roja Guatemalteca por medio de un brand book, para el desarrollo organizativo del fortalecimiento institucional de la institución, mostrando características técnicas y en promoción de un adecuado actuar individual dentro del marco de los principios y valores de la organización, lo cual se verá reflejado en el servicio, que ofrece al ciudadano guatemalteco.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN: El material gráfico se distribuirá de forma impresa y digital en las 21 delegaciones de Cruz Roja Guatemalteca.

CANALES PUBLICITARIOS: Se contempla hacer uso de la página web de la institución para publicar el material a realizar, además de su posible uso en redes sociales.

El material será aprobado por la coordinadora del departamento de comunicación de Cruz Roja Guatemalteca: María de los Ángeles Rossell

GRUPO OBJETIVO: Personal interno de Cruz Roja Guatemalteca, entre una edad de 20 a 40 años de edad para el personal asalariado y de 13 a 40 años de edad para el personal voluntario con una escolaridad de mínimo primaria en adelante, todos son personas altamente visuales y que en su mayoría utilizan redes sociales constantemente, entusiastas y solidarios, y pasan gran parte de su día en la institución como parte de sus labores diarias.

CUADRO COMPARATIVO

MATERIAL

BRAND BOOK

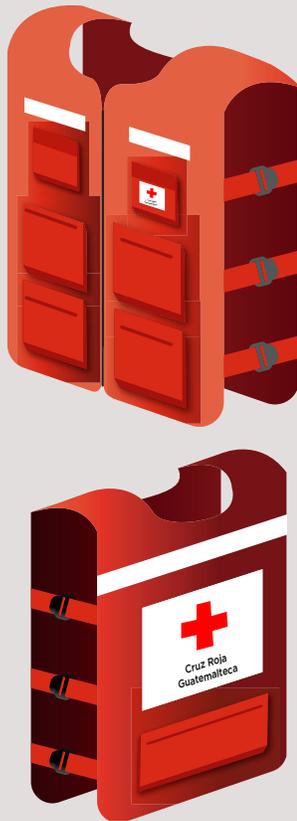


VENTAJAS	DESVENTAJAS
<ul style="list-style-type: none">• Se proporcionará en formato PDF y Mockups.• El material digital e impreso puede utilizarse constantemente a modo de capacitación.• Fácil acceso al Brand book por parte de las demás delegaciones ya que estará publicado en forma digital en su página web• El departamento de diseño contará con los parámetros exactos con todo lo referente al imago tipo.• Puede ser compartida con todo el personal de Cruz Roja Guatemalteca.	<ul style="list-style-type: none">• Costos de impresión.• Durabilidad del material físico.• Tiempo de elaboración impresa y distribución para la demás delegaciones

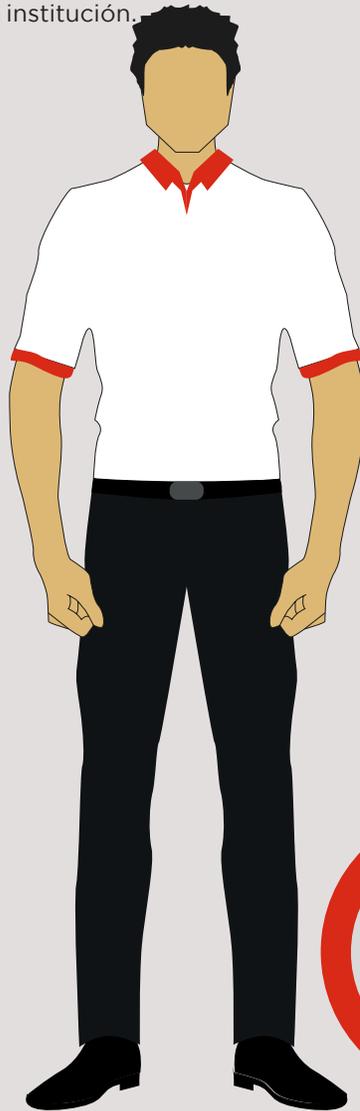
3.2 RETRATO VISUAL

Personal de Cruz Roja Guatemala

Escaso conocimiento por parte del personal de Cruz Roja Guatemala acerca de la identidad de la institución, imagen (uso correcto de imagotipo), principios, valores y reglamento, lo cual muestra debilidad en el programa de desarrollo organizativo, comprometiendo el fortalecimiento institucional, siendo este una de las seis acciones que rigen a toda la institución.



El uniforme es una camisa polo y uno de sus principales y mas vistos accesorios, es el chaleco que portan la mayoría del personal que es utilizado por el personal asalariado como por voluntarios.



Características geográficas

El grupo objetivo está centralizado en las zonas cercanas a las sedes en los distintos departamentos de Guatemala con atención altamente visual, la mayoría maneja redes sociales, demás sedes que se encuentran en los departamentos de Guatemala.

Características sociodemográficas

Sexo: Hombres y mujeres

Edad personal asalariado: 20-40 años

Edad personal Voluntario: 13-40 años

Nacionalidad: Guatemaltecos.

El nivel de escolaridad del personal asalariado es de un mínimo de universidad mientras que al personal voluntario un mínimo de primaria, ya que se aceptan voluntarios hasta la edad de 13 años.

Perfil psicográfico

Son personas muy entusiastas y altruistas, demuestran ser solidarios, emotivos y alegres en los quehaceres de la institución, aunque en ocasiones pueden dejarse llevar por sus emociones, lo cual se ve reflejado en acciones indevidas que comprometen la imagen de la institución, pero apesar de esto, están dispuestos a colaborar en beneficio de Cruz Roja Guatemalteca

Características socioeconómicas

Personas pertenecientes a un estrato social medio y medio alto

Ingresos personal asalariado:

Un rango de Q3,000 - Q10,000

Ocupación personal Voluntario: Se divide en tres sus ocupaciones, las cuales son: Estudiantes, Estudiante y trabajador, Trabajadores.

Relación entre el grupo objetivo y la institución.

Favorecen la calidad de vida del ciudadano guatemalteco y mantienen una estrecha relación con la institución ya que se encuentran laborando en ella durante 8 horas diarias y los voluntarios que mantienen un margen de horas constante en nombre de la institución. El personal mantiene una constante comunicación con los ciudadanos a quienes atienden, desde adultos jóvenes y niños.

DEBILIDADES

- Los voluntarios violan algunos de los Principios Fundamentales de la Institución.
- Los voluntarios y personal dan declaraciones a los medios de comunicación no sea oficial.
- En redes sociales la aplicación del imago tipo varía en color, tamaño y estilo de texto, creando irregularidades de reconocimiento por parte del público ya que ha circulado información falsa en redes sociales y muchas personas interactúan con la publicación, creyendo que es verdadera,



PROPUESTA DE SOLUCIÓN

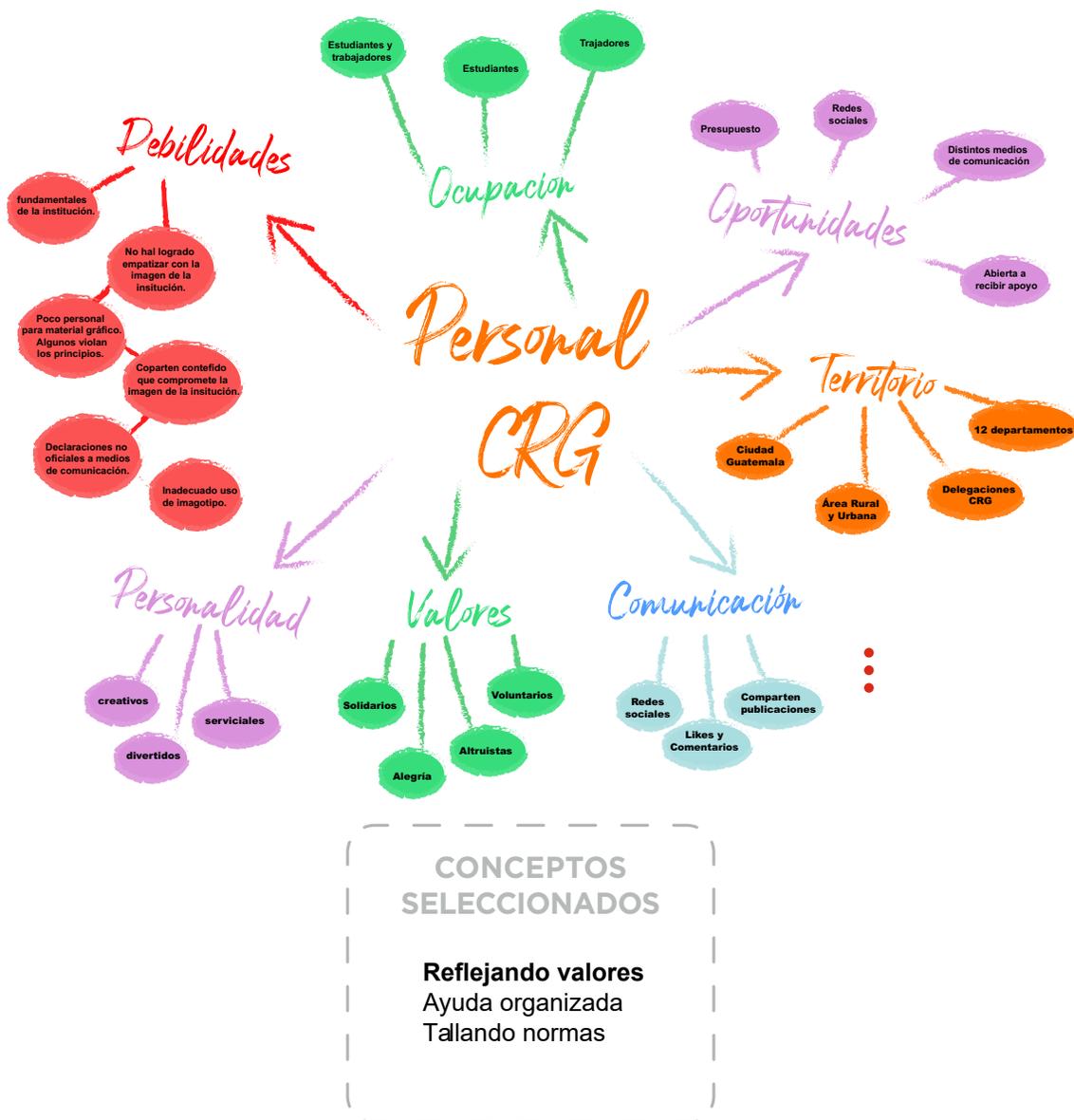
Diseñar material gráfico para el desarrollo organizativo del fortalecimiento institucional de Cruz Roja Guatemalteca a través de un brand book con ADN principios y valores de la Institución.

200
Trabajadores
asalariados

1500
voluntarios

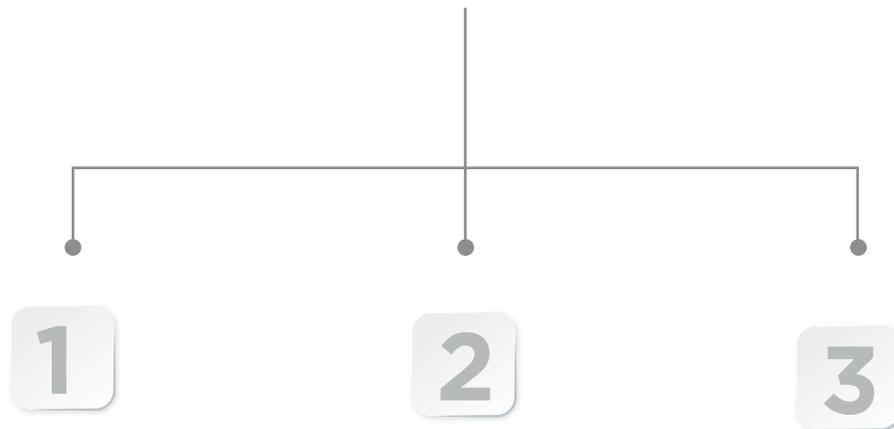
3.3 TÉCNICAS CREATIVAS

3.3.1 Mapa mental: En esta técnica creada por : "Tony Buzan en 1974" se utilizan palabras, ideas y conceptos anotados unicamente en palabras clave, partiendo del centro del lienzo y extendiéndose hacia afuera, partiendo del tema, subtemas y esto se subdividen también.



CONCEPTO
SELECCIONADO
Y DEFINICIÓN

REFLEJANDO VALORES



1	2	3
CONCEPTO	DEFINICIÓN	FORMATO POSIBLE
Tal y como un objeto se ve reflejado debido al rebote de luz sobre una superficie como agua o metal cromado u objetos traslucidos, así es el personal el cual refleja los valores de la institución.	<p>El concepto está basado en los 6 valores humanitarios que rigen a la institución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personas • Integridad • Asociación • Diversidad • Liderazgo • Innovación 	<ul style="list-style-type: none"> • Títulos con efecto de reflejo. • Patrones como ondas de agua. • Patrones en forma de hexágono que representa los 6 valores • Objetos traslucidos

3.3.2 Relaciones forzadas: Las relaciones forzadas es una "técnica creativa diseñada por Charles S. Whiting en 1958" en donde se relacionan dos palabras para crear ideas, un que tenga relación con el tema en cuestión y otra que no tenga nada que ver con el tema.



PERSONAL CRG

- Valores
- Principios
- Servicios
- Salud
- Desarrollo
- Atención
- Altruismo
- Voluntarios
- Esperiencia
- Educación
- Realidad
- Comunicación
- Esfuerzo
- Gestion
- Organización
- Desplazamiento
- Formación
- Donación
- Conocimiento
- Delegación
- Programa
- Misión
- Capacitación
- Interés
- Visión
- Uniforme
- Trabajo
- Redes
- Acciones
- Equipo
- Cooperación
- Soporte
- Metas
- Función
- Fortalecimiento
- Reglamento
- Normas
- Comentarios
- Departamentos
- Desastres
- Imagotipo
- Trabajo
- Estudio
- Compañerismo
- Compromiso
- Eficacia
- Proteger
- Imagen
- Ayudar
- Solución



OTRAS PALABRAS

- Máquina
- Flor
- Escribir
- Mano
- Computadora
- Papel
- Roca
- Tecnología
- Juventud
- Aves
- Agua
- Pantalla
- Colores
- Composición
- Luz
- Cielo
- Metal
- Lugar
- Alegría
- Borrar
- Flecha
- Pintar
- Hacer
- Estructura
- Botón
- Interfaz
- Guía
- Sol
- Lluvia
- Plan
- Correr
- Desplazamiento
- Refuerzo
- Celular
- Carga
- Electricidad
- Conexión
- Entrada
- Ampleo
- Muestuario
- Escritorio
- Sonido
- Ver
- Saber
- Fuerza
- Sentir
- Estímulo
- Modelar
- Creatividad
- Crear

CONCEPTOS SELECCIONADOS

Palabras

Flecha + Cooperación

Concepto

Yendo al objetivo

Palabras

Servicios + Roca

Concepto

Fortaleza del servicio

Palabras

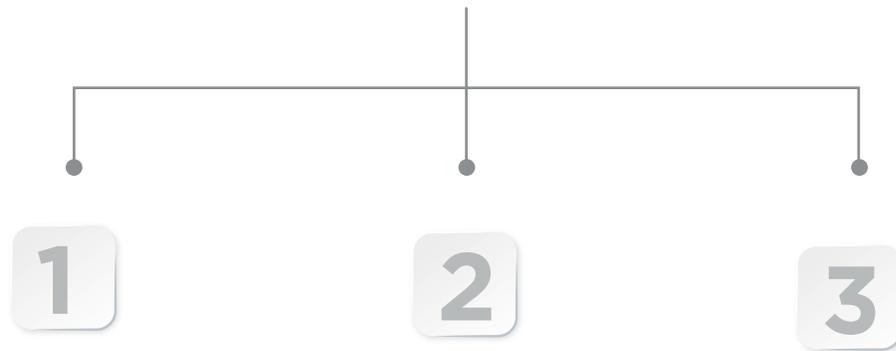
Esfuerzo + Máquina

Concepto

Acoplando esfuerzos

CONCEPTO
SELECCIONADO
Y DEFINICIÓN

FORTALEZA DEL SERVICIO



CONCEPTO	DEFINICIÓN	FORMATO POSIBLE
La principal fortaleza de la institución son los servicios que ofrecen los voluntarios y el personal interno	Los servicios que ofrecen las distintas delegaciones son brindados por el personal quienes son el motor que hace funcionar a la institución. Este aspecto debe fortalecerse constantemente para seguir con la labor humanitaria de la institución.	<ul style="list-style-type: none">• Patrones de bloques de una fortaleza• Títulos bold y extra bold• Ilustraciones, texturas (metal, roca)

3.3.3 Baraja de fotos: Esta técnica consiste en observar una fotografía y escribir palabras relacionadas a ella, luego se selecciona una palabra del tema que se está trabajando y de estas se sacan oraciones para formar una frase final.



SELECCIÓN DE
PALABRAS No. 1

OBRAS

UNIDAD

**ORACIONES
RELACIONADAS**

- Son acciones.
- Reflejan cierta intención en la acción.
- Algo que se está haciendo con un propósito.
- Cosa hecha.
- Resultado de haber hecho un trabajo.
- Fabricación de algo.
- construcción de algo para facilitar el trabajo.

**ORACIONES
RELACIONADAS**

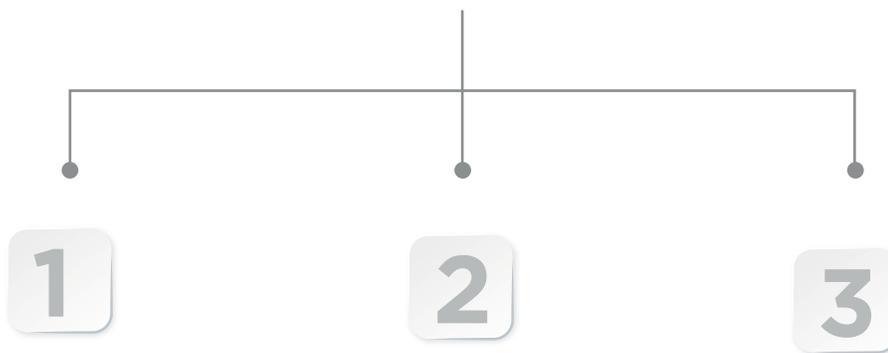
- Formar parte de algo.
- Trabajo en equipo.
- Grupo de personas muy organizadas.
- Tener un mismo propósito.
- Un objetivo en común.
- Emociones que surgen en un grupo de personas.

**CONCEPTO
CREATIVO**

• FORMANDO VÍNCULOS •

DEFINICIÓN DE CONCEPTO

FORMANDO VÍNCULOS



CONCEPTO	DEFINICIÓN	FORMATO POSIBLE
Es esa conexión entre dos cosas o personas, en este caso, se refiere a la conexión entre el personal y la imagen de la institución.	Características que deben de existir en un equipo de trabajo que avanza con un mismo propósito, en beneficio de la institución, con la finalidad de fortalecer la imagen y el servicio que ofrece.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño 3D Formar/Modelar.• Objetos que identifiquen rápidamente a la institución.• Fotografía de equipos de trabajo

SELECCIÓN DE
PALABRAS No. 2

LUZ

PERSONAS

**ORACIONES
RELACIONADAS**

- Proyección
- Luz y sombras
- Crea sombras que a su vez produce volumen
- Luz proyectada sobre un objeto, haciendolo tridimensional
- Crea oclusión ambiental
- Produce profundidad de campo

**ORACIONES
RELACIONADAS**

- Elementos
- Muchas personas
- Variedad de personal de trabajo
- Todos diferentes
- Ayudándose mutuamente
- Trabajando en un mismo lugar
- Cumpliendo un mismo objetivo

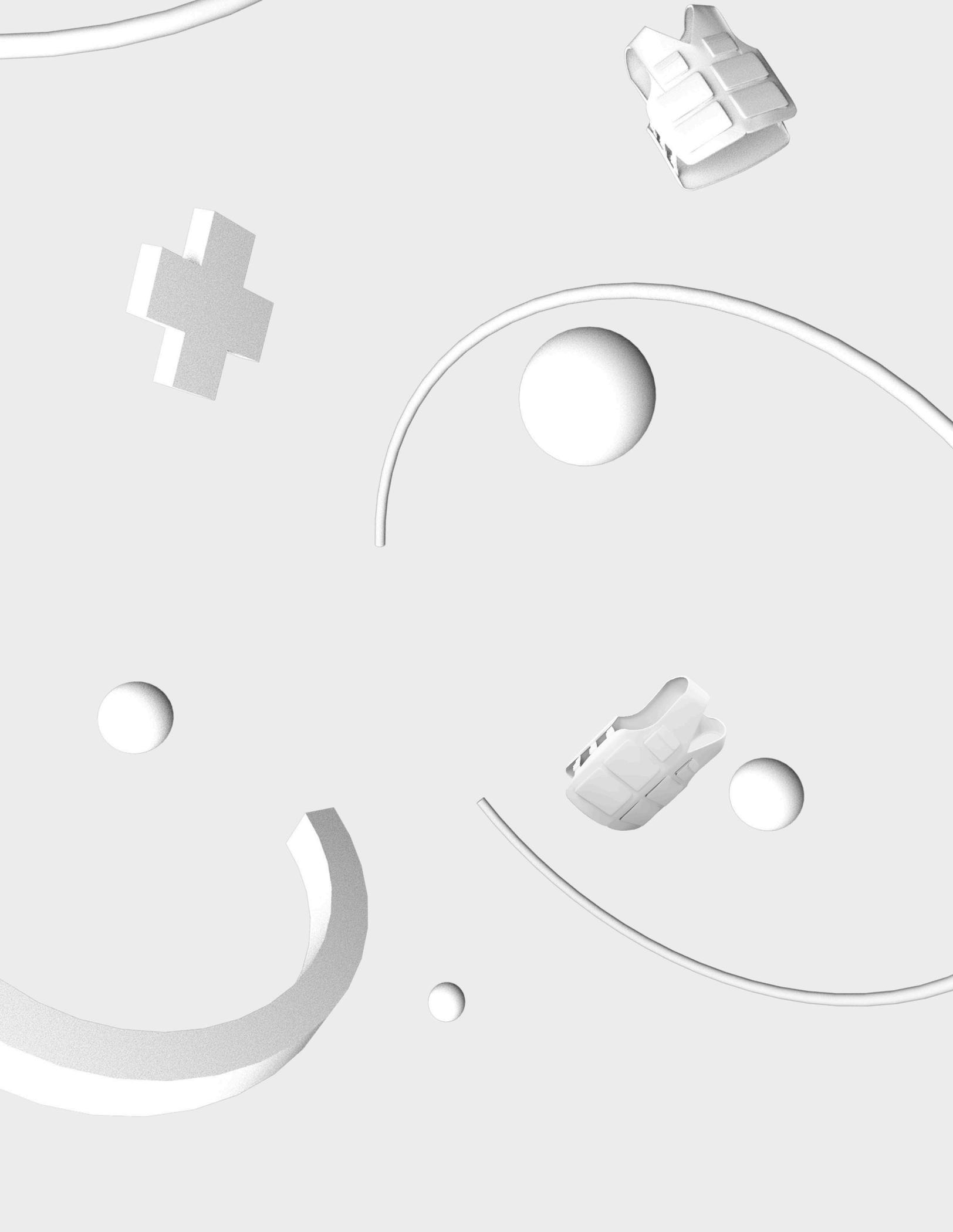
CONCEPTO
CREATIVO

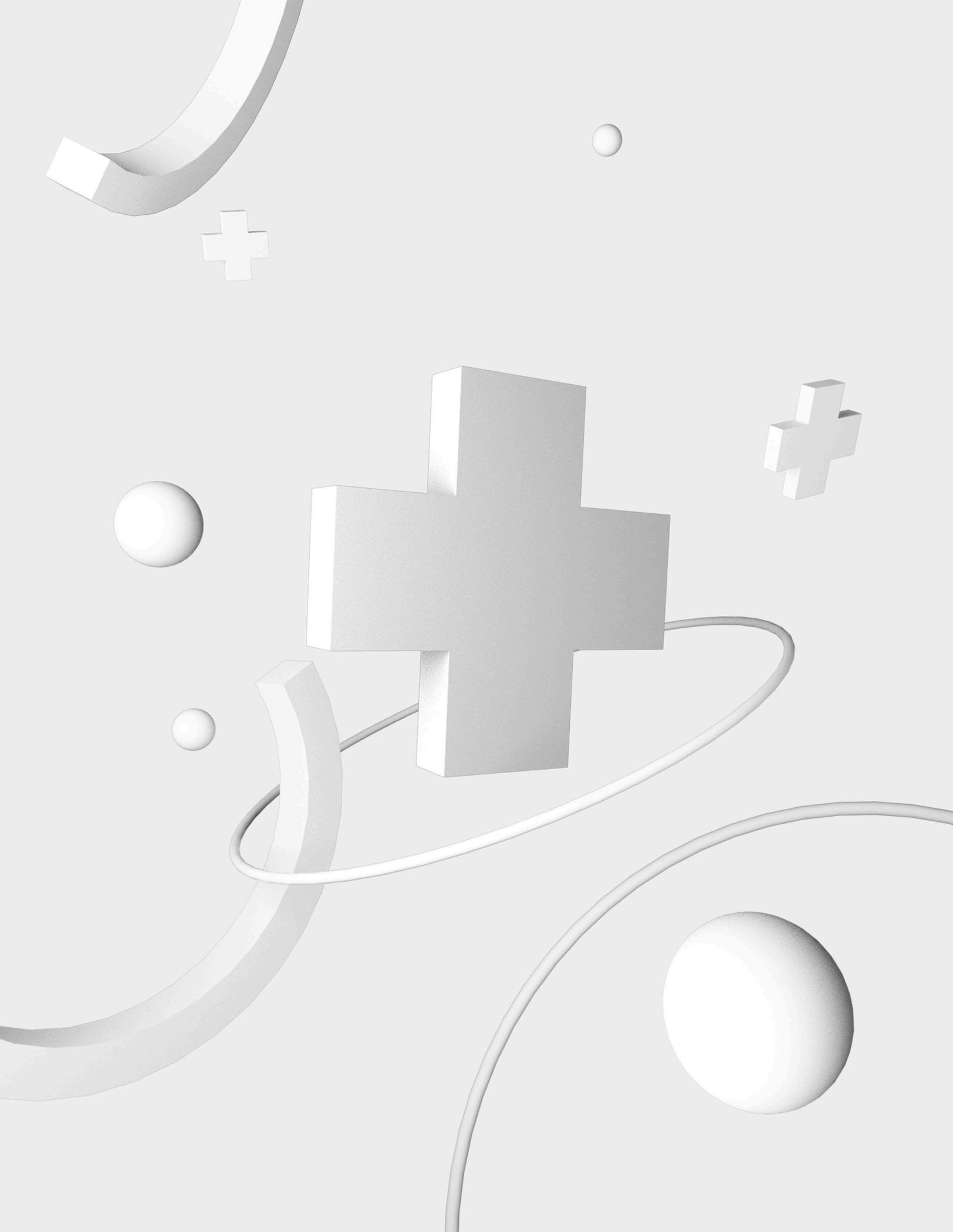
LUZ FRAGMENTADA

DEFINICIÓN
DE CONCEPTO
SELECCIONADO

LUZ FRAGMENTADA

1	2	3
CONCEPTO	DEFINICIÓN	FORMATO POSIBLE
<p>Así como la luz se proyecta y crea sombras y brillos dándole volumen, realismo y vida a un objeto, así se hace la relación al modelado 3D que crea objetos con efecto realista debido al rebote de luz.</p>	<p>A pesar de que son muchas personas, todas deben tener el objetivo de trabajar en unidad y empatizar con la imagen de la institución, ya que ellos se convierten en esa luz que proyecta esa esencia, valores y principios en unidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño 3D . • Técnicas de comunicación visual. Fragmentación/ unidad • Colocar varias piezas distribuidas en el espacio, para posteriormente mostrar en una unidad Ej. : isotipo, Siglas, Chaleco, Gafete y luego proyectarlo en la vestimenta del personal. • Patrones rayos de luz • Patrones fragmentados
<p>La fragmentación es una técnica de diseño gráfico que muestra varios elementos que se relacionan y en un mismo espacio, pero siendo parte de una misma esencia.</p>	<p>La fragmentación, hace referencia a la cantidad de personal que labora en la institución y todos con una función importante, complementando una a la otra, interactuando y funcionando en un mismo espacio, que es la institución.</p>	





CAPÍTULO

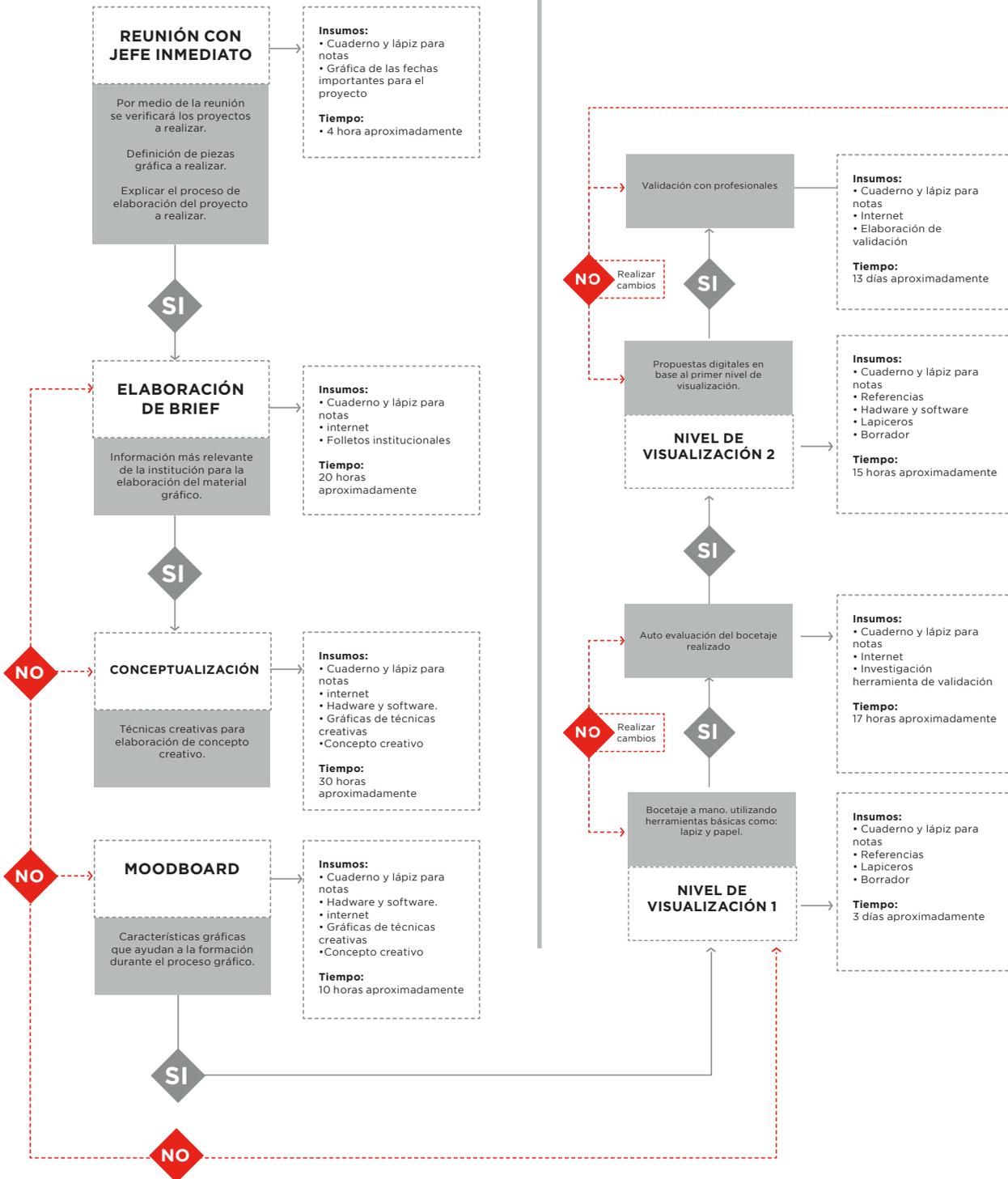
4

- Flujograma del proceso
- Cronograma de trabajo
- Previsión de recursos y costos

4.1 FLUJOGRAMA

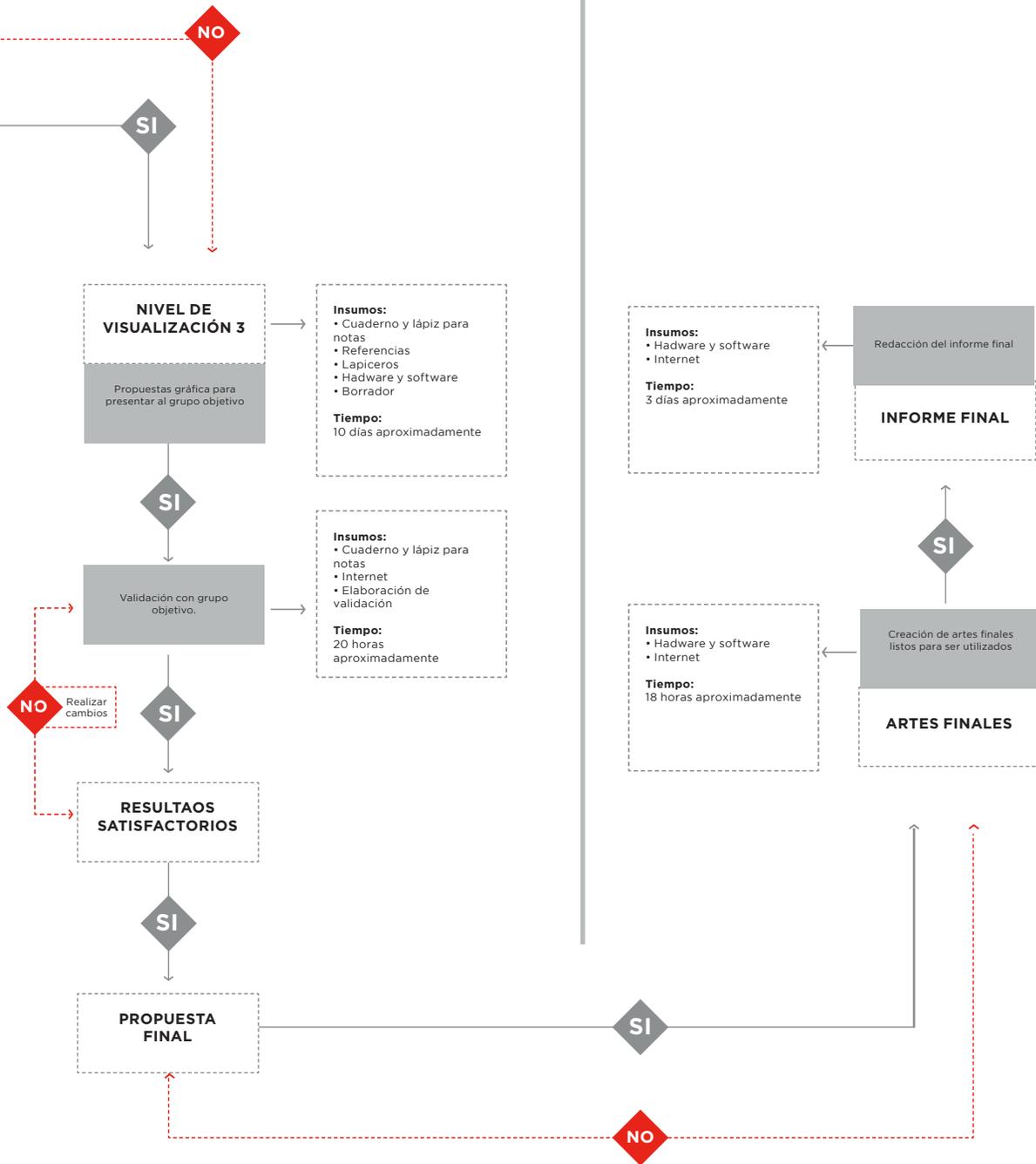
ETAPA 1

ETAPA 2



ETAPA 3

ETAPA 4



4.2 CRONOGRAMA

JULIO					
Descripción	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5
Establecer material gráfico a elaborar					
Revisión y modificación de protocolo.					

AGOSTO					
Descripción	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5
Presentación de proyectos a elaborar con jefe inmediato					
Investigación y recolección de información.					
Elaboración de brief					
Conceptualización					
Moodboard					
Nivel de visualización 1 y auto evaluación.					

SEPTIEMBRE

Descripción	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5
Establecer Tipografía, color y aplicaciones					
Primeras propuestas gráficas					
Nivel de visualización 2					
Validación con Profesionales.					
Modificaciones en nivel de visualización 2					

OCTUBRE

Descripción	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5
Nivel de visualización 3					
Validación con Grupo objetivo					
Propuesta final					
Elaboración de artes finales					

NOVIEMBRE

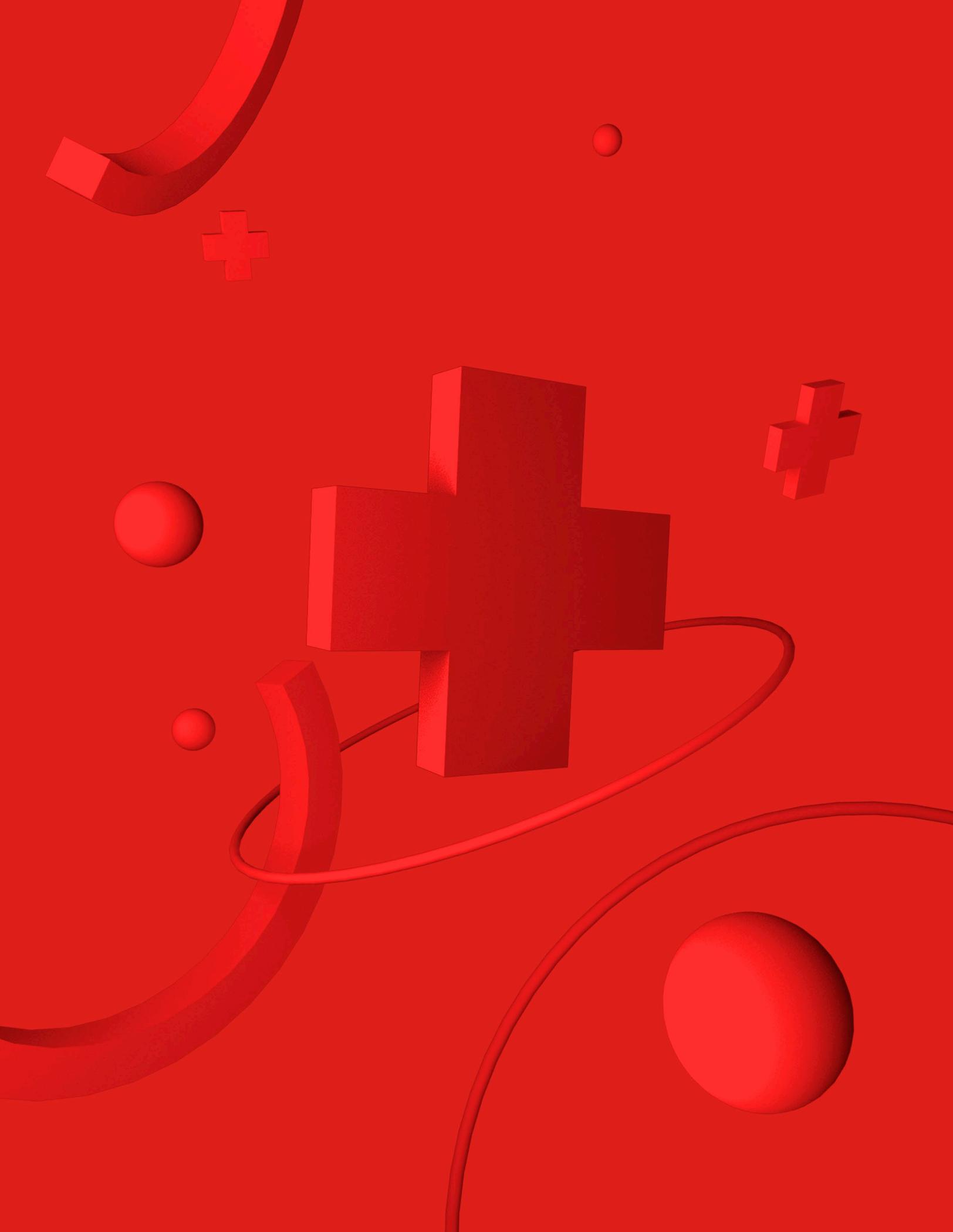
Descripción	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 5
Modificación de informe final					
Diagramación de informe final					

4.3 PREVISIÓN DE RECURSOS Y COSTOS

DEVALUACIÓN DEL EQUIPO			
Descripción	Precio	Tiempo	Total
Computadora, mouse, monitor extra, ventilador para laptop, consumo de internet, consumo de luz, impresora y tinta.	Q 1,525.00	3 meses	Q 4,575.00
SERVICIOS PROFESIONALES			
Descripción	Precio	Tiempo	Total
Investigación, conceptualización, bocetaje, proceso digital y artes finales	Q 77 por hora	500 horas	Q 38,500.00
ASESORAS			
Descripción	Precio	Tiempo	Total
Asesora 1	Q 7,500.00	3 Meses	Q 22,500.00
Asesora 2	Q 3,000.00		Q 9,000.00
Asesora 3	Q 3,000.00		Q 9,000.00
TOTAL FINAL			Q 88,375.00

PRODUCTO FINAL			
Descripción	Precio	Cantidad	Total
Impresión en papel, couche, husky, adhesivo, papel fotográfico, guillotinado y empastado	Q 1,250.00	1	Q 1,250.00





CAPÍTULO

5

- ENSAYO SOCIAL (Institución de ayuda al pueblo Guatemalteco).
- ENSAYO ÉTICO (El Diseño y su aporte a ONG).

5.1 ENSAYO SOCIAL

Institución de ayuda al pueblo Guatemalteco

Una ONG es una institución que no lucra con los servicios que ofrece, ya que son de ayuda para los habitantes de una región, por lo que estas instituciones muchas veces mantienen sus servicios funcionando a través de donaciones, o por financiamiento por entidades institucionales que son nacionales o internacionales. Es importante recalcar que *“Son organizaciones no gubernamentales u ONG’s, las constituidas con intereses culturales, educativos, deportivos, con servicio social, de asistencia, beneficencia, promoción y desarrollo económico y social, sin fines de lucro”*²⁴ tal y como Cruz Roja Guatemalteca, cuyo funcionamiento depende mucho de las donaciones y es en beneficio al desarrollo social. Cuenta con el programa de voluntarios y el financiamiento de otras delegaciones a nivel internacional. Cruz Roja Guatemalteca apoya a los habitantes de Guatemala de las áreas rurales y urbana

con sus 21 delegaciones distribuidas en el país.

El pueblo de Guatemala se ve muy beneficiado con la ayuda del voluntariado de las personas, que de forma desinteresada ayudan en los servicios que CRG brinda, el *“Voluntario es la persona que, por elección propia, dedica una parte de su tiempo a la acción solidaria, altruista, sin recibir remuneración por sus actividades. La acción voluntaria requiere esfuerzo, participación activa, compromiso con la calidad y mucho entusiasmo.”*

²⁵ y por supuesto ellos cuentan con identificación que logre vincularlos directamente con la institución, tales como: el chaleco y gafete y otras prendas en particular. Es decir, que ellos actúan en nombre de la institución y en ellos se ve reflejada la imagen de CRG, y es gracias a esta ayuda que pueden llegar los servicios y recursos de salud hasta las áreas rurales más alejadas de centros hospitalarios.

²⁴ Ministerio de gobierno de Guatemala, ley de organizacones no gubernamentales, Decreto numero 02-2003 ONG'S, (acceso 29/08/2020) http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_gtm_02.pdf

²⁵ Volusac, Programa Oficial de Voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Voluntariado, (acceso 29/08/2020) <http://www.indesgua.org.gt/guatemala-volusac-programa-oficial-del-voluntariado-universitario-de-la-universidad-de-san-carlos/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20voluntario%3F,la%20calidad%20y%20mucho%20entusiasmo.>

Dentro de sus principales operaciones de ayuda al pueblo guatemalteco está el programa de salud que se subdivide en: Salud comunitaria, salud pública en emergencias y atención de salud las cuales están enfocadas en mejorar la calidad de vida saludable de los habitantes de Guatemala, *“enfocados en lo preventivo y promocionando la salud”* como forma de ayuda y mejorar es estado saludable de las personas, en el aspecto familiar así como también el aspecto comunitario (*cruzroja.gt*).

“Cuyo objetivo estratégico es contribuir a mejorar la salud de la población vulnerable, a través de acciones dirigidas a incrementar el acceso a servicios de atención, prevención y promoción de la salud”. ²⁶

“El déficit de la cobertura para los servicios de saneamiento está cerca del 83% en la zona rural” ²⁷ por lo que la población del área rural depende mucho de los servicios de salud de Cruz Roja Guatemalteca ya que son muchas las enfermedades que afectan al Habitante

de la zona rural de Guatemala.

Al haber mencionado características importantes de Cruz Roja Guatemalteca, como el aspecto de voluntariado y salud, se puede deducir que es necesario una estructura organizativa para que toda la institución funcione correctamente por lo que es muy importante mantener un constante desarrollo en los servicios y capacitaciones al personal de CRG cuya *“principal razón de cambio debería ser la adaptación o modernización de sus funcionarios públicos conforme a las necesidades sociales establecidas por la población”* ²⁸ y cabe mencionar la importancia de la transmisión de la esencia de la institución hacia el personal quien debe actuar de una manera correcta mientras portan su imagen y de esta manera puedan brindar una mejor calidad de servicio. Por esta razón es fundamental que se se brindan capacitaciones en normas, principios y valores institucionales.

²⁶ Cruz Roja Guatemalteca, Salud, (acceso 29/08/2020) <https://www.cruzroja.gt/salud/>

²⁷ OPS/OMS, agua y saneamiento, (acceso 29-08-2020).<https://www.paho.org/gut/> ²⁶ [index.php?option=com_content&view=article&id=789:agua-y-saneamiento&Itemid=405](https://www.paho.org/gut/2626/index.php?option=com_content&view=article&id=789:agua-y-saneamiento&Itemid=405)

²⁸ Redacción CRA, Diario Centro América, Desarrollo organizacional, 18/05/2017, (acceso 29-08-2020). <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/desarrollo-organizacional/>

Ya que CRG funciona gracias a la labor de su personal en promoción de la ayuda al habitante guatemalteco ofrece capacitaciones referentes al tema de salud y auxilio para ayuda de las personas que lo necesitan pues la *“El Instituto de Formación Integral (IFI) es la sección de Cruz Roja Guatemalteca que se encarga de facilitar procesos de capacitación, orientados a proveer a su voluntariado y público en general, de conocimientos teóricos y prácticos que les permita atender de forma asertiva a víctimas de accidentes o de las consecuencias de eventos climáticos o telúricos que pueden poner en riesgo su vida.”*²⁹

Esta ONG es indispensable para los habitantes de Guatemala, porque un gran número de personas necesitan mucha ayuda en el sentido de salud, ya que los índices de pobreza son un gran factor para el desarrollo saludable de muchos guatemaltecos, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha estimado que *“La pandemia de COVID-19 aumentará en el número de personas que viven en situación de pobreza y pobreza*

*extrema en la región”*³⁰ esto muestra que la población de escasos recursos es la que se ve más afectada frente a los problemas de salud que enfrenta Guatemala y solo ahora, sino que con cada enfermedad ya se emergente o reemergente, las personas de escasos recursos son las más vulnerables, y en estos casos hay instituciones que socorren al habitante guatemalteco, como por ejemplo, Cruz Roja Guatemalteca, que realiza programas de ayuda junto con voluntarios que buscan personas que necesitan apoyo en jornadas de salud, en sus programas de salud comunitaria.

La ONU estima que *“al final de 2020 el 21.8 por ciento de la población guatemalteca vivirá en situación de pobreza extrema y el 59.9 por ciento estará en pobreza”*³¹ Esto quiere decir que para finales de este año aumentará el índice de persona vulnerables y por lo tanto de personas que necesitan servicios médicos y de primeros auxilios, lo cual aumentará la labor humanitaria que Cruz Roja Guatemalteca realiza en todas las áreas de servicios de la institución y en todas

²⁹ Cruz Roja Guatemalteca, Capacitaciones, (acceso 29-08-2020). <https://www.cruzroja.gt/capacitaciones/>

³⁰ Espina Cindy, el Periódico, CEPAL: pobreza crecerá dos por ciento en Guatemala, (acceso 09/09/2020). <https://elperiodico.com.gt/inversion/2020/05/13/cepal-pobreza-crecera-dos-por-ciento-en-guatemala/>

³¹ Espina Cindy Op cit.

las delegaciones que están distribuidas en el país y esto puede afectar incluso a la misma institución debido a que no todas las delegaciones cuentan con los mismos servicios y unas se encuentran más completas que otras será necesario implementar estrategias y refuerzos en los programas de desarrollo de la institución quien enfrenta retos y problemas para buscar un mejor desarrollo, funcionamiento y servicio para poder brindar al guatemalteco vulnerable. Por esta razón es muy importante la ayuda del mismo guatemalteco, en programas de voluntariado y el programa de donaciones, lo que ayuda a crecer a la institución y por ende al mismo habitante guatemalteco para facilitar el acceso a la salud.

En conclusión, se muestra que Cruz Roja Guatemalteca es una institución de mucha ayuda al pueblo guatemalteco pero que también enfrenta retos de desarrollo y capacitación para poder mejorar su servicio en función de la calidad de vida saludable de las personas vulnerables.

5.2 ENSAYO ÉTICO

El Diseño y su aporte a ONG

El diseño gráfico es una de las ramas más utilizadas por empresas que promueven sus productos y servicios, con la finalidad de generar ingresos económicos significativos para el desarrollo empresarial, pero el diseño también es utilizado como forma de apoyo y beneficios para las personas de la sociedad que enfrentan ciertas necesidades (necesidades que ONG tratan de satisfacer) pues este campo de trabajo también es de gran ayuda para instituciones sin fines de lucro, cuyo propósito es el de ayudar a la población vulnerable, y trata la manera de hacer que la información y problemas que enfrentan estas instituciones (ONG) sean resueltos por medio de del diseño haciendo uso de un estratégico y correcto uso y composición de imagen, paleta cromática y tipografía, entre otros, además también del uso de distintas ramas del diseño que vienen a reforzar el reto de la solución gráfico-visual que ofrece el diseño gráfico.

El branding es un método totalmente indispensable para poder llegar al público y hacerse conocer por medio de representaciones gráficas ya que *“el branding permite referirse al proceso de construcción de una marca”*³² otorgándole un *“valor”* intangible a la institución y lograr *“posicionarlo”* como una preferencia para las personas, por su puesto lo ideal para la construcción de marca es que esta sea fácil de recordar y de reproducir.

*“Los puntos principales a tener en cuenta a la hora de realizar el diseño gráfico son la tipografía, los colores y el nombre. Se trata de cuestiones que resultarán decisivas para el posicionamiento de la marca”*³³

Los tecnicismos necesarios para la construcción de esta representación gráfica son tan importantes como lo es el nombre, pues el nombre debe ser fácil de recordar y de pronunciar para generar una experiencia perdurable en las personas .

³² Pérez Julian y Gardey Ana, 2009, Branding, (acceso 13/09/2020). <https://definicion.de/branding/>

³³ Pérez Julian y Gardey Ana, Op Cit.

“El diseño centrado en el usuario involucra al usuario en todas las fases a lo largo de las que se desarrolla un producto, desde su conceptualización hasta su evaluación, incluyendo, en muchos casos, su desarrollo” ³⁴

Algo muy importante en lo que el diseño tiene que ver, ya que es una fuente de ayuda a la construcción de la identidad de una institución, es que *“la identidad corporativa es lo que permite a una marca ser reconocida por el público, dicha identidad está conformada por el nombre y la imagen de la empresa. Cada imagen es elaborada de acuerdo a la idea de la empresa, sus principales valores y el sector al cual se dedica”* ³⁵ por lo que esta identidad está formada por elementos y estrategias gráficas, además de la elección de un nombre y representación gráfica, es decir, el logotipo y la implementación de sus valores, principios y el accionar del personal de cada institución. Estos esfuerzos son realizados con la finalidad de crear una imagen ante el público al cual están dirigidos estos servicios que ofrecen a los pobladores de un lugar.

Habiendo establecido el concepto anterior, ahora es necesario aclarar que la imagen corporativa es ese paso posterior o incluso paralelo al haber establecido la identidad corporativa ya que *“La Imagen Corporativa sería una construcción que es «propiedad» de los públicos, algo que está ubicado» en el Receptor dentro del proceso general de comunicación”* ³⁶ es decir, que es esa respuesta del público al haber sido expuesto al proceso visual y estrategias de la institución y cómo ellos han podido interpretarlos, cabe mencionar que el proceso de crear una imagen institucional es muy importante ya que como instituciones sin fines de lucro y de ayuda al desarrollo del pueblo guatemalteco, es necesario transmitir ciertas características al público, tales como: confianza, seguridad, apoyo, ayuda, honestidad, entre otros.

³⁵ Conexión esan, Programas académicos, identidad corporativa, 07 de junio de 2016, (acceso 01-09-2020).<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/configuracion-de-la-identidad-corporativa-el-manual-corporativo/#:~:text=La%20identidad%20corporativa%20es%20lo,sector%20al%20cual%20se%20dedica>.

³⁶ Capriotti Paul, Universidad de Vic, Imagen corporativa, (acceso 01-09-2020).
https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wp-content/uploads/sites/23/2020/03/capriotti_la_imagen_corporativa.pdf,

Tanto la identidad corporativa como la imagen corporativa son importantes para el desarrollo de una institución, mientras una se centra en el mejoramiento y calidad visual y servicio, la otra interpreta todos estos esfuerzos que hace, para crear emociones y sentimientos por parte de las personas respecto de dicha institución, las cuales tienen una fuerte influencia en la toma de decisiones del público y como ellos transmitirán sus opiniones acerca de su experiencia al haber estado expuesta al material gráfico y a los servicios de la institución.

Por lo anteriormente descrito, se puede apreciar más el valor y el indispensable uso del diseño gráfico para mediar información relevante, entre la institución y el público, por lo que el uso de diferentes técnicas, ramas de diseño y material gráfico y/o visual son muy importantes para crear campañas, de cualquiera que sea el servicio que faciliten a las personas, incluso el material gráfico puede utilizarse con fines y propósitos internos de una institución como medio de apoyo para el personal, a modo de capacitación, que refuerce esas características que

la institución desee transmitir a las personas que laboran día con día en nombre de esta ONG.

Uno de los métodos de fortalecimiento y capacitación para las instituciones son la incorporación del brand book dentro de sus materiales gráficos, ya que este ayuda a captar la esencia y la imagen de la institución y de esta manera poder compartirlo con el personal que maneja directamente el logotipo y también al personal que brinda otro tipo de servicios, para que pueda tener un fuerte encuentro con los aspectos más relevantes de la identidad de la institución y de esta manera puedan ser preparados para poder transmitir una correcta imagen ante el público.

“Estas pautas de branding ayudan a los diseñadores gráficos, a los profesionales del marketing, a los desarrolladores web, a los community managers e incluso a los departamentos de presentación del producto a permanecer en sintonía y ofrecer al público una visión unificada de la marca” ³⁷

³⁷ Sordo Ana Isabel, hubspot, brand books increíbles, 19 de septiembre de 2019, (acceso 01-09-2020). <https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-excelentes-brand-book>



Unos de los contenidos con los que cuenta un brand book son:

- **La definición de la misión, visión**
- **Valores de la empresa**
- **Principios de la empresa**
- **La historia o el origen de la marca.**
- **Concepto de marca**
- **La definición de objetivos**

En conclusión, el diseño interviene mucho en instituciones ONG y mejoran tanto la imagen como la identidad institucional, lo cual les permite un mejor trato en el servicio que ofrecen, y logran la aprobación y favoritismo del público, logrando obtener incluso la ayuda monetaria y voluntaria de personas que desean sumarse a la labor altruista que ofrecen desinteresadamente. El diseño ayuda al desarrollo de estas instituciones y por consecuencia al desarrollo de las personas vulnerables a las que está destinada esta ayuda de las ONG.



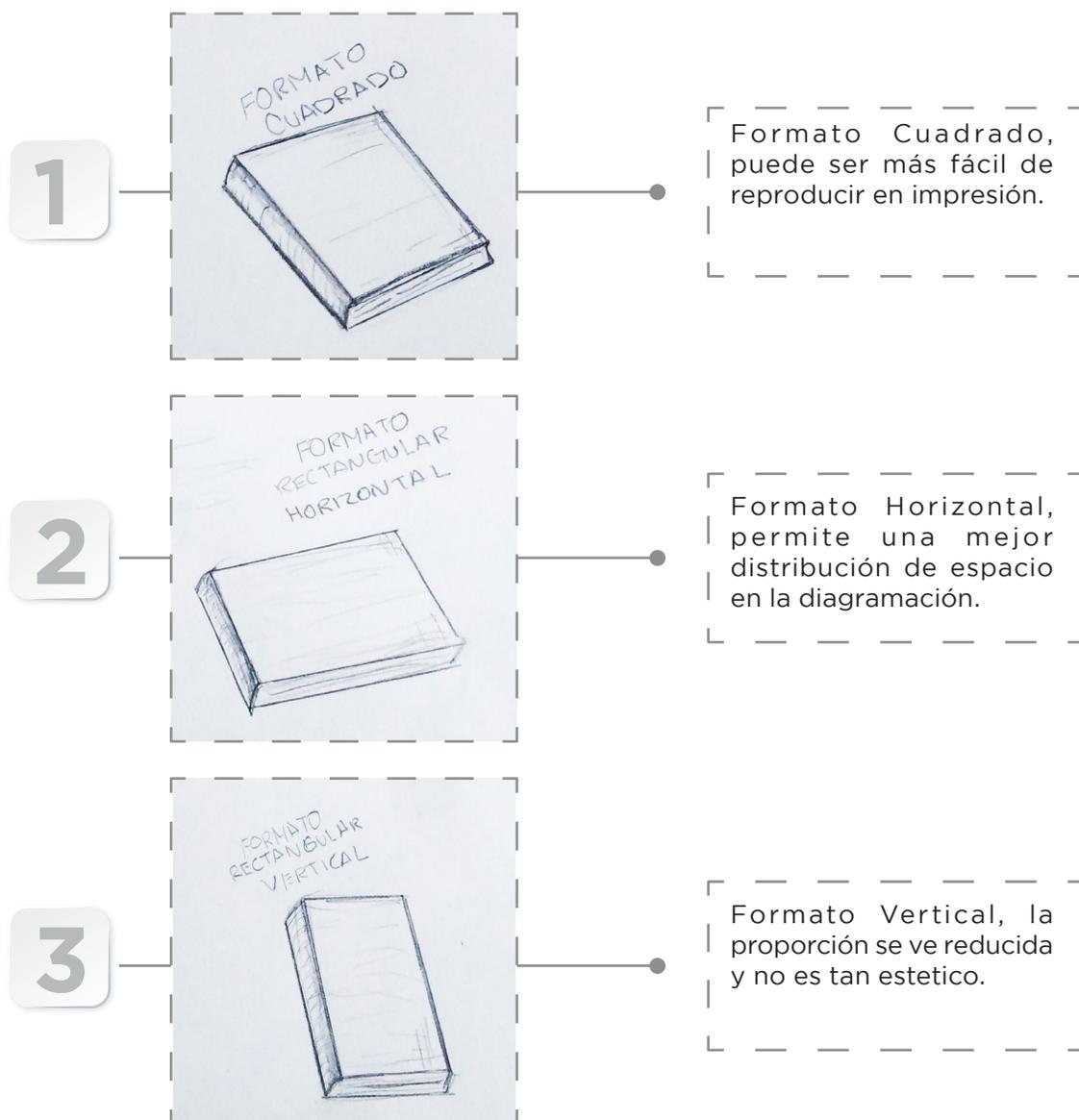
CAPÍTULO

6

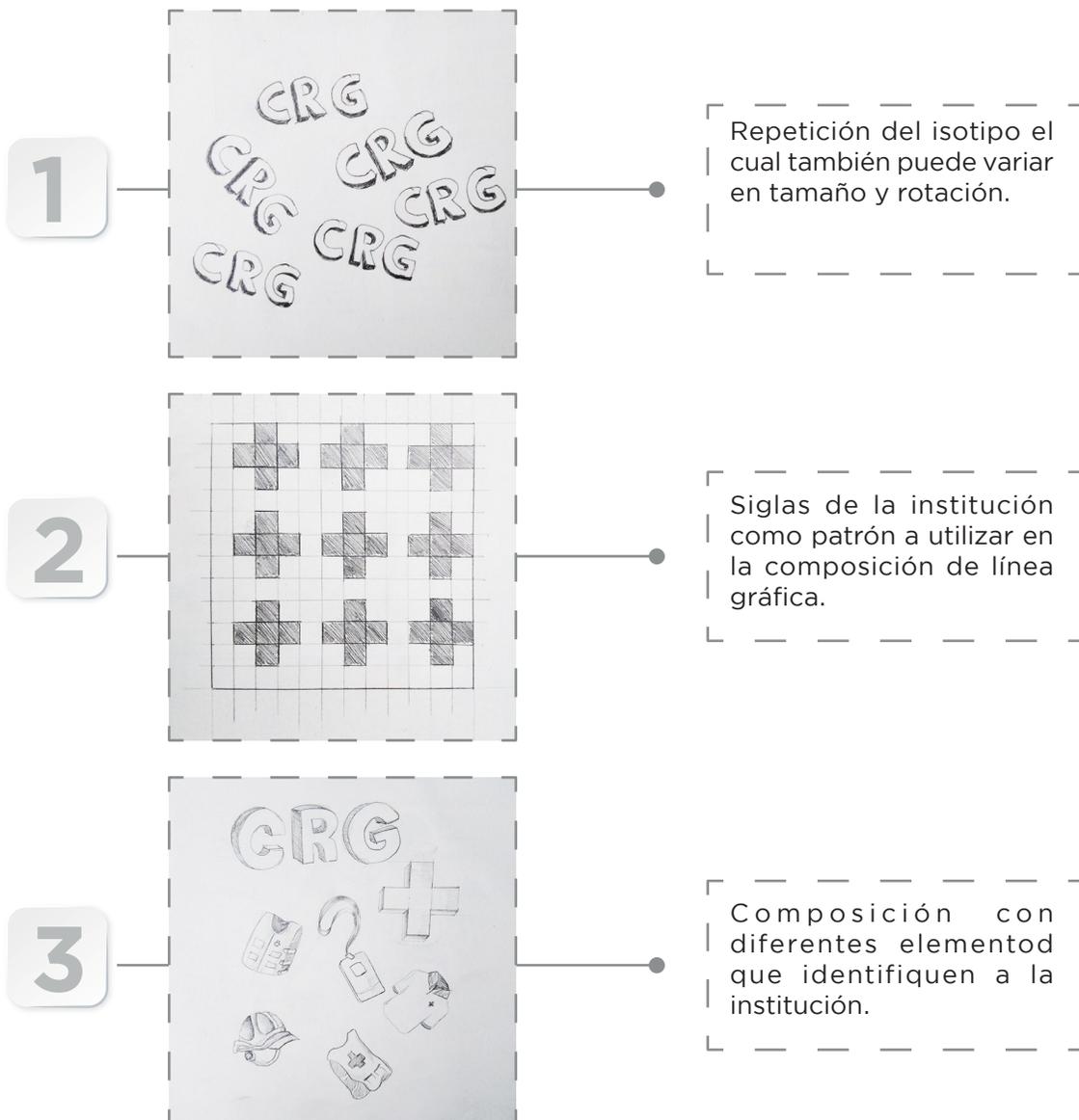
- Primer nivel de visualización
- Segundo nivel de visualización
- Tercer nivel de visualización
- Descripción y lineamientos de propuesta gráfica
- Previsión de costos

6.1 NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN

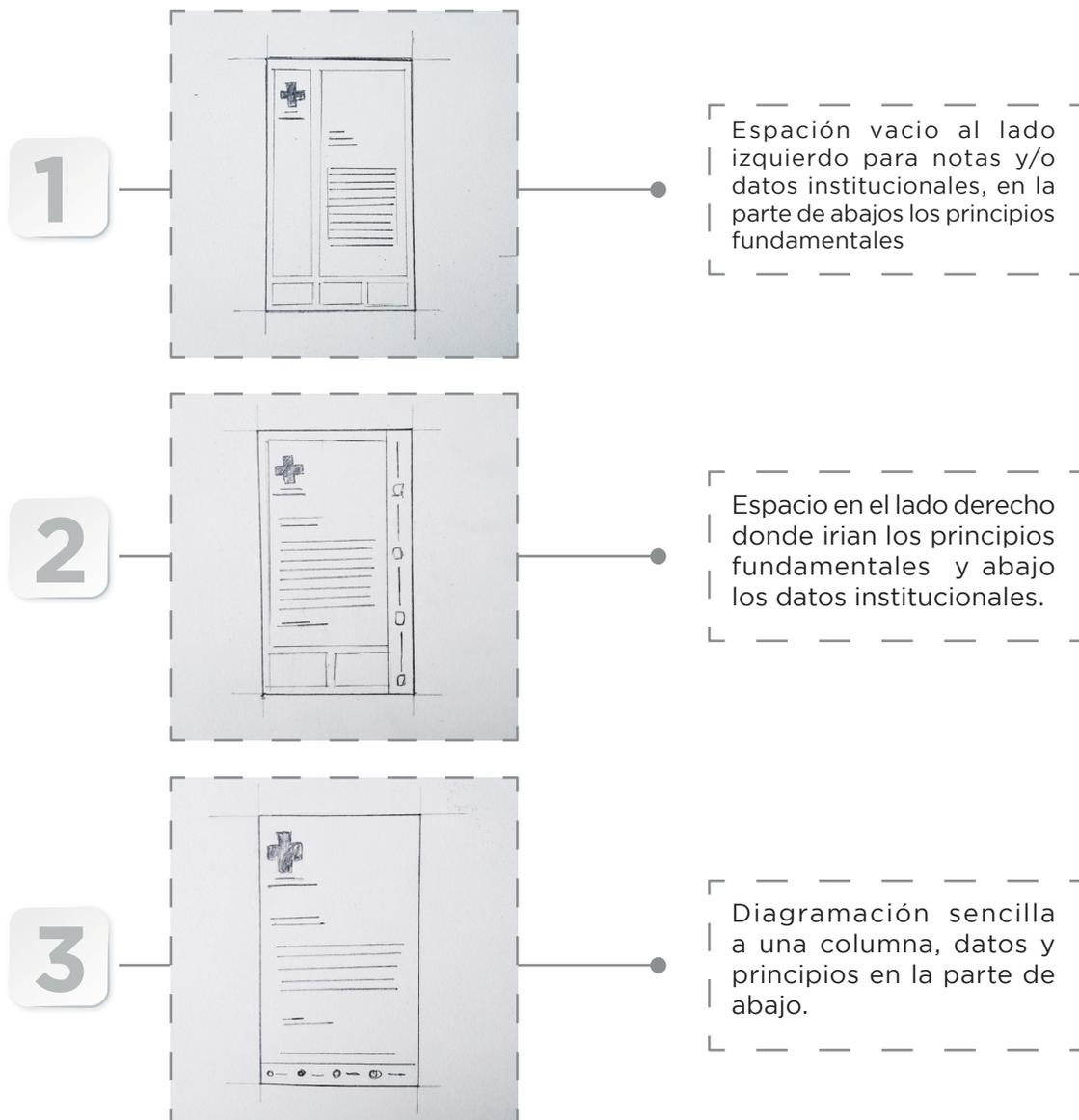
Formato de brand book a utilizar para la elaboración de todas las paginas y portadas



Línea gráfica la cual se utilizará en las páginas del brand book como también en las aplicaciones del imagotipo.



Hoja membretada diseño de diagramación para la hoja membretada como parte de la papelería de la institución.



CONCLUSIONES DE AUTOEVALUACIÓN

Resultados de autoevaluación (ver anexo 2)

- El primer nivel de bocetaje deber mejorar en ciudad y técnica de trazos además mejorar los tonos y matices de los tonos claros a oscuros.
- El nivel técnico no es suficiente y puede mejorar aún mas, y puede hacerse uso de otras herramientas: otra numeración de lápices y reglas para logran una mejor presentación.
- La aplicación de luz en los bocetos no es muy buena, se puede mejorar en la técnica de degradado y movimiento de muñeca.
- Según la evaluación, los bocetos pueden llegar a mejorar mucho. Se debe hacer uso de técnicas de bocetaje, herramientas y también en cantidad de bocetos.

6.2 NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN

6.2 NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN

Bocetos digitales. Primeros avances en base a los bocetos a mano realizados anteriormente.

Linea gráfica propuesta 1



1

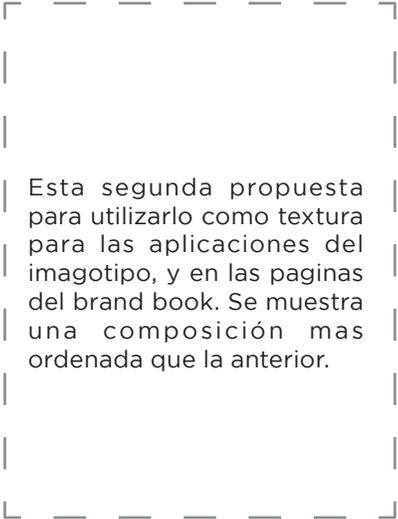
De acuerdo al concepto, se elaboró piezas en 3D en diferentes tamaños y rotación para simular la fragmentación, por lo que se eligieron elementos más característicos de la institución para modelarlos en 3D y hacer la composición para la línea gráfica, haciendo uso de los colores institucionales: Rojo y blanco, en el caso del blanco haciendo uso de grises hasta en un 30 %

2

LÍNEA GRÁFICA PROPUESTA 2

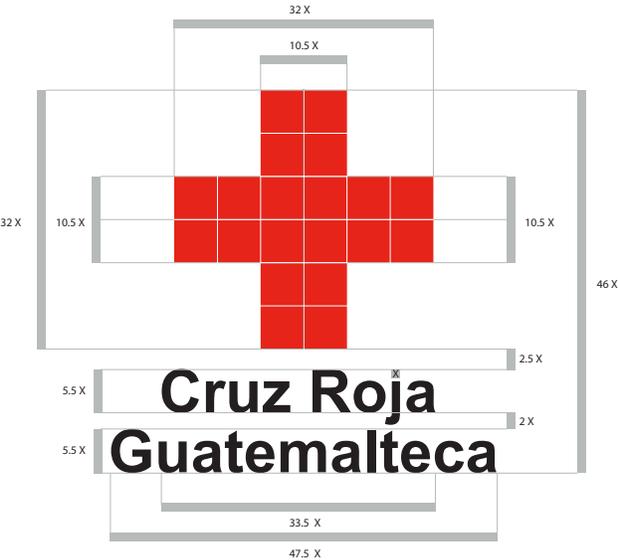


1

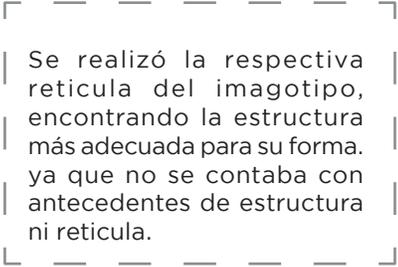


Esta segunda propuesta para utilizarlo como textura para las aplicaciones del imagotipo, y en las paginas del brand book. Se muestra una composición mas ordenada que la anterior.

2



RETÍCULA DE IMAGOTIPO



Se realizó la respectiva reticula del imagotipo, encontrando la estructura más adecuada para su forma. ya que no se contaba con antecedentes de estructura ni reticula.





TIPOGRAFÍA

También se hizo búsqueda de la familia tipográfica ya que únicamente tenían uso y conocimiento de dos estilos de las seis que se muestran en este apartado.

PANTONE SOLID COATED

485C

e1251b

C	2	R	225
M	95	G	37
Y	94	B	27
K	0		

ffffff

C	0	R	255
M	0	G	255
Y	0	B	255
K	0		

COLOR

Se establecieron los códigos de color que utiliza la institución la mayoría de las piezas gráficas que realizan.



MODELO DE CHALECO 3D

El concepto al estar relacionado directamente con el modelado 3D por lo que se optó por no hacer mockups planos como por ejemplo: vectores o ilustraciones, si no más bien hacer las aplicaciones igualmente en 3D, como en este caso el chaleco de la institución en sus diferentes vistas



MODELO DE PETO 3D

El peto también de modeló en 3D, aplicando luces y sombras para darle más realismo y también la aplicación de texturas.

MODELO DE RÓTULO 3D



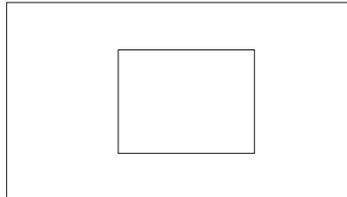
Rótulo de acrílico o vidrio con pernos en las esquinas y el imago tipo en vinil rojo recortado y las letras en vinil negro recortado o bien todo el imago tipo en impresión.



MODELO 3D Y DISEÑO DE TARJETA DE PRESENTACIÓN

Tarjetas de presentación de 3.5" x 2" aplicando los colores institucionales y la textura que se muestra al principio en esta tarjeta se muestra una reticula a dos columnas en el tiro y en el retiro una reticula plana.

TIRO



RETIRO



MODELO 3D Y DISEÑO DE HOJA MEMBRETADA

Carta membretada de 8.5" x 11" diseñada a cuatro columnas y manera sencilla y con bastante espacio para la redacción y aplicando colores y textura en el pie de página.



MODELO 3D Y DISEÑO DE LIBRETA

Diseño de libreta para bocetos rápidos u otros usos: En la portada se muestra el imagotipo sobre un fondo blanco y en la contraportada se aplica la textura previamente diseñada, además de los datos institucionales.

PORTADA



CONTRA PORTADA



DISEÑO DE PÁGINAS DE BRAND BOOK

CHALECO Chaleco de tela para uniforme del personal de Cruz Roja Guatemalteca, el cual se utiliza dentro y fuera de la institución.

14 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

CHALECO

15 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

EMBLEMA

Existen dos aplicaciones legales del Emblema de Cruz Roja

CRUZ ROJA GUATEMALTECA

1 **USO PROTECTOR**

(I Convenio de Ginebra, Artículos 39 y 39) Se debe utilizar en tiempo de conflicto y guerra.

Es el uso que establece el Emblema como señal visible en conflictos armados, principalmente. Está destinado a identificar a las personas e edificios (Unidades médicas, ambulancias, personal, etc.) que deben ser respetados por las partes en conflictos. Es decir, la colocación del emblema significa inmunidad y protección ante las hostilidades.

Cuando se utiliza para estos fines, el Emblema debe ir sobre fondo blanco y ser observado a distancia, especialmente en zonas de operaciones militares. Es decir su tamaño debe ser muy grande y no debe incluir ningún texto.

CRUZ ROJA GUATEMALTECA

GABACHA Gabacha de tela

14 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

GABACHA

15 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

CONCLUSIONES DE VALIDACIÓN

Resultados de validación con profesionales (ver anexo 3)

LÍNEA GRÁFICA

- De acuerdo a la validación, es necesario mejorar el diseño de la línea gráfica en los modelos, hacerlos más sencillos y evitar que esté muy pesado visualmente, también explorar otros elementos que refuercen la composición.
- La textura aplicada a las aplicaciones es repetitiva. Será necesario hacer variantes para las distintas aplicaciones.
- La textura aplicada a las aplicaciones no se logra apreciar muy bien por su reducido tamaño. Es necesario variar los tamaños a una escala apropiada
- La composición como tal no es factible para portada y contra portada, aunque si podría funcionar como guardas, con modificaciones en el orden de los elementos.

DIAGRAMACIÓN

- Reducir el interlineado para que parezca muy abierto.
- La diagramación en general muestra aceptación por parte de los profesionales, por lo que los cambios a realizar son mínimos.
- El uso del color blanco muestra ser funcional para la diagramación, por lo que se ve lipio y legible.

MODELADO 3D

- Los modelos 3D para la aplicaciones muestran aceptación por parte de los profesionales, en la aplicación de luz y sombra.
- Las texturas en el chaleco y gabacha es necesario arreglarlo, que que varios profesionales votaron de forma intermedia en la encuesta en el aspecto de las texturas.

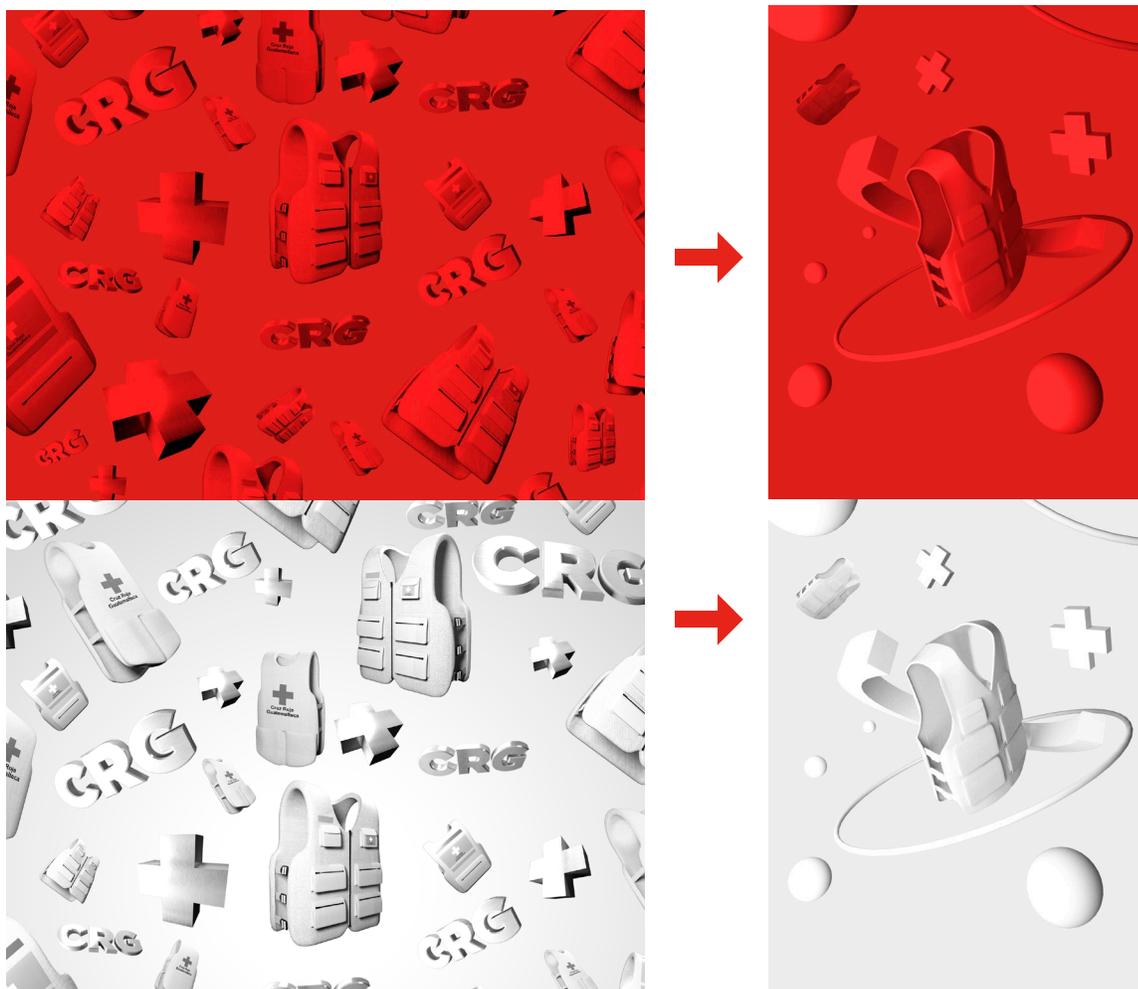


6.3 NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN

CAMBIOS REALIZADOS

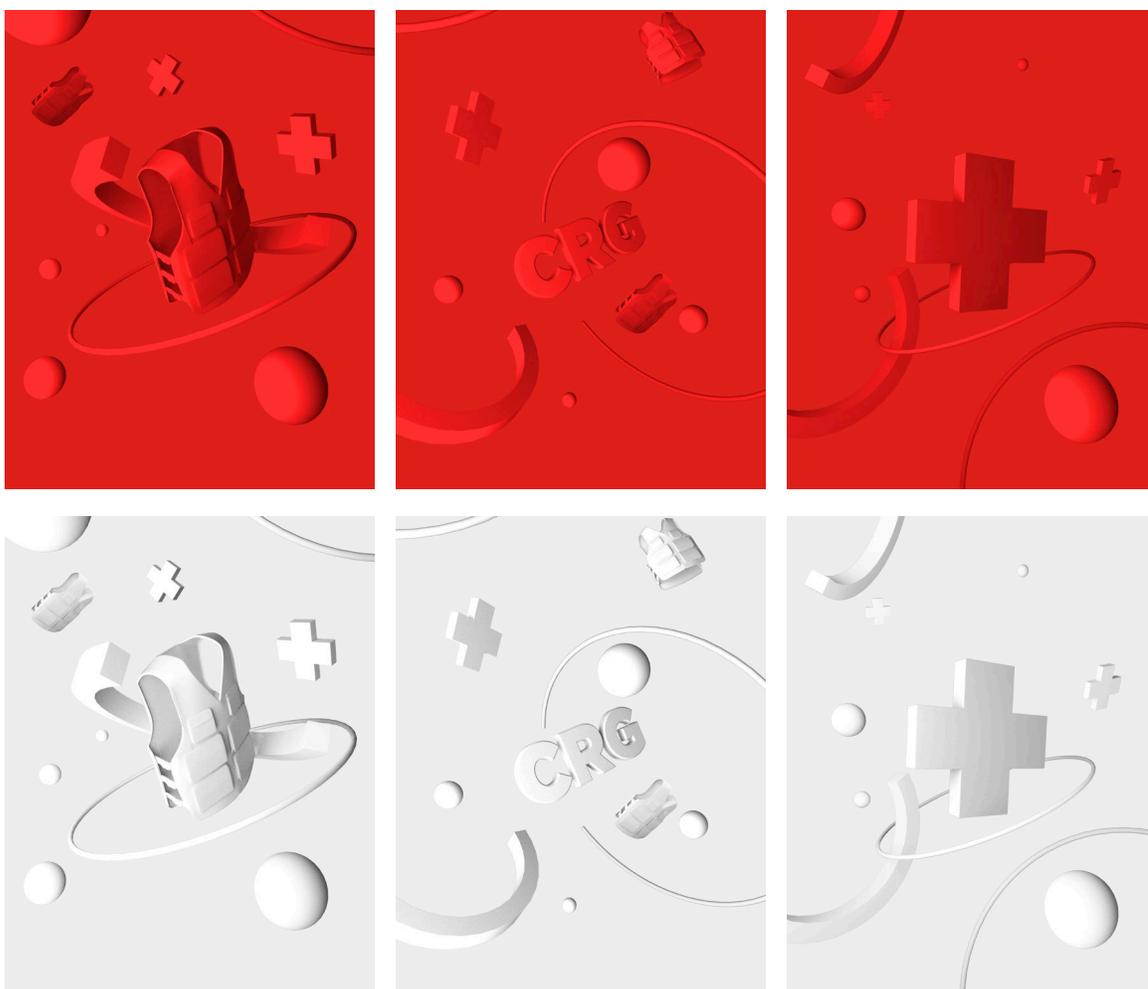
LÍNEA GRÁFICA

Se hizo cambios en la composición, debido a que la primera propuesta se encuentra muy saturada y con mucho peso visual. En esta propuesta se muestra mucho más limpia la composición, utilizando diferentes escalas y menor número de elementos, también haciendo uso de formas geométricas, para reforzar la composición y adaptarla más al concepto. "Luz fragmentada". En esta nueva composición se muestra un foco central guiando la vista al centro utilizado como un recorrido visual.



LÍNEA GRÁFICA / COMPOSICIONES

Se crearon tres variantes en las composiciones para poder utilizar en las aplicaciones y en páginas del brand book, esto para evitar utilizar la misma composición y que el diseño se vuelva muy repetitivo.



TIPOGRAFÍA

Ya que el color negro que la institución únicamente se usa en los textos se utilizó el negro para no perder la norma. Utilizar los textos sobre el fondo anterior crea mucho peso visual de manera que se decidió utilizar los estilos de texto negro sobre un fondo blanco.



COLOR

Se modificó la forma de presentación de los colores institucionales. En esta ocasión se incluyó el color negro que se utiliza en los textos.

PANTONE SOLID COATED

485C

e1251b

C 2 **R** 225
M 95 **G** 37
Y 94 **B** 27
K 0

ffffff

C 0 **R** 255
M 0 **G** 255
Y 0 **B** 255
K 0



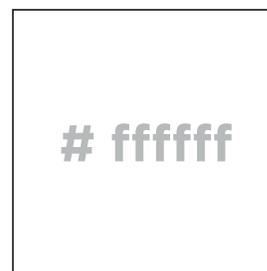
PANTONE SOLID COATED
485C

C 2 **R** 225
M 95 **G** 37
Y 94 **B** 27
K 0



NEGRO

C 0 **R** 0
M 0 **G** 0
Y 0 **B** 0
K 100



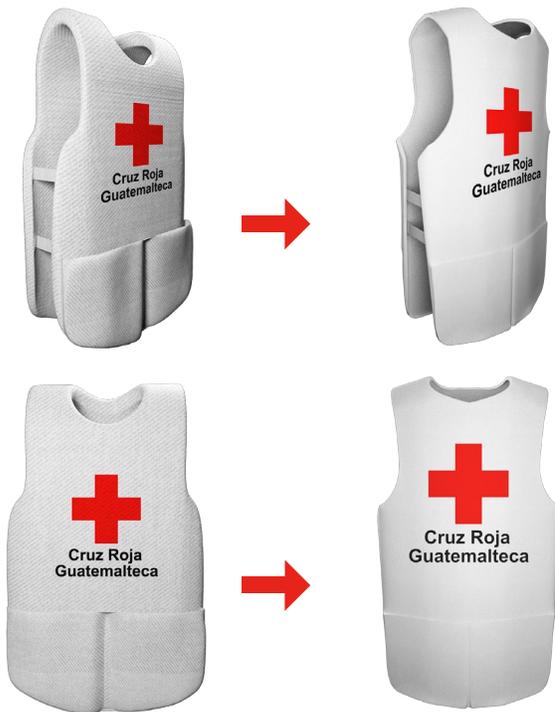
BLANCO

C 0 **R** 255
M 0 **G** 255
Y 0 **B** 255
K 0

MODELO DE CHALECO 3D



Se modificó el modelo 3D del chaleco debido a que el anterior está muy grueso y con una textura muy grande, por lo que esta vez el chaleco es mucho más delgado y con textura mas acorde a tela.



MODELO DE PETO 3D

Se modificó el modelo 3D del peto debido a que el anterior esta muy grueso y con una textura muy grande, por lo que esta vez el chaleco es mucho más delgado y con textura mas acorde a tela.

MODELO 3D Y DISEÑO DE TARJETA DE PRESENTACIÓN

Se realizaron modificaciones en el diseño de la tarjeta, se retiró la textura del tiro para evitar una sobrecarga visual, y se añadió una de las nuevas composiciones en la parte del retiro.

En el tiro se muestran los siete principios fundamentales de la institución y en el retiro los datos institucionales.





CONCLUSIONES DE VALIDACIÓN

Resultados de validación (ver anexo 4)

- La diagramación es aceptada por parte del grupo objetivo, por lo que manifestaron que el proyecto es fácil de leer y entender.
- El 100 % de los encuestados mostró interés uso del manual y también hacer uso del material una vez producidos.
- Se muestra interés por parte de la institución en hacer uso de este manual incluso para medios de capacitación al personal.
- La línea gráfica fue bien recibida con los cambios realizados, por lo que se mostraron resultados bastante favorables para este proyecto.
- La mayoría de los encuestados manifestó interés en hacer más aplicaciones para el imtatipo.
- No se presentaron respuestas negativas por parte del grupo objetivo que perjudicaran el avance del proyecto

6.4 DESCRIPCIÓN Y LINEAMIENTOS

CHALECO

DESCRIPCIÓN

Chaleco para uso interior y exterior de la institución. Es una de las prendas más representativas de Cruz Roja Guatemala.

LINEAMIENTOS

El chaleco debe llevar 6 bolsas al frente, 2 pequeñas y 4 medianas, mientras que en la parte de atrás lleva una grande.

En el frente se muestran 2 fr en blanco donde se colocan el nombre del colaborador y su cargo laboral, mientras que en la parte de atrás se muestra una franja reflectiva, el imago tipo cuadrado y abajo una franja para identificar el departamento laboral.



PETO

DESCRIPCIÓN

Peto para uso interior y exterior de la institución, y también es una de las prendas más representativas de Cruz Roja Guatemala.

LINEAMIENTOS

El peto debe llevar el imagotipo de forma cuadrada al frente y atrás, con dos bolsas al frente y dos sujetadores a los lados.



TARJETA DE PRESENTACIÓN

DESCRIPCIÓN

Diseño de tarjeta de presentación donde el tiro se muestran los siete principios fundamentales de la institución y en el retiro los datos institucionales. y la aplicación de las composiciones realizaddas según el concepto creativo.

LINEAMIENTOS

Las tarjetas tienen una medida de 2" x 3-5" pulgadas, estas deberán ser impresas en tiro y retiro. Puede utilizarse materiales de papel tales como: papel husk, papel opalina o papel fotográfico. manteniendo un bleed de 0.125" pulgadas para el corte.



HOJA MEMBRETADA

DESCRIPCIÓN

Diseño de hoja membretada con los 7 principios fundamentales y los datos de comunicación de Cruz Roja Guatemalteca.

LINEAMIENTOS

Diseño a hoja carta 11" x 8.5" pulgadas. Esta hoja puede editarse directamente en el archivo editable de Illustrator o bien en un archivo word el cual permite un fácil acceso y escritura, y listo para imprimir.



FOLDER

DESCRIPCIÓN

Folder para uso institucional del personal para las hojas, diseñado con los 7 principios fundamentales y datos de comunicación de la institución.

LINEAMIENTOS

Diseño de folder de 9" x 11.5" pulgadas para hojas carta con doblez para asegurar las hojas, puede imprimirse a laser en papel Texcote u opalina calibre 12.



LÁPIZ Y LAPICEROS

DESCRIPCIÓN

Aplicación de imago tipo en su versión horizontal para lapices, lapiceros o bien portaminas.



LINEAMIENTOS

Impresión o sublimación sobre lapices, lapiceros y/o portaminas, se recomienda el suficiente espacio de fondo blanco, también fijar líneas guía de la proporción del artículo para que la impresión quede centrada.



LIBRETA

DESCRIPCIÓN

Libreta para notas o bocetos, color solido y en la contra portada se aplicó una de las nuevas composiciones y se agregó también los datos institucionales.

LINEAMIENTOS

La libreta cuenta con una medida de 4" x 6" pulgadas con espiral en la parte superior. La portada y contra portada puede ser impresa en papel Husky y las paginas pueden ser en líneas o bien páginas de sketch

PORTADA



CONTRA PORTADA



RÓTULO

DESCRIPCIÓN

Rótulo para las paredes de las instalaciones de Cruz Roja Guatemala en todas sus delegaciones, estas son colocadas en las salas de espera y otras ubicaciones de la institución.

LINEAMIENTOS

Rótulo con medida de base de 1.5 mts x 1.5 mts cuadrados, de acrílico o vidrio con pernos en las esquinas y el imagotipo en vinil rojo recortado y las letras en vinil negro recortado, o bien todo el imagotipo en impresión. La medida puede variar pero es importante mantener siempre la dimensión cuadrada.



LLAVEROS

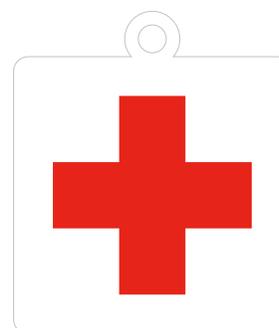
DESCRIPCIÓN

Llaveros personalizados con el imago tipo de la institución para el uso del personal de Cruz Roja Guatemalteco, o bien para el uso que la institución disponga.

LINEAMIENTOS

Llaveros de acrílico y MDF grabado y recortados de 1.5" pulgadas cuadradas.

Imago tipo grabado sobre acrílico transparente de 6 mm. o bien impreso, otra variante de grabado puede ser de material de MDF. La otra aplicación de llavero puede ser de acrílico blanco de 3mm con el isotipo de acrílico rojo recortado o bien impreso.



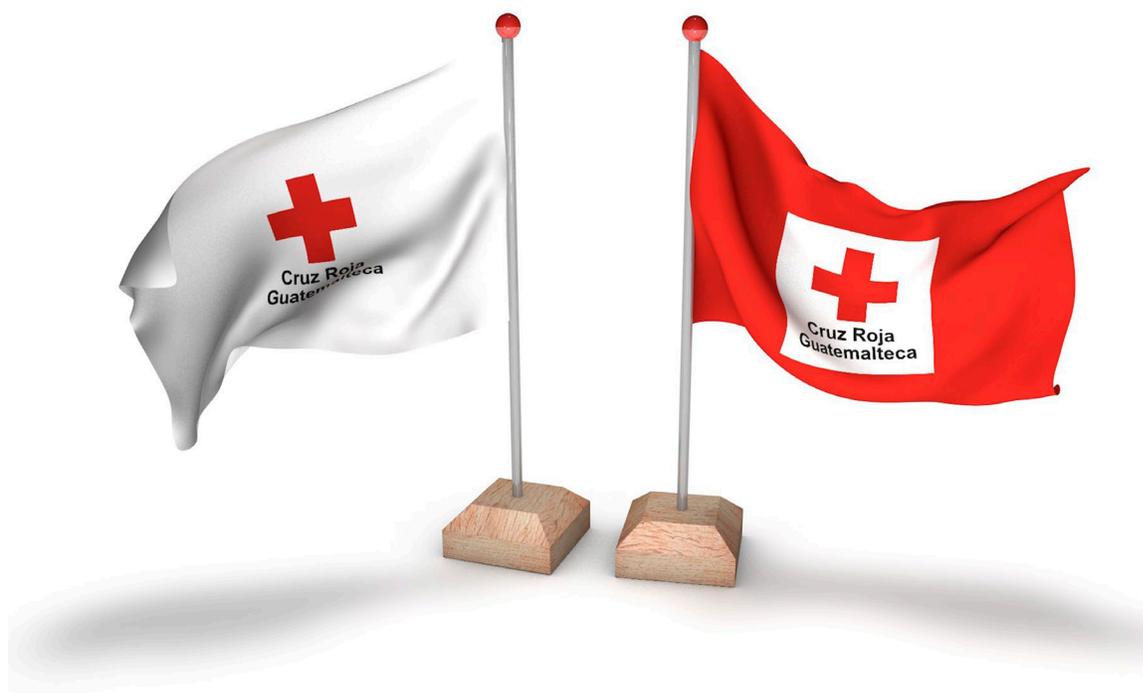
BANDERA DE ESCRITORIO

DESCRIPCIÓN

Diseño de bandera para escritorio con material de tela.

LINEAMIENTOS

Sublimación de banderas con imatipo de Cruz Roja Guatemalteca en tiro y retiro, con una medida standar de 6" x 4" pulgadas (la medida puede variar) cosidas en las orillas, con base de madera u otro material que la institución disponga.



FIRMA DE CORREO

DESCRIPCIÓN

Diseño de firma de correo, la cual se puede importar para el correo institucional o bien usarse en correos de gmail. Diseño sencillo y fácil de comprender, utilizando los colores y tipografía institucionales y añadiendo la nueva composición de la línea gráfica.

LINEAMIENTOS

Firma de correo electrónico con una medida de 200px x 900px para el personal de Cruz Roja Guatemala, Los datos pueden editarse desde el archivo editable con la fotografía y datos del colaborador (a)



GAFETES

DESCRIPCIÓN

Gafetes para uso interno y externo de la institución con fotografía y datos del colaborador (a) y datos de la institución en el tiro, y en el retiro los 7 principios fundamentales de Cruz Roja Guatemalteca.

LINEAMIENTOS

Impresión de gafetes con tiro y retiro, el gafete debe ir dentro de un protector con orificios y su respectivo listón.



SELLOS

DESCRIPCIÓN

Sellos en dos versiones para cartas, y/o comunicados.

LINEAMIENTOS

Sello cuadrado de 1" pulgada y sello rectangular de 2" x 0.75" pulgadas, se recomienda utilizar tinta roja, para mantener una relación lo más acercada posible al rojo de Cruz Roja Guatemala.



**Cruz Roja
Guatemala**



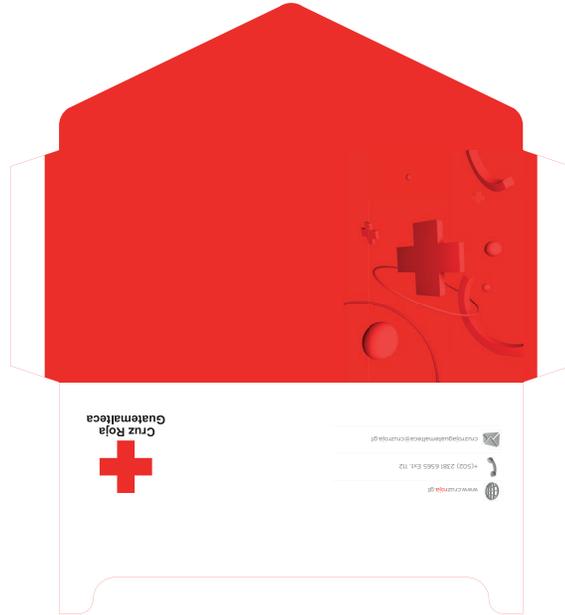
Cruz Roja Guatemala
Nombres y apellidos
Cargo laboral



SOBRES

DESCRIPCIÓN

Diseño de sobres para cartas , con imagotipo cuadrado y datos institucionales.



LINEAMIENTOS

Sobre de 110 mm. x 120 mm. impreso a un tiro y troquelado.



TAZAS

DESCRIPCIÓN

Diseño Tazas en dos versiones: una en fondo rojo y con imagotipo cuadrado, y otra con fondo blanco con imagotipo cuadrado.

LINEAMIENTOS

Tazas sublimadas o impresas con imagotipo cuadrado de 1.5" pulgadas.



MEMORIA USB

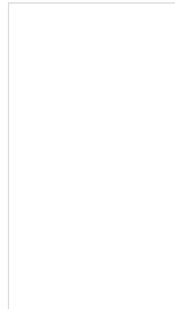
DESCRIPCIÓN

USB con el imago tipo cuadrado de Cruz Roja Guatemala.



LINEAMIENTOS

Impresión de USB, se recomienda crear guías de la silueta del modelo de USB para que el imago tipo pueda ser impreso centrado y sobre una superficie con suficiente espacio blanco.



AGENDAS

DESCRIPCIÓN

Agenda para el uso del personal de la institución, con la aplicación de las composiciones diseñadas, mostrando también los datos personales e institucionales

LINEAMIENTOS

Agenda con dimensiones de 8.5" x 5.5" pulgadas. Las portadas pueden ser impresas en Papele Husky o cartón plástico o bien el papel adhesivo y forrando catón chip.

las páginas pueden ser impresas en papel coushe de 100 gr. o bien en papel bond de 120 gr.



BRAND BOOK

DESCRIPCIÓN

La **primera parte** del brand book consta de la identidad de la institución, mostrando la esencia de la institución, comprendida en su historia, principios y valores los cuales deben formar parte de cada uno de los miembros colaboradores de Cruz Roja Guatemalteca.



EMBLEMA

Existen dos aplicaciones legales del Emblema de Cruz Roja

1 USO PROTECTOR

(I Convenio de Ginebra, Artículos 39 y 39) Se debe utilizar en tiempo de conflicto y guerra.

Es el uso que establece el Emblema como señal visible en conflictos armados, principalmente. Está destinado a identificar a las personas edificios y objetos (casas médicas, ambulancias, personal, etc.) que deben ser respetados por las partes en conflictos. Es decir, la colocación del emblema significa inmunidad y protección ante las hostilidades.

Cuando se utiliza para estos fines, el Emblema debe ir sobre fondo blanco y ser observado a distancia, especialmente en zonas de operaciones militares. Es decir su tamaño debe ser muy grande y no debe incluir ningún texto.

2 Uso indicativo

(I Convenio de Ginebra, Artículo 44) Utilizado en tiempos de paz.

Este uso se destina en identificar a personas, vehículos, equipos, materiales e infraestructura vinculada con el Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

El uso indicativo del Emblema incluye el nombre de la Sociedad Nacional, en el caso de nosotros es del de Cruz Roja Guatemala.

BRAND BOOK

8

CRUZ ROJA GUATEMALTECA

BRAND BOOK

9

LEY DE USO

del emblema de Cruz Roja Guatemala

El uso exclusivo del Emblema de la Cruz Roja es resguardado por los Decretos 822-91 Ley de protección y uso del Emblema de la Cruz Roja y 27-2011 Reformas a la Ley de protección y uso del Emblema de la Cruz Roja.

¿QUIÉNES SOMOS?

BRAND BOOK

10

CRUZ ROJA GUATEMALTECA

BRAND BOOK

NUESTRA HISTORIA

La Sociedad Nacional de la Cruz Roja Guatemala (CRG), es una institución no lucrativa, de interés social y voluntario que presta auxilio a la población que se encuentre en riesgo o en desastre.

Forma parte del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, cuyo fin es prevenir y aliviar el sufrimiento humano, proteger la vida y la salud de la persona humana, en particular en tiempo de conflicto armado y en otras situaciones de emergencia.

Cruz Roja Guatemala se encuentra reconocida ante la Personería Jurídica por el Gobierno de la República de Guatemala, como una sociedad de socorro voluntaria, autónoma, independiente, con patrimonio propio y auxiliar de los poderes públicos en sus actividades humanitarias.

Fundada el 22 de abril de 1923; está constituida de acuerdo a los Convenios de Ginebra de 1949 y sus protocolos adicionales de 1977, de los cuales el Estado de Guatemala es parte, así como con los Principios Fundamentales del Movimiento Internacional de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja.

Cruz Roja Guatemala fue reconocida por el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR) el 15 de agosto de 1923, es miembro de la Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja (FICR) a partir de la misma fecha. Cruz Roja Guatemala se encuentra debidamente inscrita en el Registro Civil de Guatemala, bajo el número de partida setenta y seis (76), folio cuatrocientos noventa (490) del libro cuarenta y dos (42) de Personas Jurídicas.

DELEGACIONES

Las instalaciones de Sede Central de la Cruz Roja Guatemala se localizan en la Ciudad de Guatemala y actualmente cuenta con 21 Delegaciones a nivel nacional.



- CENTRO GT**
 - Delegación Guatemala (Sede Central)
- NORTE GT**
 - Delegación Parajuli
 - Delegación Patán
 - Delegación Cobán
- OCCIDENTE GT**
 - Delegación Tuxtla
 - Delegación Soconusco
 - Delegación San Marcos
 - Delegación Escuintla
 - Delegación Quiché
 - Delegación Quetzaltenango
 - Delegación Conception Chaturruha
- ORIENTE GT**
 - Delegación Santo Tomás de Castilla
 - Delegación Peten
 - Delegación El Estero
 - Delegación Chiquimula
- SUR GT**
 - Delegación Tacaná Limón
 - Delegación Retalhuleu
 - Delegación Huehuetenango
 - Delegación El Primer
 - Delegación Castepeque

BRAND BOOK

12

CRUZ ROJA GUATEMALTECA

BRAND BOOK

13

MISIÓN

Cumplir, como auxiliar de los poderes públicos, nuestro mandato humanitario en las áreas que enfoca el Movimiento, contribuyendo en la mejora de la calidad de vida de las personas más vulnerables. Movilizando el Poder de Humanidad.

VISIÓN

Cruz Roja Guatemala, es una Institución Humanitaria líder, de carácter Voluntario, comprometida con los Principios Fundamentales y Valores Humanitarios del Movimiento, con un sistema de gobierno y gestión, y con talento humano altamente calificado que contribuye a mejorar la calidad de vida de las personas más Vulnerables.

BRAND BOOK

14

CRUZ ROJA GUATEMALTECA

BRAND BOOK

15



DESCRIPCIÓN

Esta **segunda parte** del brand book consta de los lineamientos del imagotipo, comprendida en su retícula, áreas de respeto, usos correctos e incorrectos, también color y tipográfica, esto con el propósito de establecer lineamientos de uso, para evitar cualquier degradación gráfica del imagotipo.



FIRMA TOTAL

El Emblema oficial de la Cruz Roja Guatemalteca es la Cruz formada por cinco cuadros de la misma proporción de color rojo acompañado por el texto "Cruz Roja Guatemalteca".

La firma de Cruz Roja Guatemalteca en todas sus reproducciones y aplicaciones, tanto en proporción como en color.

RETÍCULA DE IMAGOTIPO CUADRADO

La estructura y dimensión por la cual está formado el imagotipo de la institución es (X) y esta representa la proporción del grueso de las letras, en sus ejes verticales y horizontales. El isotipo está conformado por 5 cuadros a proporción y este también se subdivide en 6 cuadros a proporción en dos filas para el eje vertical y horizontal.

BRANCO BOOK
BRANCO BOOK

22 CRUZ ROJA GUATEMALTECA
23 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

RETÍCULA DE IMAGOTIPO HORIZONTAL

La estructura y dimensión del imagotipo horizontal, donde la proporción de (X) es un cuarto del cuadro base que forma el isotipo.

RETÍCULA DE IMAGOTIPO CON SLOGAN

Estructura del imagotipo acompañado de slogan donde la proporción de (X) es un cuarto del cuadro base que forma el isotipo.

BRANCO BOOK
BRANCO BOOK

24 CRUZ ROJA GUATEMALTECA
25 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

ÁREA DE RESPETO

Imagotipo cuadrado

Área de respeto o área blanca del imagotipo cuadrado y horizontal es el equivalente a la mitad de uno de los cinco cuadros que conforman el isotipo, o bien uno de los seis cuadros que conforman el eje vertical y horizontal del isotipo.

Imagotipo horizontal

ÁREA DE RESPETO CON SLOGAN

Área de respeto o área blanca del imagotipo con el slogan es el equivalente a uno de los cinco cuadros que conforman el isotipo.

BRANCO BOOK
BRANCO BOOK

26 CRUZ ROJA GUATEMALTECA
27 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

USOS CORRECTOS

El imagotipo no lleva el cuadro o rectángulo blanco sobre fondos blancos, aunque siempre se debe respetar el área del cuadro y rectángulo blanco. Si se utiliza en fondos de color sólido o fotografías debe ser visible el cuadro o rectángulo blanco.

USOS CORRECTOS

El imagotipo con slogan no lleva el rectángulo blanco sobre fondos blancos, aunque siempre se debe respetar el área del rectángulo. Si se utiliza en fondos de color sólido o fotografías debe ser visible el rectángulo blanco.

Otra forma correcta de utilizar el imagotipo con slogan es el de estar parte del rectángulo blanco en el área del slogan, de manera que se pueda ver el fondo donde está el slogan.

BRANCO BOOK
BRANCO BOOK

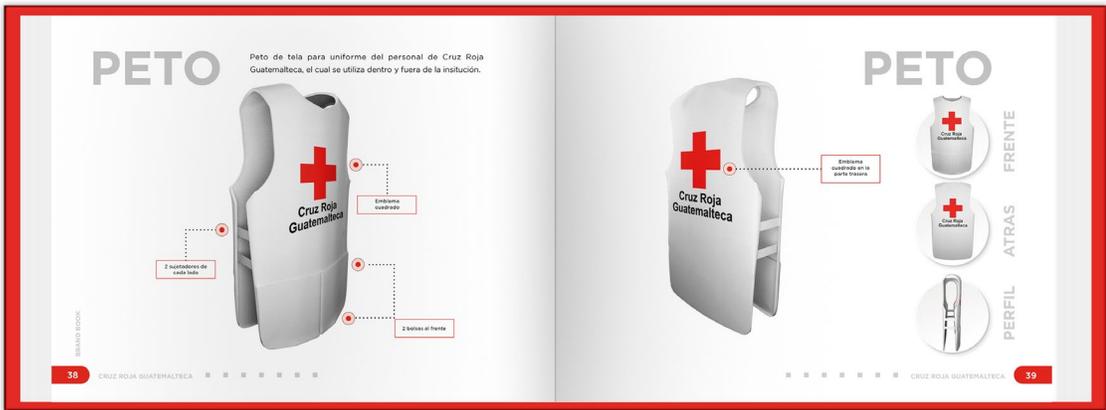
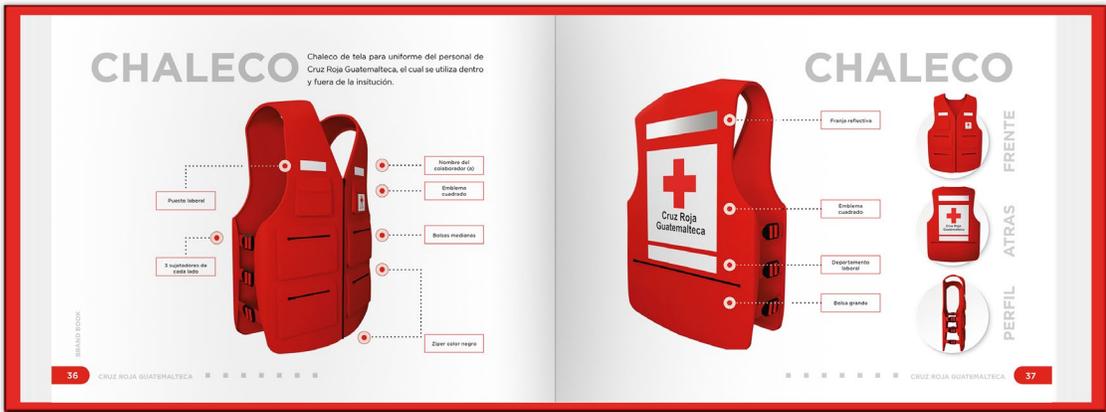
28 CRUZ ROJA GUATEMALTECA
29 CRUZ ROJA GUATEMALTECA



DESCRIPCIÓN

En esta **Tercera parte** del brand book se muestran algunas de las aplicaciones del imagotipo, en materiales de fácil producción, para el uso de la institución y para el personal de la institución.





FOLDER

BRAND BOOK

44 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

BRAND BOOK

45 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

LÁPIZ Y LAPICEROS

BRAND BOOK

46 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

BRAND BOOK

47 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

LIBRETA

BRAND BOOK

48 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

BRAND BOOK

49 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

RÓTULO

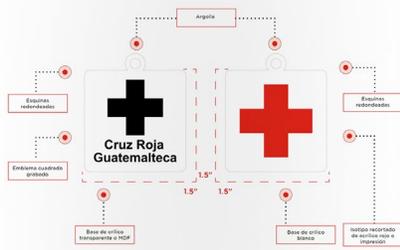
BRAND BOOK

50 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

BRAND BOOK

51 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

LLAVEROS

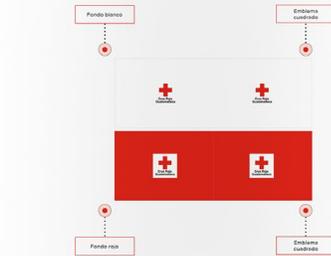


BRAND BOOK



BRAND BOOK

BANDERA DE ESCRITORIO

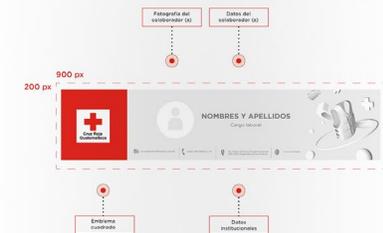


BRAND BOOK



BRAND BOOK

FIRMA DE CORREO



BRAND BOOK



BRAND BOOK

GAFETES

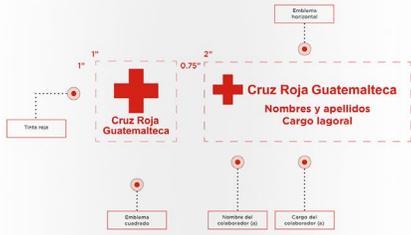


BRAND BOOK



BRAND BOOK

SELLOS

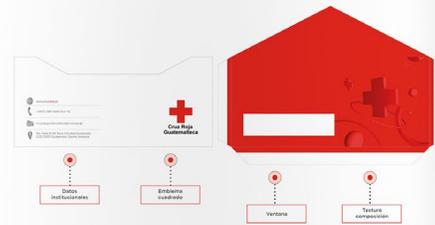


BRAND BOOK
60 CRUZ ROJA GUATEMALTECA



BRAND BOOK
61 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

SOBRES

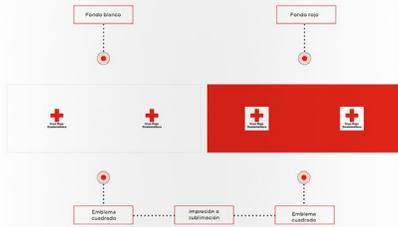


BRAND BOOK
62 CRUZ ROJA GUATEMALTECA



BRAND BOOK
63 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

TAZAS

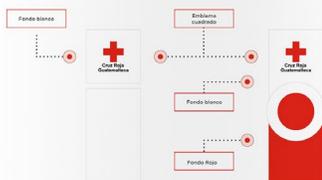


BRAND BOOK
64 CRUZ ROJA GUATEMALTECA



BRAND BOOK
65 CRUZ ROJA GUATEMALTECA

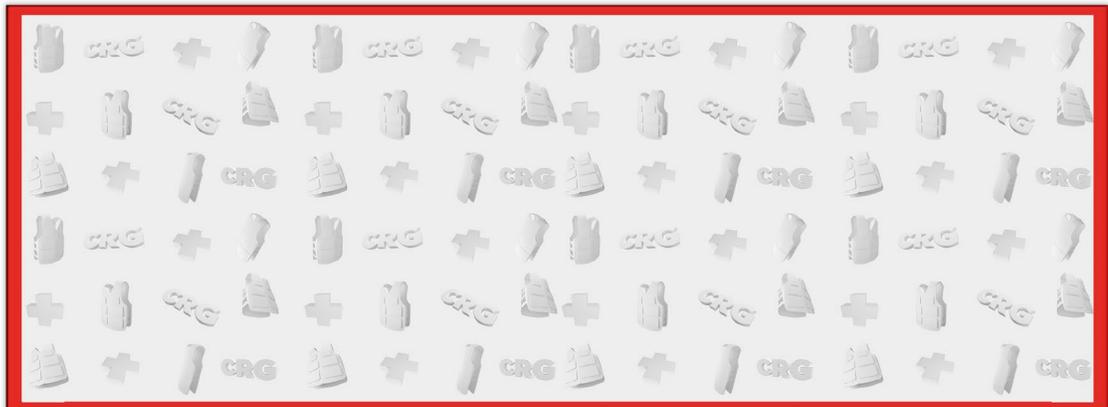
MEMORIA USB



BRAND BOOK
66 CRUZ ROJA GUATEMALTECA



BRAND BOOK
67 CRUZ ROJA GUATEMALTECA



LINEAMIENTOS

- Se recomienda impresión en papel couche de calibre 100 para las paginas del brand book.
- Para las guardas y portadas impresión en cartón plastico o bien en papel adhesivo de un solo tiro, para poder forrar una pasta gruesa que servirá como portada y contra portada, mientras que las otras guardas pueden imprimirse del mismo material que el resto de las páginas.
- Es importante que las páginas esten bien centradas y si es necesario también guillotinarlas.
- Se recomienda no utilizar espiral para unir todo el material, sino más bien utilizar empastado para un acabado más profesional y estético.
- El brand book está conformado por tres partes. La primera donde se muestran los aspectos de la esencia de la institución, la segunda donde se describen aspectos técnicos del imagotipo y la tercera donde se describen lineamientos de las aplicaciones del imagotipo.
- Existe también una versión en digital la cual se puede utilizar como forma de capacitación.

6.5 PRESUPUESTO

DEVALUACIÓN DE EQUIPO			
Descripción	Costo por hora	Tiempo	Total
<ul style="list-style-type: none"> • Equipo <ul style="list-style-type: none"> • Computadora • Mouse • Monitor extra • Ventilador para PC • Servicios básicos <ul style="list-style-type: none"> • Consumo de Internet • Consumo de Luz 	Q2.00	544 hr.	Q 1,088.00
	Q1.50	544 hr.	Q 816.00
TOTAL			Q 1900.00

SERVICIOS PROFESIONALES			
Descripción	Costo por hora	Tiempo/ horas	Total
• Investigación	Q78.00	250	
• Conceptualización	Q78.00	25	
• Bocetaje manual	Q78.00	10	
• Bocetaje digital	Q78.00	20	
• Diseño y diagramación	Q78.00	80	
• Modelado 3D	Q78.00	68	
• Validación	Q78.00	20	
• Corrección y modificaciones	Q78.00	53	
• Artes finales	Q78.00	18	
		544 hr.	Q 42,432.00
TOTAL			Q 42,432.00

TOTAL DEL PROYECTO	Q 44,332.00
---------------------------	--------------------

NOTA: El precio por hora esta basado en el costo por hora, valorado en Q78.00 por hora

PRESUPUESTO

FABRICACIÓN DE BRAND BOOK			
Descripción	Costo por Unidad	Cantidad	Total
<ul style="list-style-type: none"> • Impresión papel couche • Impresión acetato • Impresión adhesivo • Guillotinado • Empastado 	Q 7.00	66 pág.	Q 462.00
	Q 5.00	3 pág.	Q 15.00
	Q 50.00	4	Q 200.00
	Q Q5.00	3	Q 15.00
	Q 100.00	1	Q 100.00
TOTAL			Q 792

FABRICACIÓN DEI MATERIAL DEL BRAND BOOK			
Descripción	Costo por Unidad	Cantidad	Total
• Tarjetas de presentación	Q 1.50	100	Q 150.00
• Hojas membretadas	Q 0.8	1000	Q 800.00
• Folder	Q 4.40	300	Q 1,350.00
• Gafetes	Q 15.00	200	Q 3,000.00
• Sublimación de tazas	Q 45.00	1	Q 45.00
• Sellos	Q 45.00	1	Q 45.00
• Lapicero	Q 4.25	100	Q 425.00
• Llaveros de acrílico	Q 4.75	100	Q 475.00
• Sobres	Q 9.50	100	Q 950.00
• Libreta sketch	Q 39.00	100	Q 3,900.00
• Agenda	Q 378.00	50	Q 18,900.00
• Impresión USB 4GB	Q 65.00	100	Q 6,500.00
• Banderas de escritorio	Q 125.00	1	Q 125.00
• Rótulos de acrílico y vinil	Q 1350.00	1	Q 1350.00
• Chaleco	---	---	---
• Peto	---	---	---



CAPÍTULO 7

LECCIONES
APRENDIDAS

LECCIONES APRENDIDAS

- Establecer medios y fechas de reunión con el cliente para tratar asuntos del proyecto a realizar.
- Un trato y comunicación amable y paciente hacia el cliente y las personas de la institución con las que se interactúa, ya que el trato amable y empático facilita la comunicación y la disposición a apoyarse mutuamente.
- Hacer saber al cliente de los procesos y avances que se tiene en los proyectos realizados.
- Es de mucha importancia la recolección de información de la institución como del grupo objetivo, dicha información ayuda a crear un material que sea de agrado para el grupo objetivo y también funcional para la institución.
- Es necesario conocer los antecedentes relacionados al proyecto para no repetir los mismos errores, sino que es necesario presentar nuevas propuestas que puedan solucionar y sean de apoyo para el desarrollo de la institución.
- Cumplimiento de entregas en tiempos establecidos, y mejor aún si el material se encuentra listo antes de la fecha estipulada.
- Revisión detallada de todos los elementos que intervienen en las piezas gráficas antes de entregar a la institución.





CAPÍTULO

8

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- Tras la presentación del material al grupo objetivo (personal de Cruz Roja Guatemalteca), se obtuvo resultados satisfactorios, logrando que el personal se identificara con el material realizado en este proyecto (Brand book), logrando que se sintieran cómodos en la utilización del mismo y pudieran comprender y adquirir los conocimientos de la esencia de la institución. Esto se logró gracias a la incorporación de información esencial de la institución con sus principios y valores, fundamentos, historia a través de facilitar la lectura y comprensión del contenido del manual por medio de una diagramación sencilla, limpia y del uso moderado de los colores institucionales.
- Se logró la comprensión del uso correcto del imagetipo gracias a las estructuras y retículas establecidas para el mismo, lo cual permitió conocer no solamente la esencia filosófica de la institución, sino también aspectos técnicos que del imagetipo, en cuanto a usos correctos de estructura, color y tipografía se refiere, también la comprensión de las piezas gráficas que se realizaron como aplicaciones de imagetipo, ya que se mostraron en 3D, lo que permitió una comprensión instantánea de la funcionalidad de las piezas diseñadas.
- Se apoyó el programa de desarrollo y fortalecimiento institucional, ya que el brand book también fue reconocido y propuesto por el personal de la institución como material de capacitación para el personal de Cruz Roja Guatemalteca para el personal asalariado como para el voluntario.





CAPÍTULO

9

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

- **PARA EL DISEÑADOR**

Mantener un trato respetuoso y amable con la institución, pero también ser firme en procesos y fechas de entrega para evitar contratiempos que puedan perjudicar los procesos de elaboración de proyectos.

Antes de enviar o producir el proyecto final, hacer pruebas de impresión e incluir dummies para garantizar la correcta funcionalidad del material físico.

- **PARA LA INSTITUCIÓN**

En la puesta en marcha de siguientes proyectos, ya sea de manera digital o impresa, verificar el contenido del brand book realizado, para asegurarse del uso correcto de los códigos de color, tipografía e imago tipo.

Tratar de mantener una pronta respuesta a las solicitudes y consultas relacionadas al proyecto.

- **PARA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO**

Promover y fortalecer los conocimientos para elaboración de informes para ayudar al desarrollo del proyecto de graduación.





**FUENTES
CONSULTADAS**

Capriotti Paul, Universidad de Vic, Imagen corporativa , (acceso 01-09-2020). [https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wp-content/uploads/sites/23/2020/03/capriotti_la_imagen corporativa.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/tpm/wp-content/uploads/sites/23/2020/03/capriotti_la_imagen_corporativa.pdf),

Conexion esan, Programas academicos, identidad corporativa, 07 de junio de 2016, (acceso 01-09-2020). <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/configuracion-de-la-identidad-corporativa-el-manual-corporativo/#::-text=La%20identidad%20corporativa%20es%20lo,sector%20al%20cual%20se%20dedica>.

Cruz Roja Guatemala, Abrigate bien, imagen, 5 de noviembre de 2019, (acceso 30 de mayo de 2020). <https://www.facebook.com/photo?fbid=2639379219650948&set=a.1542605359328345>

Cruz Roja Guatemala, ACCIONES, acceso 25 de febrero de 2020, <https://www.cruzroja.gt>

Cruz Roja Guatemala, Capacitaciones, (acceso 29-08-2020). <https://www.cruzroja.gt/capacitaciones/>

Cruz Roja Guatemala, Contadores, imagen, 29 de enero de 2020, (acceso 01/08/2020). <https://www.facebook.com/CruzRojagT/photos/a.1542605359328345/2564568397132031>

Cruz Roja Guatemala, DELEGACIONES, acceso 21 de marzo de 2020, <https://www.cruzroja.gt/delegaciones-2/#Centro%20G>

Cruz Roja Guatemala, Dia de la mujer, imagen, 06 de mayo de 2020, (acceso 01/08/2020). <https://www.facebook.com/CruzRojagT/photos/a.1542605359328345/2564568397132031>

Cruz Roja Guatemala, Donación voluntaria de sangre, imagen, 29 de mayo de 2020, (acceso 30 de mayo de 2020) <https://www.facebook.com/photo?fbid=2642469276008609&set=a.1545165879072293>,

Cruz Roja Guatemala, Educación vial, imagen, 25 de mayo de 2020, (acceso 30 de mayo de 2020). <https://www.facebook.com/photo?fbid=2561250570797147&set=a.1542605359328345>

Cruz Roja Guatemala, HISTORIA, acceso 25 de febrero de 2020, https://www.facebook.com/pg/CruzRojagT/about/?ref=page_interna

Cruz Roja Guatemala, Informa, imagen, 11 de marzo de 2020, (acceso 01/08/2020). <https://www.facebook.com/CruzRojagT/photos/a.1542605359328345/2569323853323152>

Cruz Roja Guatemala, Informa, imagen, 23 de marzo de 2020, (acceso 01/08/2020). <https://www.facebook.com/CruzRojagT/photos/a.1542605359328345/2580957185493152>

Cruz Roja Guatemala, MISIÓN Y VISIÓN, acceso 25 de febrero de 2020, <https://www.cruzroja.gt/vision-mision/>

Cruz Roja Guatemala, PRINCIPIOS FUNDAMENTALES, acceso 25 de febrero de 2020, <https://www.cruzroja.gt/principios-fundamentales/>

Cruz Roja Guatemala, Plan estratégico 2017-2020, acceso 31 de julio de 2020.

Cruz Roja Guatemala, Recomendaciones, imagen, 30 de mayo de 2020, (acceso 30 de mayo de 2020). <https://www.facebook.com/photo?fbid=2640344272887776&set=a.1542605359328345>

Cruz Roja Guatemala, Rumores, imagen, 21 de abril de 2020, (acceso 01/08/2020). <https://www.facebook.com/CruzRojagT/photos/a.1542605359328345/2606205546301649>,

Cruz Roja Guatemala, Rumores, imagen, 26 de mayo de 2020, (acceso 30 de mayo de 2020). <https://www.facebook.com/photo?fbid=2639379219650948&set=a.1542605359328345>, (acceso 30 de mayo de 2020).

Cruz Roja Guatemala, Salud, (acceso 29/08/2020) <https://www.cruzroja.gt/salud/>

Cruz Roja Guatemala, Salud, (acceso 29/08/2020) <https://www.cruzroja.gt/salud/>

Cruz Roja Guatemala, VALORES HUMANITARIOS, acceso 25 de febrero de 2020, <https://www.cruzroja.gt/valores-humanitarios/>

Espina Cindy, el Periódico, CEPAL: pobreza crecerá dos por ciento en Guatemala, (acceso 09/09/2020). <https://elperiodico.com.gt/inversion/2020/05/13/cepal-pobreza-crecera-dos-por-ciento-en-guatemala/>

Espina Cindy Op cit.

Fuente: Elaboración propia con información de Cruz Roja Guatemalteca. <https://www.cruzroja.gt/mapa-interactivo/>

Información brindada por la Coordinadora departamental de comunicación por medio de una entrevista realizada el martes, 19 de mayo de 2020 11:00 A.M.

Instituto Nacional De Estadística, Estimaciones de la población total por municipio. período 2008.2020, acceso 31 de julio de 2020, [http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio\(1\).pdf](http://www.oj.gob.gt/estadisticaj/reportes/poblacion-total-por-municipio(1).pdf)

Ministerio de gobierno de Guatemala, ley de organizacones no gubernamentales, Decreto numero 02-2003 ONG'S, (acceso 29/08/2020) http://www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_gtm_02.pdf

OPS/OMS, agua y saneamiento, (acceso 29-08-2020). https://www.paho.org/gut/2626index.php?option=com_content&view=article&id=789:agua-y-saneamiento&Itemid=405

Pérez Julian y Gardey Ana, 2009, Branding, (acceso 13/09/2020). <https://definicion.de/branding/>

Pérez Julian y Gardey Ana, Op Cit.

Rossell, Marielos, Coordinadora departamento de comunicación, Correo electrónico, FODA, Cruz Roja Guatemalteca, Documento word, lunes, 2 de marzo de 2020 09:54

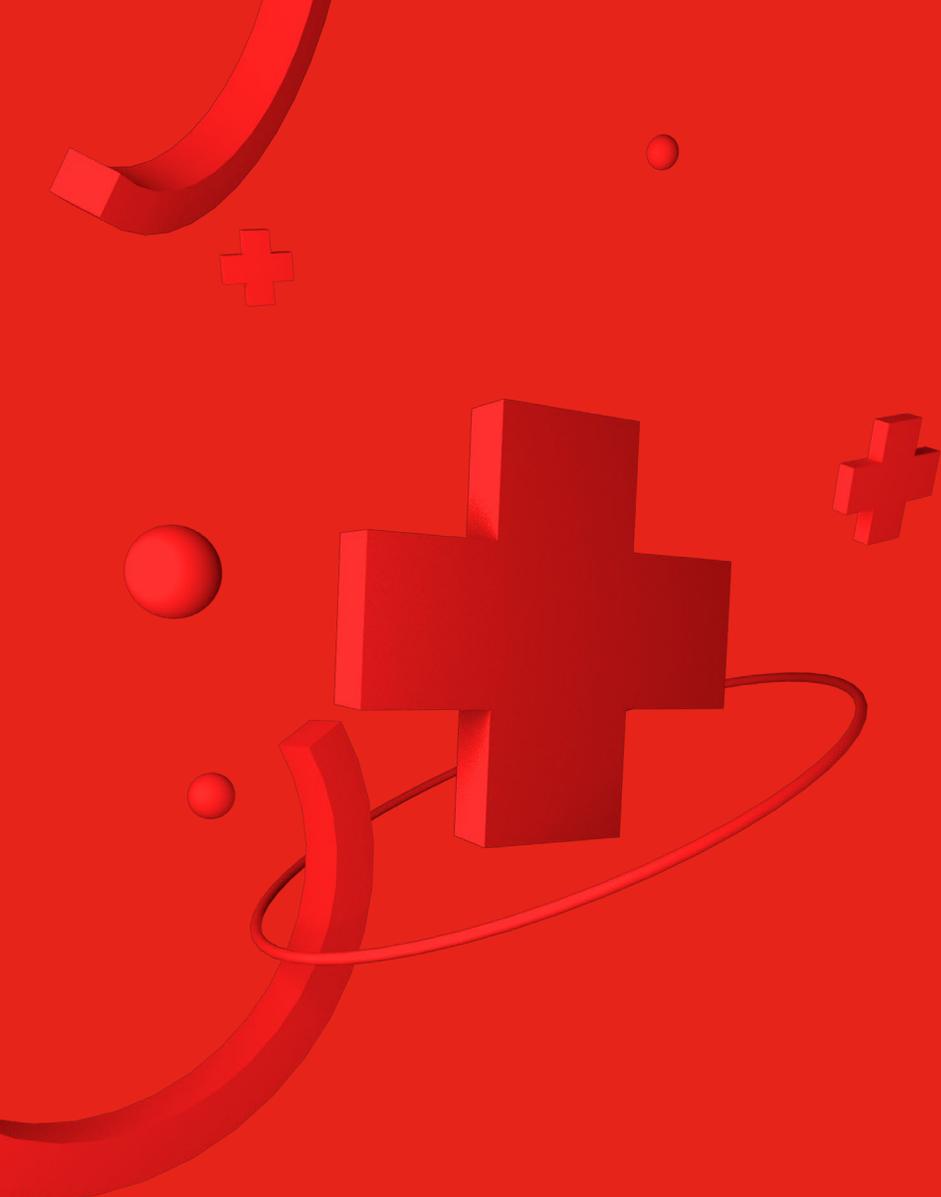
Rossell, Marielos, Coordinadora departamento de comunicación, Correo electrónico, HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN, Cruz Roja Guatemalteca, Documento word, lunes, 2 de marzo de 2020 09:54

Rossell, Marielos, Coordinadora departamento de comunicación, Correo electrónico, PROYECTOS CRUZ ROJA GUATEMALTECA, Cruz Roja Guatemalteca, Documento word, lunes, 25 feb. 2020 23:08/

Redacción CRA, Diario Centro América, Desarrollo organizacional, 18/05/2017, (acceso 29-08-2020). <https://dca.gob.gt/noticias-guatemala-diario-centro-america/desarrollo-organizacional/>

Sordo Ana Isabel, hubspot, brand books increíbles, 19 de septiembre de 2019, (acceso 01-09-2020). <https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-excelentes-brand-book>

Volusac, Programa Oficial de Voluntariado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Voluntariado, (acceso 29/08/2020) <http://www.indesgua.org.gt/guatemala-volusac-programa-oficial-del-voluntariado-universitario-de-la-universidad-de-san-carlos/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20voluntario%3F,la%20calidad%20y%20mucho%20entusiasmo.>



ANEXOS

ANEXO 1



F

- Una institución con reconocimiento y confianza a nivel mundial
- Organización que trabaja con Voluntarios
- Apoyo a nivel nacional e internacional
- Siete Principios Fundamentales que rigen el accionar de la Institución

O

- Con experiencia de brindar asistencia humanitaria a nivel nacional e internacional.
- Las personas tienen confianza en la institución.
- Es una organización imparcial y neutral 100% humanitaria
- Todas sus acciones se rigen en los siete Principios Fundamentales del Movimiento Internacional de la Cruz Roja
- Esta abierta a recibir apoyo de estudiantes universitarios

D

- No todos los Voluntarios tienen uniformes y carnet de la institución
- No todos los Voluntarios tienen conocimiento sobre los pilares de acceso más seguro
- Que los Voluntarios violen alguno de los Principios Fundamentales de la Institución
- Que los Voluntarios realice comentarios en redes sociales que no se rijan a los Principios Fundamentales de la Institución
- No tiene cobertura en los 22 departamentos del país
- Poco personal para la elaboración de materiales de comunicación

A

- Que la vida de los miembros de la institución se ponga en riesgo al atender una emergencia o bien durante estén desarrollando actividades de proyectos en comunidades
- Que las autoridades no comprendan el accionar de la Institución
- Que las personas puedan confundir el accionar de la Institución con militares y civiles
- Sólo un pequeño porcentaje de la población en general conoce sobre los Principios Fundamentales a los que se rige la institución en su accionar
- Que las personas utilicen las redes sociales para desprestigiar a la institución
- Que los Voluntarios y personal de declaraciones a los medios de comunicación que no sea oficial

Marielos Rossell, Coordinadora departamento de comunicación, Correo electrónico, FODA, Cruz roja, Documento word, lunes, 2 de marzo de 2020 09:54

ANEXO 2

Autoevaluación modulo 02

El cuestionario busca la evaluación del proceso de conceptualización y los inicios de bocetaje, para encontrar aspectos a mejorar en este proceso de elaboración del proyecto A. El estilo del cuestionario es basa en una escala de 1 a 10.

1. ¿Los bocetos evocan relación con el concepto creativo?

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

2. ¿Cómo considera el nivel técnico de los bocetos?

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

3. ¿Qué tan fácil es manipular los modelos 3D realizados partiendo de los bocetos realizados?

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

4. ¿Qué tanto pueden mejorar los Bocetos realizados?

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

5. ¿Son suficientes bocetos para esta primera etapa de bocetaje?

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

6. ¿Que tan buena es la técnica utilizada en los bocetos?

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

7. ¿Considera que los bocetos realizados son de ayuda para el siguiente nivel visualización?

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="radio"/>									

Autoevaluación

Resumen de autoevaluación

NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN

Descripción

¿Los bocetos evocan relación con el concepto creativo?



¿Cómo considera el nivel técnico de los bocetos?



¿Qué tan fácil es manipular los modelos 3D realizados partiendo de los bocetos realizados?



¿Qué tanto pueden mejorar los Bocetos realizados?



¿Son suficientes bocetos para esta primera etapa de bocetaje?



¿Que tan buena es la técnica utilizada en los bocetos?



¿Considera que los bocetos realizados son de ayuda para el siguiente nivel de visualización?



ANEXO 3

Brand Book CRUZ ROJA GUATEMALTECA

Validación de proyecto de graduación previo a obtener la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Cruz Roja Guatemala es una institución sin fines de lucro cuyo propósito es mejorar la calidad de vida y salud del habitante guatemalteco.

A continuación se presenta una serie de preguntas cuyo propósito es el de encontrar aspectos a mejorar en el brand book.

1. Nombre y Cargo Laboral

Concepto creativo

<https://prezi.com/p/w-0dlypife43/?present=1>

<https://prezi.com/p/w-0dlypife43/?present=1>

2. ¿Qué tanto se refleja el concepto en la pieza gráfica?

Marca solo un óvalo.

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

3. Composición

Marca solo un óvalo.

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

4. Memorabilidad e impacto

Marca solo un óvalo.

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

5. Calidad del modelado 3D

Marca solo un óvalo.

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

DIAGRAMACIÓN

6. Espacio manejado en la diagramación

Marca solo un óvalo.

- Regular
- Bueno
- Muy bueno
- Excelente
- Otro: _____

7. Legibilidad de textos

Marca solo un óvalo.

- Regular
- Bueno
- Muy bueno
- Excelente
- Otro: _____

8. Uso tipográfico

Marca solo un óvalo.

- Regular
- Bueno
- Muy bueno
- Excelente
- Otro: _____

9. Tamaño de títulos y textos

Marca solo un óvalo.

- Regular
- Bueno
- Muy bueno
- Excelente
- Otro: _____

10. Aplicación de color (Rojo y blanco con los colores institucionales)

Marca solo un óvalo.

- Regular
- Bueno
- Muy bueno
- Excelente
- Otro: _____

11. ¿Cómo considera la aplicación de guardas para el brand book?

Marca solo un óvalo.

- Regular
- Bueno
- Muy bueno
- Excelente
- Otro: _____

12. ¿Cómo considera el formato horizontal?

Marca solo un óvalo.

- Regular
- Bueno
- Muy bueno
- Excelente

13. Aplicación de la textura en tarjeta y hoja (fondos)

Marca solo un óvalo.

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

14. Diagramación en tarjeta y hoja

Marca solo un óvalo.

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

15. Memorabilidad e impacto en tarjeta y hoja

Marca solo un óvalo.

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

16. Modelado 3D

Marca solo un óvalo.

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

17. Luces y sombras

Marca solo un óvalo.

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

18. Texturas

Marca solo un óvalo.

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

VALIDACIÓN

Resumen de validación con los profesionales de diseño gráfico. evaluación del proceso de bocetaje digital, para encontrar aspectos a mejorar para el siguiente nivel de visualización. El estilo del cuestionario es basa en una escala de 1 a 5 siendo 5 la mejor puntuación.

- Andrea Róman Diseñadora gráfica
- Sarah Alvarez Diseñadora gráfica
- Laura Ordóñez Diseñadora gráfica
- Alejansra Blanco Diseñadora gráfica
- Cindy Ruano Diseñadora gráfica
- Yeraly Carranza Diseñadora gráfica
- Esdras Bellón Diseñador gráfico
- Jairo Choché Diseñador gráfico
- Afner Sobén Diseñador gráfico
- Carlos Girón Diseñador gráfico

NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN					
LÍNEA GRÁFICA	REGULAR → EXCELENTE				
Composición de línea gráfica	0 % 1	30 % 2	10 % 3	50 % 4	10 % 5
Memorabilidad e impacto	0 % 1	20 % 2	30 % 3	40 % 4	10 % 5
¿Qué tanto se refleja el concepto en las piezas gráficas?	10 % 1	10 % 2	30 % 3	40 % 4	10 % 5
Calidad de modelado 3D	0 % 1	10 % 2	10 % 3	50 % 4	30 % 5
DIAGRAMACIÓN					
REGULAR → EXCELENTE					
Espacio manejado en la diagramación	0 % R	0 % B	60 % MB	30 % E	10 % OTRO
Legibilidad de textos	0 % R	20 % B	40 % MB	30 % E	10 % OTRO
Uso tipográfico	0 % R	30 % B	50 % MB	20 % E	0 % OTRO
Tamaño de títulos y textos	0 % R	44.4 % B	22.2 % MB	33.3 % E	0 % OTRO

DIAGRAMACIÓN	REGULAR ————— EXCELENTE				
Aplicación de colores institucionales	10 % R	10 % B	50 % MB	20 % E	10 % OTRO
Guardas para brand book	0 % R	30 % B	20 % MB	50 % E	0 % OTRO
Formato horizontal	10 % R	0 % B	50 % MB	40 % E	0 % OTRO
Calidad de modelado 3D	0 % R	10 % B	10 % MB	50 % E	30 % OTRO
Aplicación de composición	0 % 1	20 % 2	20 % 3	40 % 4	50 % 5
Diagramación de tarjeta y hoja	0 % 1	0 % 2	40 % 3	40 % 4	20 % 5
Memorabilidad e impacto de tarjeta y hoja	0 % 1	0 % 2	50 % 3	30 % 4	20 % 5

MODELADO 3D	REGULAR ————— EXCELENTE				
Modelado 3D	0 % 1	0 % 2	0 % 3	40 % 4	60 % 5
Luces y sombras	0 % 1	0 % 2	20 % 3	40 % 4	40 % 5
Texturas en modelos 3D	10 % 1	0 % 2	50 % 3	20 % 4	30 % 5

COMENTARIOS DE PROFESIONALES

Línea gráfica

- Muy buen trabajo, el orden de cada uno de los elementos cumple una función
- El modelado bastante bien
- Dentro de la composición del patrón de elementos, existen elementos que se acercan mucho y dejan espacios en blanco más grande, mejorar la diagramación de la composición para tener un mejor orden en los elementos.
- Aunque el trabajo en 3D sea bueno no se aprecia en los documentos por la reducción de tamaño de los elementos fragmentados. Los textos blancos pueden llegar a perderse sobre el fondo de diseño rojo.

Diagramación

- De acuerdo a la presentación de cada una de las piezas creadas, todo esta bien generado.
- Deberías de reducir el interlineado y aumentar el espaciado entre párrafos; no creo que sea necesaria la justificación de texto hacia la izquierda, podría quedarse únicamente alineado a la izquierda, eso ayuda a la legibilidad de textos.
- Me gusta mucho la forma en que diagramas, es muy limpio y hace facil la lectura.
- Buena diagramación.
- Mas Blancos y Menos Rojos para una buena definicion en la portada.

Modelos 3D

- Los cambios en los renders previamente ya mencionados, y que ambos sean rojos.
- mas discreta la textura de las guardas
- Explorar otros elementos gráficos.
- El espaciado entre elementos para que exista un mejor orden, ya que entre columnas están muy pegados y en otros más separados.

ANEXO 4

Validación Grupo objetivo

Muy buenas tardes, esperando se encuentre muy bien usted y su familia, la presente encuesta es para validar el proyecto de graduación previo a obtener la licenciatura en Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Se presenta un proyecto que consta de un manual de identidad para Cruz Roja Guatemala, por lo que solicitamos amablemente la participación de los colaboradores de la institución para responder algunas preguntas.

En esta descripción están los links para visualizar el proyecto. Después de visualizarlo por favor regresar a este formulario y responda las preguntas. De antemano muchas gracias por su tiempo y apoyo.

(Si usa el celular para visualizar el proyecto, se recomienda usarlo en horizontal)

MANUAL ARCHIVO PDF: <https://drive.google.com/file/d/1vk01fwk40h4fQKSV8wI-GQTUIbghsNb5/view?usp=sharing>

NOTA: Ambos links son el mismo manual pero en diferente visualización

1. Por favor escriba su nombre y labor o cargo que usted desempeña en Cruz Roja Guatemala

MANUAL

2. Como colaborador (a) de Cruz Roja Guatemala ¿se siente identificado con el material gráfico presentado?

Marca solo un óvalo.

SI

NO

3. ¿La papelería (tarjeta, hoja membretada etc.) es fácil de entender?

Marca solo un óvalo.

SI

NO

4. Del 1 al 5 (siendo 5 la mejor puntuación) ¿Qué tan atractiva le pareció la papelería de la institución?

Marca solo un óvalo.

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

5. ¿Le gustaría poder hacer uso de dicha papelería?

Marca solo un óvalo.

SI

NO

6. ¿Utilizaría los demás productos que se muestran en el manual?

Marca solo un óvalo.

SI

NO

7. Del 1 al 5 (siendo 5 la mejor puntuación) ¿Qué tanto le gustaron los productos que se muestran en el manual?

Marca solo un óvalo.

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

8. ¿Considera que las páginas del manual son fáciles de leer y entender?

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

9. ¿Cree que el manual presentado se adecua a Cruz Roja Guatemalteca?

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

10. Del 1 al 5 (siendo 5 la mejor puntuación)¿Cómo califica el trabajo de este manual realizado para Cruz Roja Guatemalteca?

Marca solo un óvalo.

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

VALIDACIÓN

Resumen de validación con grupo objetivo, para validar las piezas gráficas realizadas y obtener resultados al haber sido expuestos al proyecto, con los cambios realizados de la validación 1 con los profesionales de diseño gráfico.

NIVEL 3 DE VISUALIZACIÓN		
LÍNEA GRÁFICA	REGULAR	EXCELENTE
Como colaborador (a) de Cruz Roja Guatemala ¿se siente identificado con el material gráfico presentado?	100 %	<input type="radio"/> SI <input checked="" type="radio"/> NO
¿La papelería (tarjeta, hoja membretada etc.) es fácil de entender?	100 %	<input type="radio"/> SI <input checked="" type="radio"/> NO
¿Legustaría hacer uso de la papelería diseñada?	100 %	<input type="radio"/> SI <input checked="" type="radio"/> NO
¿Considera que las páginas del manual son fáciles de leer y entender?	100 %	<input type="radio"/> SI <input checked="" type="radio"/> NO
¿Utilizaría los demás productos que se muestran en el manual?	100 %	<input type="radio"/> SI <input checked="" type="radio"/> NO
¿Cree que el manual presentado se adecua a Cruz Roja Guatemala?	100 %	<input type="radio"/> SI <input checked="" type="radio"/> NO





COMENTARIOS DE GRUPO OBJETIVO

- facilitaría mucho el proceso de aprendizaje, principalmente para voluntarios de nuevo ingreso, para que tengan conocimiento de la importancia y lo conozcan de una forma tan realista. Considerando que es muy visual y eso retiene mayormente la atención del participante.
- tienen consonancia con la marca de CRG.
- Porque me identifica con lo que hago diariamente y me es grato el trabajar en Cruz Roja Guatemalteca y ser parte del movimiento mas humanitario mas grande del mundo
- es limpia, facil de leer, agradable a la vista.
- esta bien identificada y es llamativa.
- Me identifica y fortalece mi propia mística como trabajador Humanitario.
- es atractiva y clara.
- En todo lo presentado se hace buen uso del emblema.
- es material útil para el trabajo en la Sociedad Nacional.
- Es innovador, se visibiliza mejor nuestro emblema, le da frescura.
- Porque me identifica con lo que hago diariamente y me es grato el trabajar en Cruz Roja Guatemalteca y ser parte del movimiento mas humanitario mas grande del mundo
- Se identifica y tiene información relevante.
- refleja la imagen institucional.
- Contiene buen resumen de que y quienes somos en Cruz Roja.
- Cumple con las regulaciones establecidas en el Decreto 102 - 97 y es coherente con las demás disposiciones institucionales.
- El diseño es bastante formal y dinámico a la vez.
- Es limpio, formal pero no en exceso, el uso del color y la forma de la diagramacion lo hacen facil de leer y no cansa ni distrae la vista.

- es información que todo personal, o voluntaria debemos conocer.
- Es un manual manejable, creativo y servirá de mucho en cada uno de nuestros proyectos de desarrollo y cada una de nuestras formaciones.
- Facilita su lectura y a la vez su comprensión.
- Está contextualizado a nuestra labor humanitaria.
- esta bien identificada y es llamativa.
- Me pareció una idea muy creativa, diferente y un tanto innovadora.
- se siente actualizado, mas visible nuestro emblema.
- Es muy importante para la Institución contar con este Manual de Marca, ya que no lo tenemos y es fundamental.
- muchas felicitaciones muy buen material, atractivo, entendible, espero sea puesto a la brevedad al voluntariado que su información muy importante para el proceso de la Formación Básica Institucional nuestro emblema
- Muy buen trabajo.
- material, práctico, importante de conocer.
- Excelente y gracias por desarrollar su ejercicio a favor de nuestra Institución, felicidades.
- como observación definir si le vamos a llamar peto o gabacha? en la hoja para oficios siento que el emblema debería ir en horizontal no en vertical.

Lilian Patricia Guzmán Ramirez

Licenciada en Letras por la USAC
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com
Cel.: 55652717

Guatemala, 18 de abril de 2022.

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

Estimado señor Decano:

Atentamente hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación **“Diseño de material gráfico editorial para el fortalecimiento institucional dirigido al personal interno de Cruz Roja Guatemalteca ubicada en zona 1 ciudad de Guatemala”** del estudiante **Aldrin Alexander Cush Román** de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala, quien se identifica con carné universitario **201604555**, previamente a conferírsele el título de Diseñador Gráfico en el grado académico de Licenciado.

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,

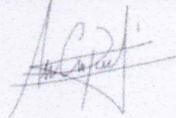


Lilian Patricia Guzmán Ramirez
LICDA. EN LETRAS
COLEGIADA No. 7596

Lilian Patricia Guzmán Ramirez
Licenciada en Letras

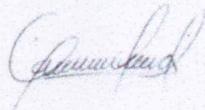
Diseño de material gráfico editorial para el fortalecimiento institucional dirigido al personal interno de Cruz Roja Guatemalteca ubicada en zona 1 Ciudad de Guatemala

Proyecto de Graduación desarrollado por:

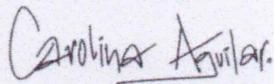


Aldrin Alexander Cush Román

Asesorado por:

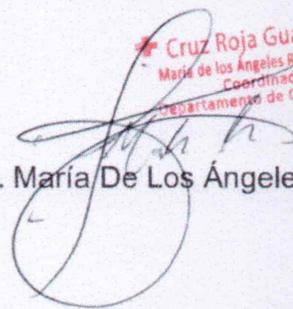


Licda. Andrea Elisa Valle Pineda



Licda. Ana Carolina Aguilar Castro de Flores

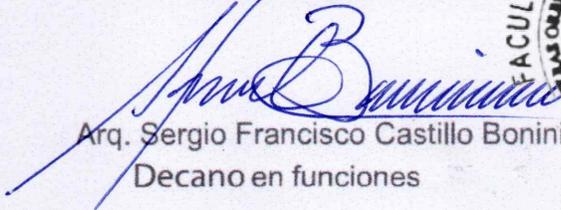

Cruz Roja Guatemalteca
Marie de los Angeles Rossell Ramirez
Coordinadora
Departamento de Comunicación



Licda. María De Los Ángeles Rossell Ramírez

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano en funciones





FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA