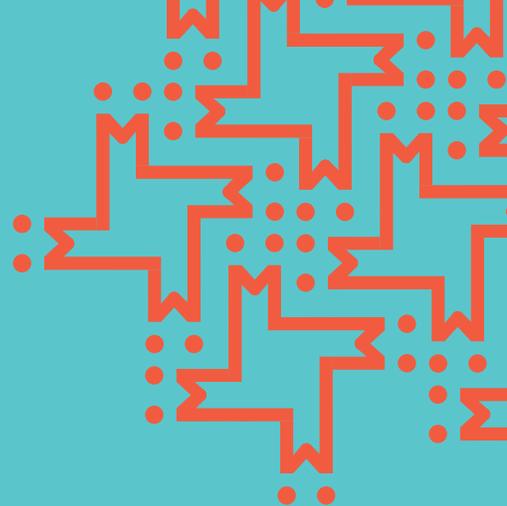




**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

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

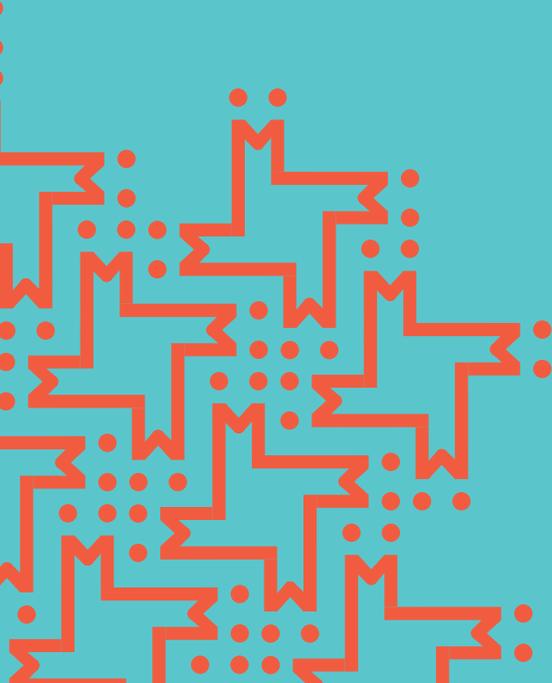


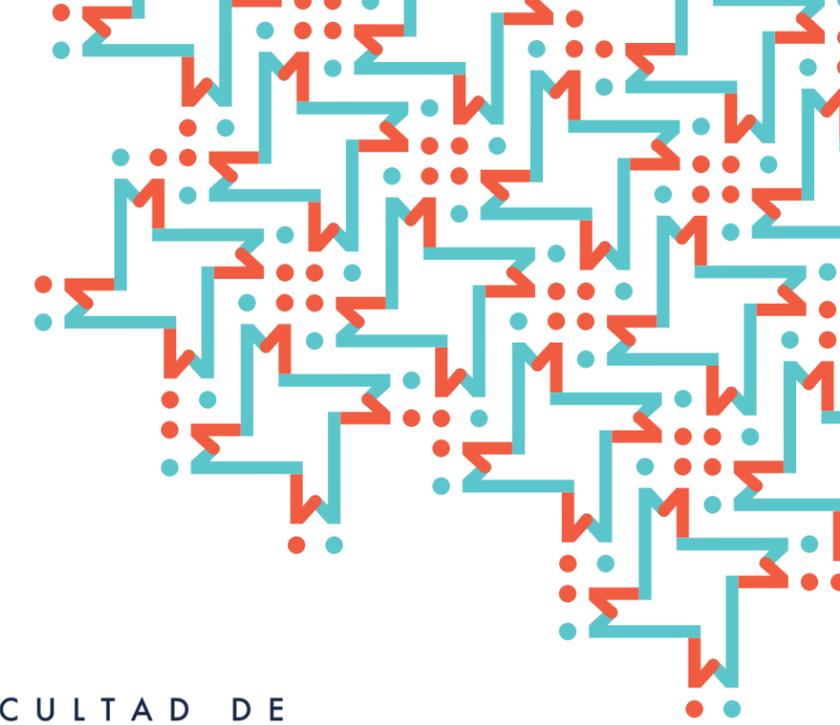
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Gráfico



**Diseño de manual de identidad gráfica  
institucional para la Clínica de Medicina  
Paliativa del Hospital Roosevelt de la  
Ciudad de Guatemala.**

Presentado por:  
Karla Paola Estrada Eguizabal





FACULTAD DE  
ARQUITECTURA  
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**Diseño del manual de identidad gráfica institucional  
para la Clínica de Medicina Paliativa del Hospital  
Roosevelt de la Ciudad de Guatemala.**

Proyecto presentado por:  
Karla Paola Estrada Eguizabal

Para optar al título de:  
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, febrero de 2023

*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.*

# Nómina de Autoridades

---

## Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
**Vocal I - Decano en Funciones**

Licda. Ilma Judith Prado Duque  
**Vocal II**

Arq. 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

Msc. Luis Gustavo Jurado Duarte  
**Asesor Metodológico**

Msc. Andrea Gabriela Pellecer Howard  
**Asesora Gráfica**

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

## Agradecimiento

---

Me siento feliz y agradecida conmigo misma de poder demostrarme que es posible cumplir cada meta que me proponga, que a pesar de que siempre habrá tropiezos y parezca difícil, cansado y estresante, lograr ver los resultados es una satisfacción realmente increíble.

Durante este camino conocí personas realmente especiales a las cuales les quiero dar gracias, ya que tengo la dicha de llamarlos amigos, los cuales han sido un gran pilar en mi vida, ya

que siguen apoyándome, dándome palabra de aliento y compartiendo conmigo todo este laberinto de vida. Gracias amigas y amigos por siempre estar a mi lado y ayudarme a encontrar el camino en los momentos de oscuridad.

Pero sobretodo agradezco un millón de veces a mí familia, cada una de esas 4 personitas que han estado para mí toda la vida, ellos son el mejor apoyo que he podido tener, su amor, su fuerza y el orgullo que han tenido hacia mí ha sido esa energía para seguir adelante y seguir luchando. Han sido mi luz, mi guía y mis mentores a lo largo de la vida. Agradezco por tenerlos a mi lado y estar siempre en cada momento.

**¡Gracias, simplemente gracias!**

# Índice

<b>1</b>	<b>Introducción</b> 1.1 Antecedentes 1.2 Justificación 1.3 Objetivos	Pág. 14 Pág. 17 Pág. 19
<b>2</b>	<b>Perfiles</b> 2.1 Perfil de la organización 2.2 Perfil del grupo objetivo	Pág. 22 Pág. 26
<b>3</b>	<b>Planeación Operativa</b> 3.1 Flujograma 3.2 Cronograma de trabajo	Pág. 30 Pág. 32
<b>4</b>	<b>Marco Teórico</b> 4.1 Los Cuidados Paliativos como apoyo en las enfermedades crónicas 4.2 El Diseño Gráfico: un arte o un medio de comunicación para resolver problemas sociales 4.3 Un problema, una solución, una Identidad gráfica Institucional	Pág. 36 Pág. 44 Pág. 49
<b>5</b>	<b>Definición Creativa</b> 5.1 Brief de diseño 5.2 Referentes visuales 5.3 Concepto creativo	Pág. 56 Pág. 59 Pág. 62
<b>6</b>	<b>Producción Gráfica</b> 6.1 Nivel 1 de visualización 6.2 Nivel 2 de visualización 6.3 Nivel 3 de visualización 6.4 Propuesta final 6.5 Códigos Visuales 6.6 Lineamientos 6.7 Presupuesto	Pág. 68 Pág. 73 Pág. 75 Pág. 84 Pág. 105 Pág. 110 Pág. 111
<b>7</b>	<b>Síntesis del proceso</b> 7.1 Conclusiones 7.2 Recomendaciones 7.3 Lecciones aprendidas	Pág. 114 Pág. 115 Pág. 116
<b>8</b>	<b>Fuentes Consultadas</b>	Pág. 119
<b>9</b>	<b>Anexos</b>	Pág. 123

## Presentación

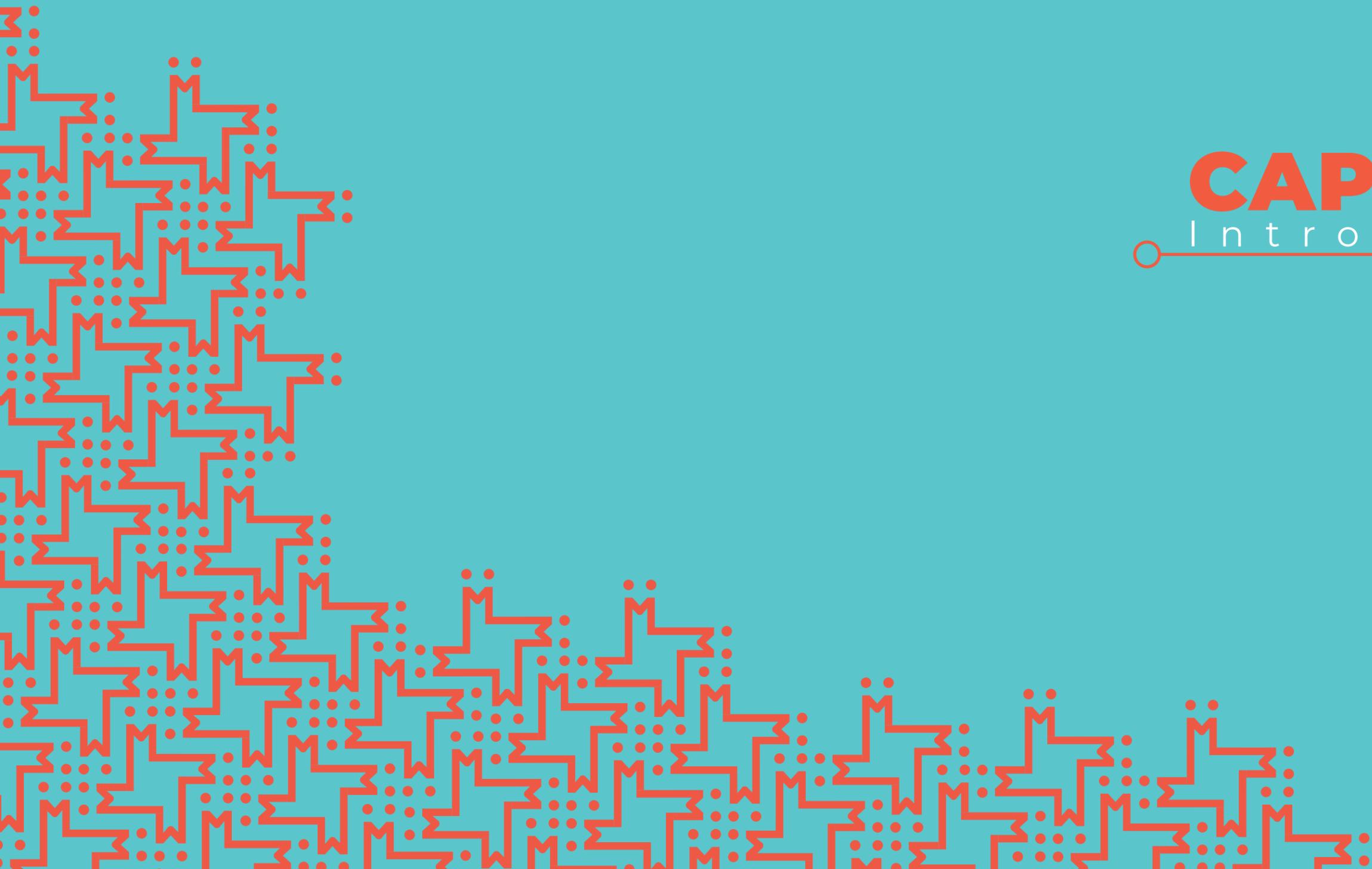
---

Vivir con una enfermedad crónica plantea nuevos retos a una persona. Aprender a afrontar esos retos es un proceso largo, no es algo que se consiga de la noche a la mañana. Poder asumir una enfermedad crónica conlleva a muchos sentimientos de culpa, confusión y vulnerabilidad.

Por ello, los cuidados paliativos ofrecen diversas maneras de proporcionar alivio a pacientes y familias que se encuentran luchando para aceptar un diagnóstico grave.

El asesoramiento, terapia psicológica y familiar coadyuvan para reducir el estrés, fatiga, emociones y sentimientos dolorosos.

Para la elaboración de este proyecto se abordó el tema de los cuidados paliativos, con el objetivo de poder dar a conocer a la Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt que ofrece estos servicios. Por el cual se abordarán los criterios teóricos y prácticos para la ejecución de implementos necesarios para el desarrollo de la solución visual que dé a conocer a los pacientes, familiares y a la población guatemalteca la labor que la Clínica de Medicina Paliativa ofrece.



# CAPÍTULO 1

Introducción

## 1.1 Antecedentes

El cuidado paliativo conlleva a un enfoque especial hacia las personas que tienen enfermedades avanzadas y en cuyo caso en estado terminal. Los cuidados paliativos se concentran en poder mejorar la calidad de vida de los pacientes y de sus cuidadores, ayudando a tratar los síntomas de las enfermedades y los efectos secundarios que los tratamientos les proporcionan. Estos cuidados son apropiados para personas de todas las edades y en todas las etapas de cualquier enfermedad grave.

El objetivo de este proyecto es dar a conocer la Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt a través de una identidad gráfica institucional para que los pacientes y familiares puedan acudir a sus servicios de cuidados paliativos y llevar todo el proceso de apoyo y soporte.

### Identificación del problema social

La Organización Mundial de la Salud (OMS) adoptó en un documento clave para el desarrollo de los cuidados paliativos publicado en 1990 la definición propuesta por la Asociación Europea de Cuidados Paliativos como el “cuidado total activo de los pacientes cuya enfermedad no responde a tratamiento curativo. El control del dolor de otros síntomas y de problemas psicológicos, sociales y espirituales es primordial”. Destacaba que los cuidados paliativos no debían limitarse a los últimos días de vida sino aplicarse progresivamente a medida que avanza la enfermedad y en función de las necesidades de pacientes y familias.

Posteriormente la OMS ha ampliado la definición de cuidados paliativos: “Enfoque que mejora la calidad de vida de pacientes y familias que se enfrentan a los problemas asociados con enfermedades amenazantes para la vida, a través de la prevención y alivio del sufrimiento por medio de la identificación temprana e impecable evaluación y tratamiento del dolor y otros problemas, físicos, psicológicos y espirituales”.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ministerio De Sanidad, Política Social e Igualdad , Informe Anual, 2010-2014 (España: Ministerio De Sanidad, Política Social e Igualdad , Informe Anual, 2014), 16.

En Guatemala en el año 2005 se iniciaron los programas de Cuidados Paliativos en el Instituto de Cancerología (INCAN) y la Unidad Nacional de Oncología Pediátrica (UNOP). En el año 2012 la Facultad de Ciencias Médicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, aprueba el estudio de Especialización en Cuidados Paliativos. Y en el año 2013 el Hospital Roosevelt crea el protocolo de Cuidados Paliativos en el departamento de medicina interna. Fue hasta el 11 de octubre del 2011 que en el Hospital Roosevelt (fecha en que se celebraba el Día Mundial de los Cuidados Paliativos), se realizó la firma del Acuerdo de Creación de la Clínica Específica, por el doctor Héctor Barrios, director ejecutivo del hospital.

### Identificación del problema de comunicación visual

Hace dos años, la Clínica de Medicina Paliativa junto a estudiantes de medicina crearon un Imagotipo para dicha clínica. Durante este proceso se aplicó el logo en papelería necesaria para la clínica. Pero hubo un inconveniente que hizo que dicho Imagotipo no pudiera ser aprobado, debido a que había una similitud visual con la imagen de otra organización, la cual contaba con su manual de normas.

A través de este inconveniente la Clínica de Medicina Paliativa actualmente se encuentra sin identidad gráfica que los pueda identificar tanto interna y externamente y dar a conocer las atenciones que se les brindan a los pacientes que se encuentran atravesando una enfermedad crónica no curativa.

## 1.2 Justificación

### Transcendencia del proyecto

En la práctica médica el primer pensamiento es lograr la cura de la enfermedad. Sin embargo ante enfermedades no curables, la paliación se ha convertido en un desafío para el médico. Aproximadamente un tercio de las muertes pueden ocurrir en hospitales, y frecuentemente son los médicos de menor experiencia los encargados de enfrentar la responsabilidad del abordaje terapéutico inicial, esta primera evaluación será esencial en el manejo posterior de estos enfermos.

Es entonces que los cuidados que deben prodigarse a un enfermo con un padecimiento terminal y adquieren relevancia, en acciones para facilitar el buen final de la vida o el ayudarles a “bien morir”, además de la importancia de implementar mecanismos adecuados para comunicar a la familia los procedimientos a seguir en esos momentos.<sup>2</sup>

La Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt cuenta con todos los servicios necesarios que un paciente requiera para poder mejorar su calidad de vida durante el padecimiento de una enfermedad crónica no curativa. Así como las normas y programas necesarios que un cuidador necesita saber para tratar a un enfermo.

Es por ello que el desarrollo de este proyecto logrará que los pacientes, familiares, personas internas y externas del hospital, puedan reconocer visualmente la Clínica de Medicina Paliativa, cuáles son sus objetivos y las atenciones que prestan a los pacientes. Con la implementación de una Identidad gráfica institucional ayudará a que la Clínica de Medicina Paliativa tenga mayor presencia.

<sup>2</sup> Dr S Galdamez, Dr M Osorio, Dra Z Guzman, Dr. F Vasquez, Dr R Villalobos, Dra. S Villagran, Dra S Torselli, Dr. IGuzman, Dr M Herrera, Dr. J Diaz C, Dr. J Eguizabal, Dr. M Diaz, Dr. C Mejia V, “Guía de manejo de cuidados Paliativos de Medicina Interna del Hospital Roosevelt”, Revista de Medicina Interna de Guatemala, no. 02 (Mayo-Agosto 2014), <http://asomigua.org/wp-content/uploads/2014/09/ARTICULO-3.pdf2>

### Incidencia del diseño gráfico

La Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt se ve en la responsabilidad de ofrecer y dar un servicio digno y posicionarse en estándares de generar confianza. El diseñador gráfico podrá establecer lineamientos de diseño que sean pertinentes e importantes para la institución. Se pretende obtener una respuesta positiva con el grupo objetivo y la institución, proporcionando una identidad gráfica y un amplio material de apoyo para los beneficios que se les presenta a los pacientes y cuidadores. Los resultados visuales desarrollados apoyarán a la clínica de forma eficaz y eficiente. A través de la Identidad gráfica, tanto a la clínica como al paciente se les facilitará la evaluación de alternativas para llevar en buenos términos las enfermedades crónicas y mejorar su calidad de vida haciendo que este material cree un impacto positivo según los lineamientos investigados e indagados.

### Factibilidad el proyecto

Se cuenta con todo el apoyo por parte de la Clínica, ya que otorga toda la información necesaria y requerida. Esto con el fin de poder desarrollar el proyecto con eficacia y con una gran calidad, contando con tiempo y recursos para la realización del mismo, basado en asesorías y reuniones para su debida validación y aprobación.

El diseñador gráfico aportará todo su conocimiento y capacidad profesional para realizar el proyecto de forma eficaz, con excelencia, que cumpla con los objetivos y sea de ayuda.

La Escuela de Diseño Gráfico nos apoyará con asesoramiento, tiempo y supervisión para realizar un proyecto digno y a un nivel en que se observe los conocimientos adquiridos con el fin de poder llevar en buenos términos el proyecto, respetando cada uno de los pasos llevados en un orden específico, para poder finalizar un buen proyecto que evidencie las habilidades que se van adquiriendo durante todo la carrera.

## 1.3 Objetivos

### Objetivo General

Identificar a la clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt con el fin de conocer los servicios de atención a pacientes con enfermedades crónicas no curativas de la ciudad de Guatemala a través de la elaboración de una identidad gráfica institucional.

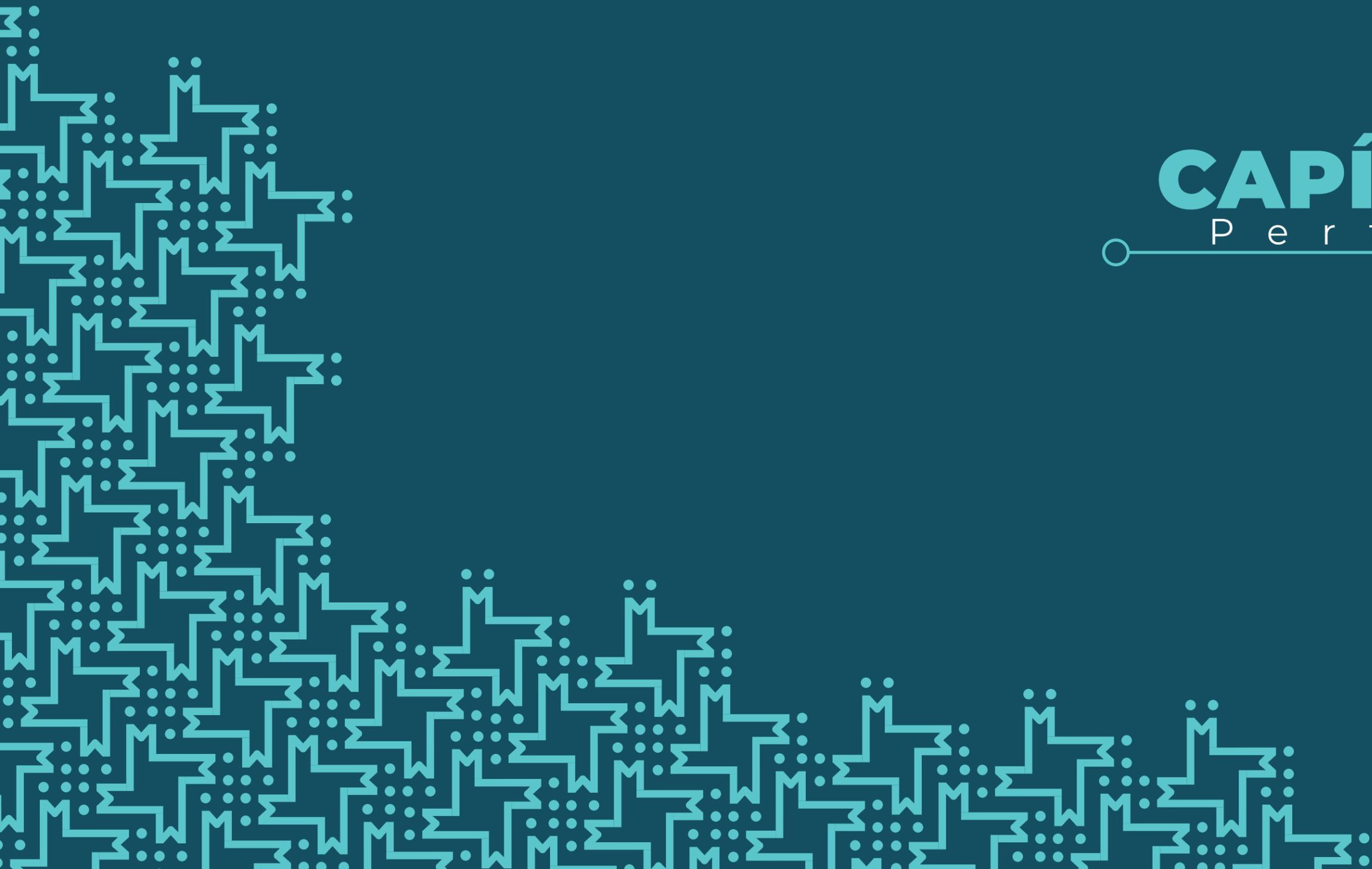
### Objetivos Específicos

#### De Comunicación

Demostrar el valor de la Clínica de Medicina Paliativa para tener presencia frente a los pacientes, familiares y población guatemalteca utilizando una identidad gráfica

#### De Diseño Gráfico

Establecer un impacto profesional a la Clínica de Medicina Paliativa para generar confianza y seguridad a través de un manual de identidad gráfica institucional.



# CAPÍTULO 2

Perfiles

## 2.1 Perfil de la Organización

### Información de la Institución

Clínica de Medicina Paliativa  
Medicina Interna  
Hospital Roosevelt

**Teléfono:** 2321 - 7400

**Dirección:** 5ta calle zona 11,  
Calzada Roosevelt

### Antecedentes

En el año 2013 el Hospital Roosevelt en el Departamento de Medicina Interna se crea el protocolo de Cuidados paliativos.

Por la iniciativa de la creación del protocolo de cuidados paliativos estos fueron los doctores que lo llevaron a cabo:

- Dr. Carlos Mejía
- Dr. Sergio Galdámez
- Dra. Silvana Torselli
- Dr. Jorge Eguizabal
- Dra. Zonia Guzmán
- Dr. Renato Villalobos
- Dra. Shirly Villagrán
- Dr. Ismael Guzmán
- Dr. Manuel Osorio
- Dr. Marcelino Díaz
- Dr. Fernando Vásquez
- Dr. Maynor Herrera
- Dr. Julio Díaz Caceros

### Objetivo en Hospital Roosevelt

Creación de la Clínica de Cuidados Paliativos en el Departamento de Medicina Interna del Hospital Roosevelt que cubra las necesidades en pacientes terminales o con enfermedades crónicas no curativas.

### Misión

Mejorar la calidad de la atención prestada a los pacientes en situación avanzada y terminal y sus familiares, promoviendo la respuesta integral y coordinada del sistema sanitario a sus necesidades y respetando su individualidad y valores.

### Valores

- Derecho al alivio del sufrimiento.
- Valor intrínseco de cada persona como individuo autónomo y único.
- Calidad de vida definida por cada paciente.
- Expectativas del enfermo y familia sobre la respuesta del sistema sanitario a sus necesidades en el final de la vida.
- Solidaridad ante el sufrimiento.

### Principios

- Acompañamiento a los pacientes y sus familias basado en sus necesidades.
- Atención integral, accesible y equitativa.
- Continuidad de la atención y coordinación de niveles asistenciales.
- Comunicación abierta y honesta.
- Reflexión ética y participación de los pacientes y sus familiares en la toma de decisiones.

### Población Meta

Pacientes con cáncer y enfermedades crónicas evolutivas de cualquier edad que se encuentren en situación avanzada y terminal.

**DÍA MUNDIAL DE CUIDADOS PALIATIVOS**

Toda persona diagnosticada con enfermedad crónica o terminal se benefician del los Cuidados Paliativos.

**Los Cuidados Paliativos incluyen el paciente y su familia; gestionan el dolor y la atención p...**

**Antecedentes Visuales**

La Clínica de Medicina Paliativa ha elaborado sus propios trifolios y materiales de apoyo para proporcionar información a los pacientes y familiares.

**Medicina Paliativa Hospital Roosevelt**

Significado de los Colores:

**Celeste:** Es el color de la generosidad el preferido de todas las personas para dedicarse al bien brindando serenidad y tranquilidad.

**Naranja:** alegre, felicidad, creación, la Amistad y la vida. Este color libera las emociones negativas, le hace sentir menos inseguro, menos penoso y más comprensivo, aporta ganas de perdonarlo todo.

**Verde:** Es un color relajante y refrescante que induce a quien lo contempla sensación de serenidad y armonía, esta íntimamente relacionado con todo lo natural simbolizando también la vida, la fertilidad, buena salud y Esperanza, el verde situado en perfecta neutralidad entre los extremos, proporciona una sensación de tranquilidad y seguridad.

## 2.2 Perfil del grupo objetivo

### Características geográficas

- **Región:** Ciudad de Guatemala
- **Zonas:** Urbanas
- **Ubicación:** Hospital Roosevelt

### Características sociodemográficas

- **Edad:** 30 – 50 años
- **Sexo:** Masculino y femenino
- **Nivel Académico:** Universitario (Licenciatura y Maestría)
- **Ocupación:** Médicos, Psicólogos, Nutricionista y Farmacéuticos
- **Estado Civil:** Solteros y casados

### Características socioeconómicas

- **Clase social:** Clase alta, media alta y media
- **Ingresos económicos:** Q5,000.00 a Q20,000.00 aprox.

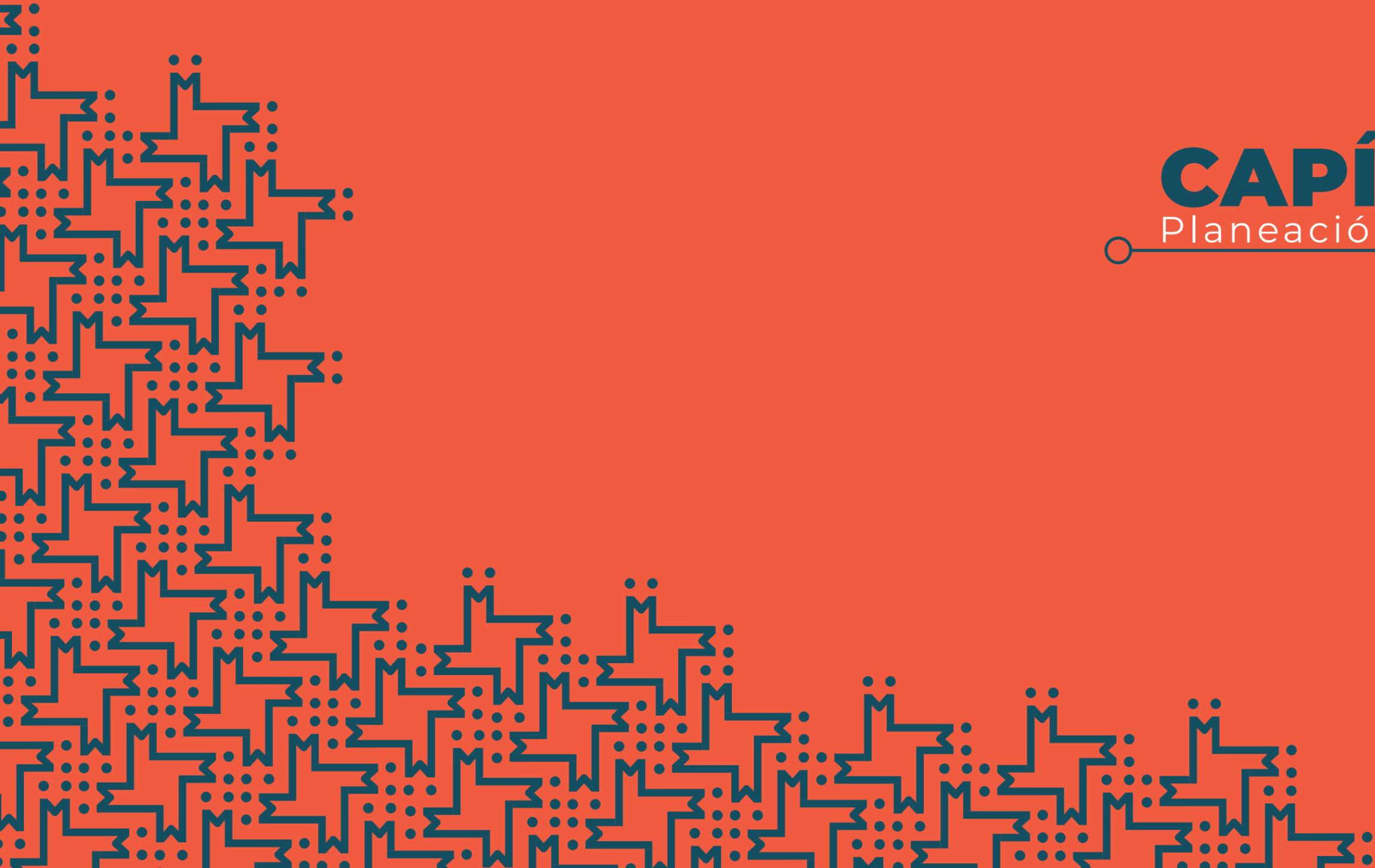
### Características psicográficas

Personas que ejercen su vocación con orgullo y sabiduría. Mantienen un constante aprendizaje sobre los avances médicos. Saben manejar relaciones interpersonales y tienen la habilidad para dirigir a las personas. Son organizadas y responsables. Cumplen con sus deberes. Buscan aportar al Sistema de Salud Pública nacional. Están comprometidos con su labor y buscan velar por la salud de sus pacientes.

Entre sus actividades fuera de lo laboral, disfrutan pasar tiempo con su familia y amigos, realizar actividades recreativas y tomar un pequeño descanso.

### Lugar y momento en el que el grupo objetivo y la institución se encuentran

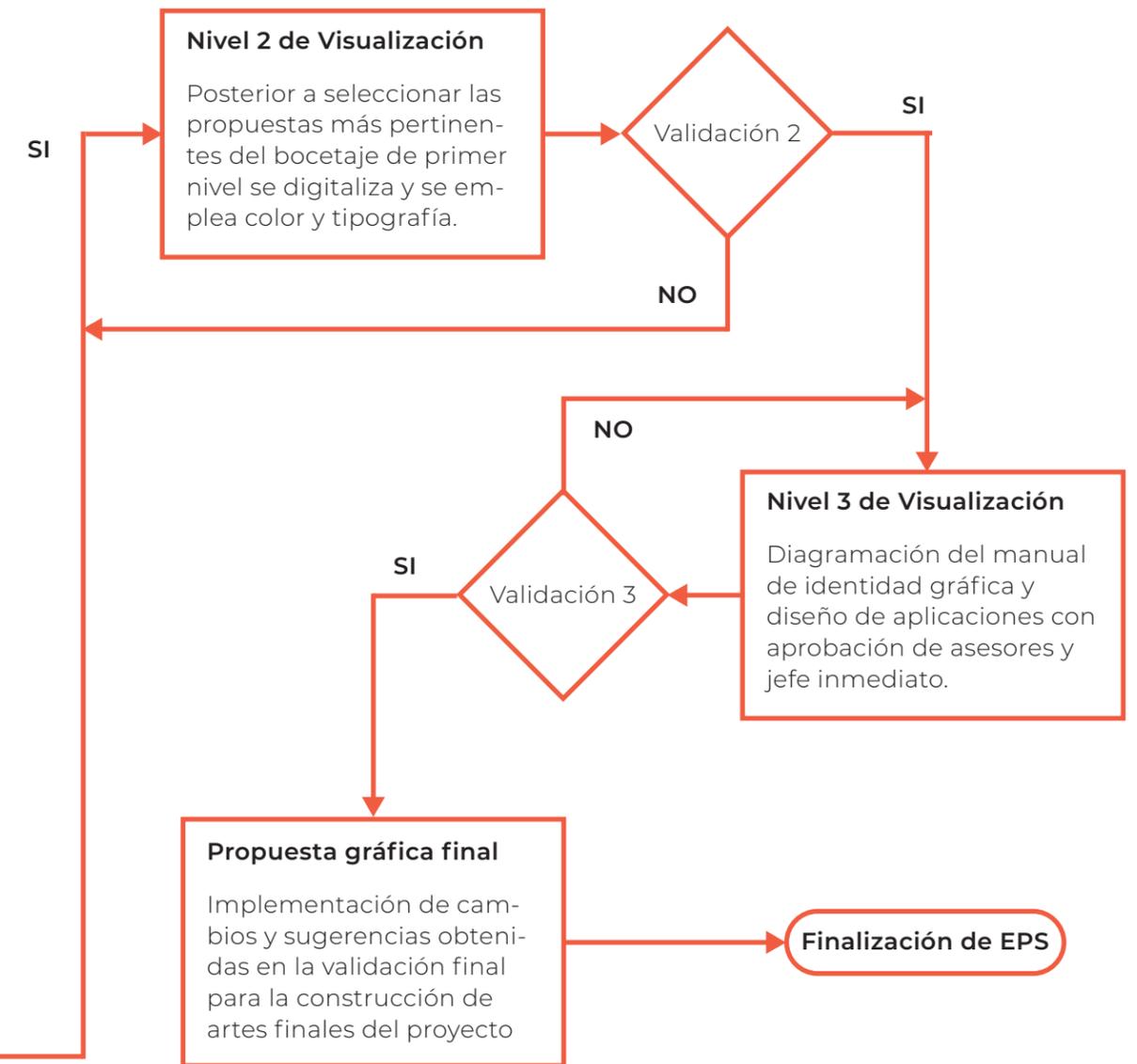
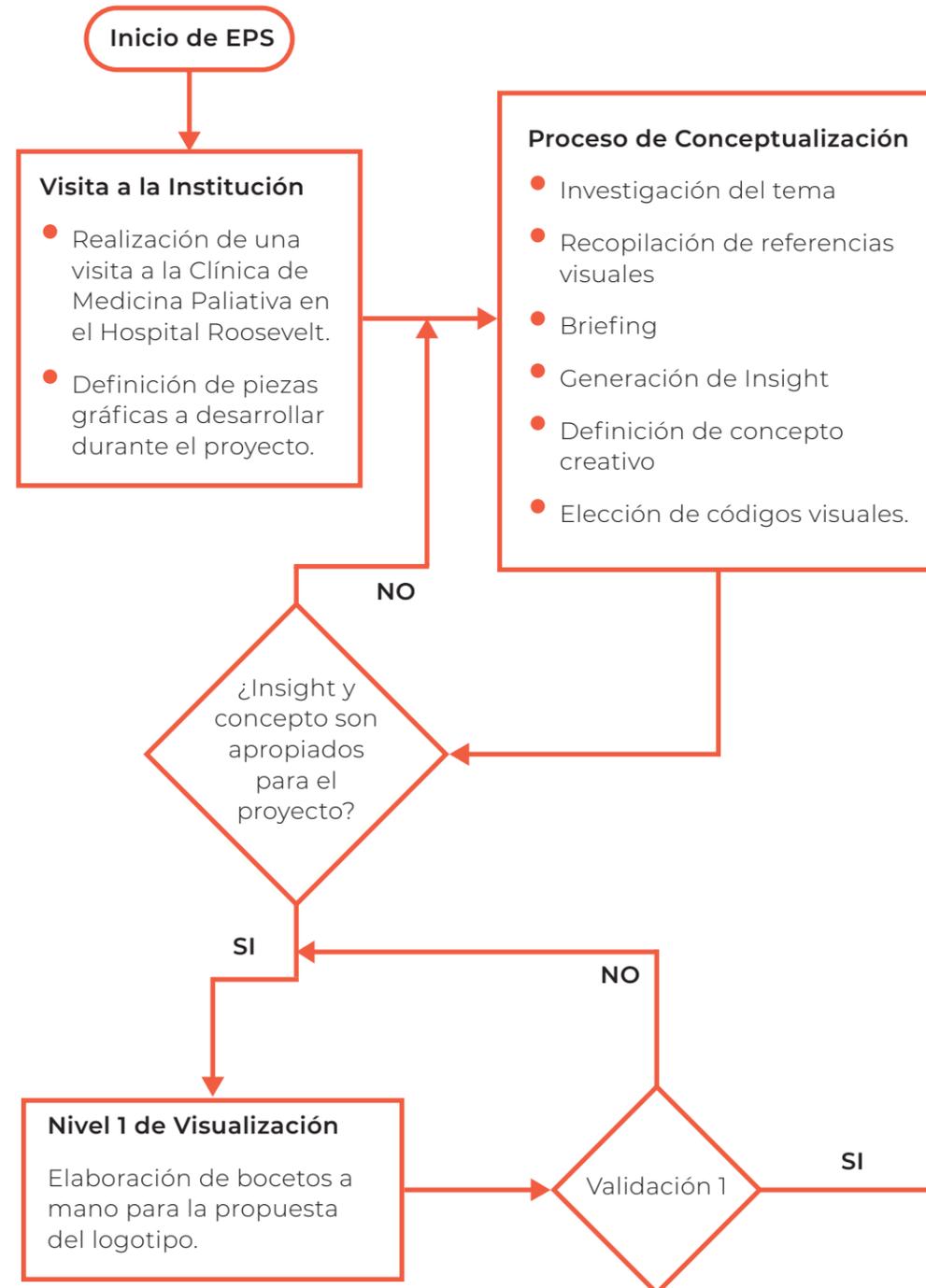
Los pacientes son evaluados por los doctores, quienes les llenan una hoja de interconsulta para ser atendidos en consulta externa. Los médicos jefes evalúan las necesidades del paciente y se le presenta a la doctora, quien les agenda a los pacientes citas en el área médica y psicológica.



# CAPÍTULO 3

Planeación operativa

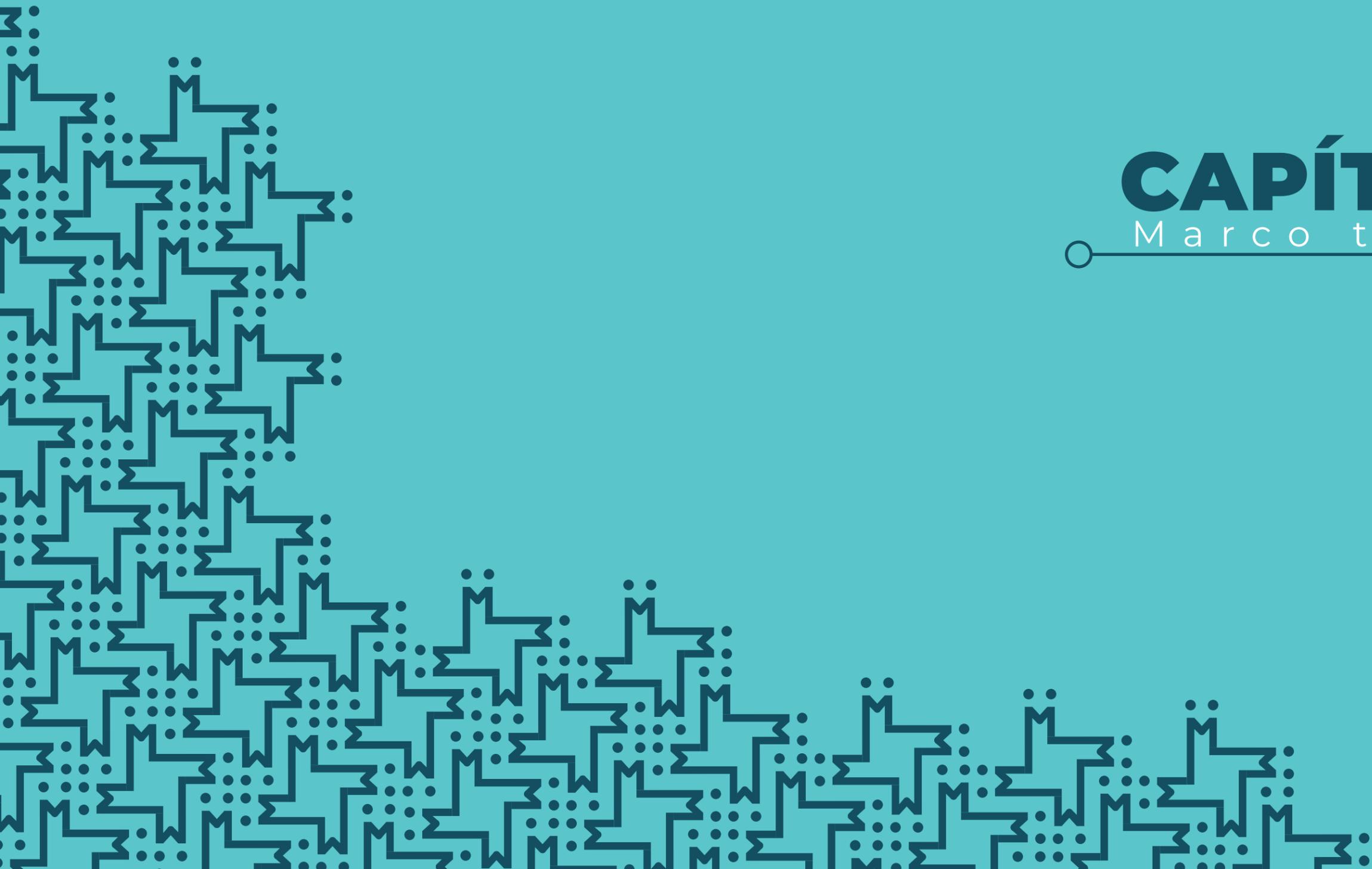
# 3.1 Flujoograma



## 3.2 Cronograma

Actividades	Agosto						
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2
Reunión con la organización			■				
Definición de Proyectos			■				
Redacción y corrección de protocolo			■	■			
Concepto Creativo e Insight				■	■		
Construcción de Marco Teórico				■	■	■	
Recaudación de información para proyectos B y C				■	■		
Desarrollo de proyectos B y C					■	■	■
Nivel uno de Bocetaje de proyecto A							
Aprobación de proyectos B y C							
Documentación del primer nivel de visualización							
Validación con asesores							
Realización de cambios según la validación							
Finalización de proyectos A, B y C							
Validación con tercer asesor y G. O							
Cambios según los resultados de la validación							
Última revisión de materiales							
Finalización de EPS en sede							
Producción de piezas finales							
Realización de artes finales							
Presentación de EPS							
Cierre de EPS							

Septiembre			Octubre					Noviembre				
Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
■												
■	■											
	■	■										
		■										
			■	■								
				■	■	■						
					■	■	■					
						■	■					
							■					
									■	■		
										■	■	
											■	■
												■



# CAPÍTULO 4

Marco teórico

## 4.1 Los Cuidados paliativos como apoyo en las enfermedades crónicas

La definición de salud que nos brinda la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 1948 es la siguiente: “La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. Esto nos dice que la calidad de vida de las personas no es solo el hecho de sentirnos sanos o las manifestaciones de síntomas o enfermedades, sino una visión amplia que abarca las múltiples facetas del desarrollo humano. Pero obtener una definición más amplia acerca de la salud, resulta difícil definir, al igual que los procedimientos para mantener o recuperar una buena salud, los cuales están determinados por la propia definición. “El hecho de que todas las personas tengan un cierto grado de salud, y que esta adquiera numerosas formas, cambiando en cada persona y en ciertos momentos de su vida, indica también que todas esas formas podrían parecer aproximaciones parciales a un concepto único”<sup>3</sup>

### La problemática de la salud pública

La salud es un tema de gran relevancia a nivel mundial, existen amplios factores que contribuyen en el desarrollo de la salud de las personas. La salud pública es un beneficio que todas las personas deberían de poder optar cada vez que sea necesario, pero hay diversos factores que obstaculizan el obtener un salud pública digna y profesional.

<sup>3</sup> Fernando Juarez, “El concepto de salud: Una explicación sobre su unicidad, multiplicidad y los modelos de salud”, *International Journal of Psychological Research* 4, no. 1 (2011):undefined-undefined. Ameli-Ca, <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/299022819009>

Uno de los problemas mayores que la sociedad tiene sobre la salud pública, es la poca ayuda que los gobiernos tienen hacia ella, la falta de ayuda económica hacia los hospitales o clínicas que prestan sus servicios a las personas que no cuentan con los recursos necesarios. La salud es la base de una sociedad y es por ello que las personas sin importar su clase social tengan la oportunidad de optar con una salud pública.

La promoción y la protección de la salud son esenciales para el bienestar humano y para un desarrollo socio-económico sostenido. Así lo reconocieron hace más de 30 años los firmantes de la Declaración de Alma-Ata, Kazajstán, quienes señalaron que la salud para todos contribuiría a mejorar tanto la calidad de vida como la paz y la seguridad en el mundo.

No es de sorprender que las personas también consideren la salud

como una de sus mayores prioridades, situándose en la mayoría de los países sólo por detrás de problemas económicos como el desempleo, los salarios bajos y el coste de vida elevado. Como consecuencia, la salud suele convertirse en un tema político, ya que los gobiernos intentan satisfacer las expectativas de la población.

Hay muchas maneras de promover y preservar la salud. Algunas se encuentran más allá de los límites del sector sanitario. Las «circunstancias en las que las personas crecen, viven, trabajan y envejecen» influyen en gran medida en la manera en que la gente vive y muere. La educación, la vivienda, la alimentación y el empleo, todos ellos, tienen un impacto sobre la salud. Corregir las desigualdades en estos aspectos disminuirá las desigualdades que se producen en la sanidad.<sup>4</sup>

La desigualdad hacia las personas con bajos recursos es uno de los problemas más comunes, porque no se les dan los mismos privilegios como a las personas que si cuentan con los recursos necesarios para poder tener una calidad de vida mejor. En una sociedad no debería existir la desigualdad, sino que el apoyo mutuo, para que las personas que más necesitan de los servicios públicos puedan obtenerlos sin ninguna dificultad.

<sup>4</sup> Organización Mundial de la Salud, «Financiación de los sistemas de salud: el camino hacia la cobertura universal» (Informe sobre la salud en el mundo, 2010), 22, <http://hdl.handle.net/10201/17600>.

No obstante, el acceso oportuno a los servicios sanitarios también es crítico: una combinación de promoción, prevención, tratamiento y rehabilitación que pueden ser conseguidos por una minoría de la población, ya que no existe un sistema de financiación sanitaria que funcione correctamente. Es lo que determina si las personas pueden permitirse el uso de los servicios sanitarios cuando los necesitan. Es lo que determina la existencia de los propios servicios.<sup>5</sup>

Los países se encuentran con tres problemas fundamentales relacionados entre sí. El primero es la disponibilidad de recursos. Ningún país, con independencia de su riqueza, ha sido capaz de garantizar a todas las personas el acceso inmediato a todas las tecnologías o intervenciones que puedan mejorar la salud o prolongar la vida. En el otro extremo de la escala, en los países más pobres, hay pocos servicios disponibles para todos.

La otra barrera es la dependencia excesiva de los pagos directos en el momento en que la gente necesita asistencia. Esto incluye los pagos de medicamentos sin recetas y las cuotas de las consultas y los procedimientos. Aun disponiendo de algún tipo de seguro médico, puede ser obligatorio contribuir en forma de copagos, coaseguros o deducibles.

La obligación de pagar directamente por los servicios en el momento de necesitarlos, ya sea que el pago se realice de manera formal o de manera informal (de forma clandestina), impide que millones de personas reciban asistencia médica cuando la necesitan.

El tercer obstáculo es el uso ineficiente y no equitativo de los recursos. Se malgasta el 20-40% de los recursos destinados a la salud, siendo ésta una estimación conservadora. Reducir este despilfarro mejoraría en gran medida la capacidad de los sistemas sanitarios para prestar servicios de calidad y mejorar la salud.<sup>6</sup>

Para los países el servicio de la salud pública es el más escaso y en el que menos se le invierte, para que el mejoramiento de la salud crezca. Los gobiernos malgastan los recursos que deberían ser utilizados para la salud pública, y es por ello

que los hospitales o clínicas se encuentran en mal estado, no cuentan con los medicamentos necesarios para los pacientes, las filas abundan porque los servicios son escasos, los espacios son muy reducidos. En ocasiones los pacientes no son atendidos y si los atienden permanecen en sillas o en el suelo.

### El sistema de salud en Guatemala

El sistema de salud de Guatemala está compuesto por un sector público y otro privado. El sector público comprende, en primer lugar, al Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS), el cual formalmente brinda atención a 70% de la población. En segundo lugar está el Instituto Guatemalteco del Seguro Social (IGSS), que ofrece cobertura a menos de 17.45% de la población vinculada con el empleo formal. Finalmente, la Sanidad Militar cubre a los miembros de las fuerzas armadas y la policía, incluyendo a sus familias que representan menos de 0.5% de la población. Otras instituciones gubernamentales participan de manera marginal en ciertas actividades de salud.

El 12 % de los guatemaltecos recurre al sector privado en busca de atención a su salud. En este sector participan Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y/o religiosas que operan sin fines de lucro. También existe un poco significativo sector de seguros privados de salud. De

acuerdo con estimaciones del MSPAS, las organizaciones no gubernamentales ofrecen cobertura a cerca de 18% de la población. Los seguros privados cubren a menos de 8% de la población, principalmente perteneciente a los dos quintiles más ricos y predominantemente urbanos.

A pesar de que la Constitución establece el derecho de todos los ciudadanos al seguro social, la cobertura real alcanzada por el IGSS es de 17.45%, y aunque el MSPAS formalmente funciona como prestador de servicios gratuitos para todos los guatemaltecos, la cobertura efectiva total que ofrecen el IGSS y el MSPAS sólo llega a 48% de la población.<sup>7</sup>

En la actualidad, el sector privado de la salud en Guatemala es al que más se le brindan los recursos necesarios, los que se mantienen en el mejor estado y tienen la mejor tecnología, todo lo necesario para que este funcione a la perfección, lo contrario con el sector público de la salud a quien no se le brindan los recursos necesarios para mantener en buenas condiciones los hospitales o centros de salud. El apoyo que se obtiene de los servicios públicos es poca, el tiempo de espera para ser atendidos es largo y las personas necesitan laborar diariamente para cubrir sus necesidades. Por ese motivo, las personas prefieren no quedarse para ser atendidos.

5 Organización Mundial de la Salud, «Financiación de los sistemas de salud: el camino hacia la cobertura universal», 7.

6 Organización Mundial de la Salud, «Financiación de los sistemas de salud: el camino hacia la cobertura universal», 9

7 Víctor Becerril Montekio y Luis López Dávila, «Sistema de salud de Guatemala», Salud pública de México 53, No. 2 (2011): 197, <https://www.scielosp.org/pdf/spm/2011.v53suppl2/s197-s197/es>

## Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala

20 primeras causas de morbilidad y mortalidad general, año 2012 al 2018

Años	Tipo	
2018	Morbilidad	
CIE-10	Diagnóstico	Total de casos
O:00	Rinofaringitis aguda (resfriado común)	1,654,786
O:03	Amigdalitis aguda	937,970
K:29	Gastritis y duodenitis	613,280
N:39	Otros trastornos del sistema urinario	607,177
A:09	Diarrea y gastroenteritis de presunto origen infeccioso	482,327
B:82	Parasitosis intestinales, sin otra especificación	390,297
A:06	Amebiasis	381,770
T:78	Efectos adversos, no clasificados en otra parte	295,260
R:51	Cefalea	286,996
J:06	Infecciones agudas de las vías respiratorias superiores, de sitios múltiples o no especificados	267,331
M:79	Otros trastornos de los tejidos blandos, no clasificados en otra parte	265,161
A:04	Otras infecciones intestinales bacterianas	204,690
T:14	Traumatismo de regiones no especificadas del cuerpo	188,348
H:10	Conjuntivitis	187,350
M:54	Dorsalgia	181,701
J:18	Neumonía, organismo no especificado	174,980
I:10	Hipertensión esencial (primaria)	169,711
N:75	Otras afecciones inflamatorias de la vagina de la vulva	166,785
M:25	Otros trastornos articulares, no clasificados en otra parte	161,084
B:49	Micosis, no especificada	157,874

Gráfica 1: Causas de la morbilidad, Sistema de Información General de Salud (SIGSA)

### Las enfermedades en Guatemala

La población guatemalteca posee condiciones de vida en las cuales se reflejan en los daños de su salud, debido a factores tales como los distintos tipos de enfermedades, la desigualdad de género, la economía y la sociedad.

El Sistema de Información General de Salud (SIGSA) muestra una gráfica (Gráfica 1) de las 20 causas primarias de la morbilidad en Guatemala. La morbilidad según la Real Academia Española (RAE) la define como “Número de personas que enferman en una población y período determinados”. Según la SIGSA el Rinofaringitis aguda (resfriado

común), es una de las enfermedades más comunes de la población guatemalteca durante el año 2018.

Las enfermedades no transmisibles (ENT) —fundamentalmente las enfermedades cardiovasculares, el cáncer, la diabetes y las enfermedades respiratorias crónicas— constituyen la principal causa de muerte en la Región. Estas son causadas principalmente por un conjunto de factores de riesgo comunes como el tabaquismo y la exposición pasiva al humo de tabaco en el ambiente, un régimen alimentario poco saludable, la inactividad física, la obesidad y el consumo nocivo de alcohol, entre otros.

Los determinantes sociales de la salud, como los ingresos, la educación, el empleo y las condiciones de trabajo, el grupo étnico y de género ejercen una influencia importante sobre las ENT. Por ende, las ENT constituyen un complejo problema de salud pública en Guatemala y en la región además de un reto para el desarrollo económico. Requieren intervenciones del sector de la salud, así como de otros sectores del gobierno, la sociedad civil y el sector privado.<sup>8</sup>

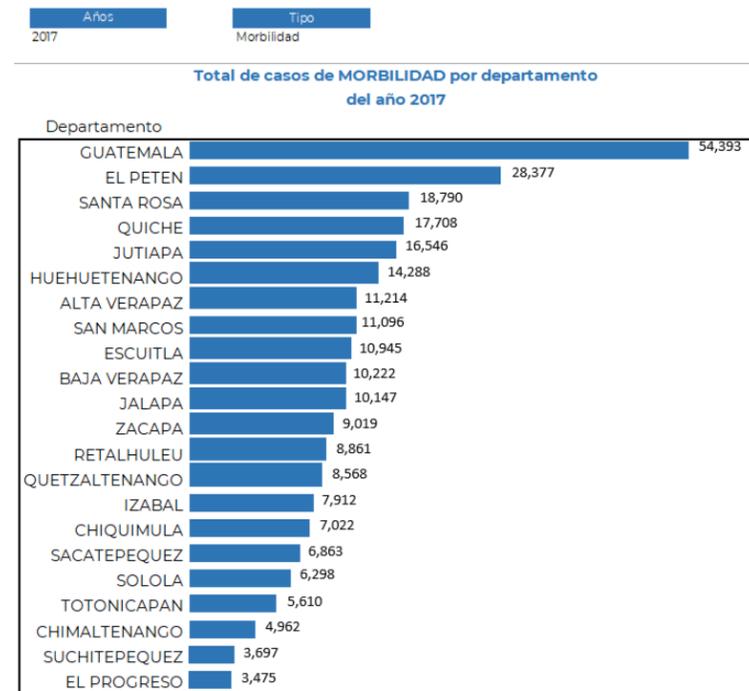
Entre las enfermedades crónicas SIGSA, nos muestra (Gráfica 2) que la hipertensión esencial (primaria) es una de las principales enfermedades crónicas más comunes que se dan en la población guatemalteca con un total de 137,516 casos en todo el país.

El padecimiento de enfermedades siempre está presente en el ser humano sin importar su nivel social. Es por ello que el cuidado de las enfermedades es muy importante, debido al malgaste físico y emocional que estos provocan al medida del tiempo y si no se tiene un debido cuidado las enfermedades se pueden

8 «Enfermedades no transmisibles y promoción de la salud», Organización Panamericana de la Salud, acceso el 01 de septiembre de 2019, [https://www.paho.org/gut/index.php?option=com\\_content&view=article&id=589:enfermedades-no-transmisibles-y-promocion-de-salud&Itemid=216](https://www.paho.org/gut/index.php?option=com_content&view=article&id=589:enfermedades-no-transmisibles-y-promocion-de-salud&Itemid=216)

## Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala

Casos de Morbilidad y Mortalidad por Crónicas, año 2012 al 2017\*



Casos de MORBILIDAD Nacional del año 2017

CIE-10	Diagnóstico	Total casos
I:10	Hipertensión esencial (primaria)	137,516
E:14:9	Diabetes mellitus, no especializada, sin mención de complicaciones	55,734
E:14	Diabetes mellitus, no especializada	33,203
E:11:9	Diabetes mellitus no insulino dependiente, sin mención de complicaciones	4,216
I:15:9	Hipertensión secundaria, no especificada	3,493
I:87:2	Insuficiencia venosa (crónica) (periférica)	2,741
I:84:9	Hemorroides no especificadas, sin complicación	2,539
E:11	Diabetes mellitus no insulino dependiente	2,366
I:95:9	Hipotensión, no especificada	1,970
E:10:9	Diabetes mellitus insulino dependiente, sin mención de complicaciones	1,948
E:10	Diabetes mellitus insulino dependiente	1,399
I:00	Fiebre reumática sin mención de complicación cardíaca	1,385
I:51:9	Enfermedad cardíaca, no especificada	1,334

Gráfica 2: Casos de morbilidad y mortalidad, Sistema de Información General de Salud (SIGSA)

tornar graves como el caso de las enfermedades crónicas que causan problemas emocionales por los largos tratamientos que conllevan, y es por ello que se necesita el apoyo de profesionales para que sea controlado el dolor y el sufrimiento por el que se pasa durante estas enfermedades.

### El rol de los Cuidados Paliativos

La Organización Mundial de la Salud define los cuidados paliativos como: el cuidado global y activo de aquellos pacientes cuya enfermedad no responde a un tratamiento curativo, en los que es esencial el control del dolor y otros síntomas, la atención a los problemas psicológicos, sociales y espirituales y conseguir mejorar la calidad de vida para ellos y sus familias. Los cuidados paliativos afirman la vida y consideran el morir como un proceso natural, no prolongan ni aceleran la muerte, ofrecen un sistema de apoyo para ayudar a los pacientes a vivir tan activamente como sea posible hasta su muerte y a sus familiares para afrontar la enfermedad, la pérdida y el duelo. Por lo tanto, los cuidados paliativos tienen como objetivo promover el confort y mejorar la calidad de vida del paciente en el final de la vida recuperando, desde una perspectiva humanística, el acercamiento a una muerte tranquila, sin estorbos terapéuticos innecesarios,

donde la familia vuelva a cobrar su papel principal cerca del paciente.<sup>9</sup>

En Guatemala, según el informe del primer encuentro de Alto Nivel de Cuidados Paliativos: Fortaleciendo el Sistema Socio sanitario, en Lima, Perú, solo el 1% de las personas que padecen enfermedades crónicas tiene la capacidad de poder optar por los cuidados paliativos. Siendo esto un bajo porcentaje ya que 4 millones de personas requieren de estos cuidados. Son muy pocas las clínicas, hospicios y/o hospitales que brindan a los guatemaltecos estos servicios.

De acuerdo con la Comisión Lancet, en el 2015, cerca de 61.1 millones de personas en el mundo con padecimientos como cáncer, VIH, lesiones, demencia, enfermedades del hígado y enfermedades pulmonares, vivieron 6 mil millones de días de sufrimiento. Centrados en Latinoamérica, alrededor de 3.3 millones de personas tuvo 1 mil 142 millones de días con dolor, y al colocar la atención en Guatemala, fueron 71 mil pacientes con 20 millones de días de dolor.

La médica Lilian de Lima, directora ejecutiva de la Asociación Internacional de Hospicios y Cuidados Paliativos (IAHPC), señaló que el acceso a este tipo de cuidados, así como al tratamiento para el control del dolor es desigual en el mundo. Los países con mayores ingresos representan el 15% de la población y son ellos los

9 Espinar Cid, Victoria, "LOS CUIDADOS PALIATIVOS: ACOMPAÑANDO A LAS PERSONAS EN EL FINAL DE LA VIDA", Cuadernos de Bioética XXIII, no. 1 (2012): undefined-undefined. Ameli-Ca, <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/87524465012>

que consumen el 94% de la morfina -uno de los opioides para tratar el dolor-. En Guatemala, el acceso a este medicamento para calmar el sufrimiento de las personas es del 4%.<sup>10</sup>

El Hospital Roosevelt cuenta con clínica de medicina paliativa, la cual está a la disposición del pueblo, para prestar sus servicios a las personas que padecen de enfermedades crónicas y ayudar a sus familias en el proceso que estas enfermedades conllevan. Pero aunque la clínica se encuentra dentro del Hospital, no es muy conocida por los pacientes con enfermedades crónicas o personas externos del hospital.

Por la problemática de que la clínica no es conocida, tendrá el apoyo de la profesión del diseño gráfico cuyo fin es resolver problemas de comunicación visual, otorgando los servicios que esta posee, para crearle una identidad gráfica a la clínica y esta poder ser conocida por los pacientes y la población guatemalteca. En el siguiente punto hablaremos más sobre el diseño gráfico y como este puede crear soluciones visuales a una problemática social.

10 Ana Lucía Ola, «Salud sin capacidad de brindar cuidados paliativos a unos 48 mil guatemaltecos», Prensa Libre, 11 de octubre de 2018, acceso el 02 de septiembre de 2019, <https://www.prensalibre.com/guatemala/comunitario/cuidados-paliativos-una-asignatura-pendiente-en-latinoamerica/>

## 4.2 El Diseño Gráfico, un arte o un medio de comunicación para resolver problemas sociales

El Diseño Gráfico es medio de comunicación por el cual se transmiten mensajes de forma visual, es un medio que utilizan para poder dar a conocer servicios, productos y todo aquel mensaje que quieren dar a conocer a sus consumidores, es decir manipula signos y resuelve problemas de comunicación entre un emisor y múltiples receptores. Pero para poder conocer más sobre el Diseño Gráfico y la importancia que este tiene en la sociedad, debemos iniciar hablando sobre la comunicación, ya que es un “fenómeno de interacción social. Toda sociedad necesita para su desarrollo, establecer relaciones entre hombres, y estos con sus instituciones”.<sup>11</sup>

### El arte de la comunicación

La comunicación es el medio muy antiguo en la interacción humana, pasando desde las señales de humo hasta la tecnología que utilizamos actualmente. Pero ¿realmente qué es la comunicación?, según la Real Academia Española (RAE), nos brinda varias definiciones, pero entre las más

relevantes para poder argumentar este tema son:

- Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
- Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Sea cual sea el concepto que tengamos acerca de la comunicación, debemos tener en cuenta que hay elementos indispensables que siempre serán utilizados: quién dice qué a quién, a través de que canal y con qué intención. Para conocer más sobre esto, definiremos y conoceremos brevemente cada uno de los elementos que conllevan un proceso de comunicación simple:

**Comunicador:** Es llamado también emisor, es quien emite o envía un mensaje. Del comunicador depende en gran medida que los mensajes que envía sean correctamente descodificados por quienes los reciben. Si un mensaje esta hecho desordenadamente o utilizando información vaga e

imprecisa, seguramente no será correctamente descifrado.

**Perceptor:** Es llamado también “receptor”. Es quien recibe el mensaje enviado por el comunicador. El perceptor puede ser individual o grupal, es quien capta, almacena, analiza, sintetiza y da una respuesta a los mensajes que recibe.

**Mensaje:** Es la información que deseamos transmitir; el conjunto de ideas, pensamientos, sentimientos que el comunicador envía al perceptor.

**Canal:** Es el medio a través del cual se transmiten los mensajes. Por esa razón puede llamársele también simplemente “Medio”. Los canales o medios de comunicación son diversos y depende de las circunstancias y necesidades históricas de la humanidad.

**Código:** Es un conjunto estructurado de signos, utilizado para la elaboración de mensajes. Hablar de códigos, es referirse a un sistema bien organizado de signos y señales, que nos permiten transmitir nuestros pensamientos y sentimientos.

**Contexto:** Es el marco socio-económico y cultural donde se difunde los mensajes en un determinado período histórico. Decimos que cada mensaje debe ser elaborado especialmente para ser transmitido a perceptores que pertenecan a un contexto determinado.

Esto significa que en la elaboración y transmisión de un mensaje, debemos considerar el contexto al cual se dirige dicho mensaje.

**Retorno:** Es el proceso mediante el cual se da un respuesta a los mensajes recibidos. Se le llama también retroalimentación, respuesta o “feed back”. Dicha respuesta puede darse, utilizando el mismo código y canal o con códigos y canales distintos. No es únicamente la respuesta verbal a un mensaje, es también la respuesta a nivel de conducta, actitud o simplemente la incomunicación.<sup>12</sup>

### ¿Cuáles son nuestros medios de comunicación?

Como mencionamos anteriormente para poder comunicarnos o dar a conocer un mensaje se necesita un medio/canal por el cual este llegue al receptor. Sabemos que existe una gran variedad de medio de comunicación, desde las señales de humo hasta los medios que poseemos actualmente. “Una manera de comunicación de gran importancia en la actualidad es la masiva, con sus respectivas herramientas. Los medios de comunicación masiva permiten a las grandes masas estar en contacto con la información más relevante para cada persona”.<sup>13</sup>

Los medios de comunicación masiva son las que se utilizan para poder llegar un grupo mayoritario de personas, es decir

<sup>11</sup> Carlos Interiano, *Semiología y Comunicación* (Guatemala: Estuantil Fenix, 2001), 9-10.

<sup>12</sup> Carlos Interiano, *Semiología y Comunicación* (Guatemala: Estudiantil Fénix, 2001), 12-21.

<sup>13</sup> Emelia Domínguez Goya, *Medios de comunicación masiva* (México: Red Tercer Milenio, 2012), [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios\\_de\\_comunicacion\\_masiva.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Medios_de_comunicacion_masiva.pdf)

que un emisor da a conocer su mensaje y este llega a varias personas. Vivimos rodeados de estos medios de comunicación y hay veces que nos damos cuenta de ello, algunos de estos medios son la radio, televisión, periódico, etc., utilizamos estos medios para estar atentos de lo que pasa en el mundo o simplemente como medio de distracción y/o entretenimiento.

Los medios masivos son utilizados en la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas formas más de comunicación. Su principal objetivo es reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a toda la sociedad, si bien los mensajes tienen un público deseado, no quiere decir que este público será el único que lo reciba, añadiendo así más audiencia al mensaje.

La principal finalidad de los medios masivos es informar, formar y entretener, es por ello que dentro de los mismos medios existen diferentes tipos, para distintas finalidades.<sup>14</sup>

El profesor de la Universidad Libre de Berlín, Harry Pross en 1971, clasifico los medios de comunicación debido a la complejidad que estos presentan. Los ha separado en tres categorías, a partir de su grado técnico, varios años después el profesor de la Universidad Johann Wolfgang Goethe, Manfred Faßler en 1997, contribuyó con una nueva categoría, quedando así la siguiente clasificación:

**Medios primarios (medios propios):** están ligados al cuerpo humano. No necesitan el empleo de técnica alguna para la comunicación, que a su vez es sincrónica. Ejemplos: El narrador, un cura, el teatro, etc.

**Medios secundarios (máquinas):** Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos. El receptor de la información no necesita ningún dispositivo para decodificar la información. Ejemplos: Periódico, revistas, etc.

**Medio terciario (medios electrónicos):** Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos y del receptor. Ejemplos: Telegrafía, televisión, discos de música, etc.

**Medios cuaternarios (medios digitales):** Permiten tanto la comunicación sincrónica como asincrónica (interacción). Necesitan el empleo de técnicas (tecnologías) del lado del productor de contenidos y del receptor. La división de estos últimos (productor y receptor) tiende a desaparecer, así como el tiempo y la distancia. Los medios cuaternarios o medios digitales son parte de los Nuevos Medios de Comunicación.<sup>15</sup>

### La importancia del Diseño Gráfico

Ahora es el momento de hablar del tema más importante de este punto, el diseño gráfico. Hemos hablando sobre como es el proceso de comunicación y cuáles son sus

medios. Pero, ¿cómo interactúa el diseño gráfico en la comunicación?

En el artículo Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma, Joan Costa<sup>16</sup> menciona lo siguiente:

“...el diseño es una actividad mediadora que tiene mucho que ver con la configuración del entorno artificial y constituye un elemento significativo de sus interacciones con los individuos y la sociedad. En la medida que la esencia del diseño es el impulso proyectual y creativo orientado hacia un fin determinado, su influencia en nuestros actos, nuestra mente y nuestra conducta puede llevarnos a lo mejor y a lo peor. A la mejora de nuestro hábitat, a la resolución de problemas y a la mayor calidad de vida. O bien a la manipulación y al control social.”

El Diseño Gráfico es una profesión que no solamente hace que los mensajes se vean estéticos o “bonitos”, como la mayoría de personas lo definen. El diseño va más allá de lo visual, influye en gran parte en la sociedad, en su día a día, sin percatarse de ello. Para que un diseño y/o mensaje sea exitoso se necesita de una planificación de investigación, para poder enfocar el problema y buscar una solución visual, utilizando estrategias, métodos y conocimientos amplios del diseño para el desarrollo de la creatividad.

La realización de una investigación en el diseño, permite tener un conocimiento de la cultura que rodea a las personas que se les desea transmitir un mensaje y aplicando los elementos base para la realización de un mensaje visual, lograra llevar un acabo un mensaje exitoso. El diseño gráfico emplea tipografía, color e imágenes para llamar la atención, cada uno influye de cierta forma en las personas y/o sociedad.

La **tipografía** en el Diseño Gráfico ha sido siempre un poderoso aliado a la hora de transmitir mensajes. Desde sus inicios en la imprenta Gutenberg la tipografía demostró ser la base de la comunicación gráfica siendo la primera herramienta en ser usada como elemento de comunicación de información tanto en publicidad como en otros medios.<sup>17</sup>

Los **colores** producen diferentes emociones e influyen de manera decisiva en nuestra percepción de la realidad. Colores primarios y secundarios, en sus infinitas combinaciones entre sí y con un determinado tipo de letra, tienen el poder de transmitir un mensaje o emoción concreta. Las diferentes combinaciones de colores y su juego con la tipografía pueden dar como resultado una gran variedad de diseños con distintas interpretaciones a su vez. Es labor del diseñador, encontrar la conexión perfecta de letra, forma y color, dando como resultado el mensaje que pretende transmitir.<sup>18</sup>

<sup>14</sup> Domínguez Goya, *Medios de comunicación masiva*

<sup>15</sup> «Medios de comunicación», Jarry Onan Soriano Carbajal, acceso el 7 de septiembre de 2019, <https://mediocomunicacion.webnode.es/informacion-general/>

<sup>16</sup> Costa, Joan, «Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma», *grafica*, [S.l.], v. 2, n. 4, p. 89-107, jul. 2014. ISSN 2014-9298. Disponible en: <<https://revistes.uab.cat/grafica/article/view/v2-n4-costa>>. Fecha de acceso: 07 sep. 2019 doi:<https://doi.org/10.5565/rev/grafica.23>.

<sup>17</sup> «La importancia de la tipografía en el diseño», Pablo Gondar, acceso el 7 de septiembre de 2019, <https://www.creativosonline.org/blog/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-diseno-recursos-diseno.html>

<sup>18</sup> «La importancia del color en el diseño gráfico», Estudio Mique, acceso el 8 de septiembre de 2019, <https://www.mique.es/la-importancia-del-color-en-el-diseno-grafico/>

## El universo del Diseño Gráfico

En la profesión del Diseño Gráfico, así como en muchas otras profesiones, existe varias especialidades que poseen distintos enfoques en el que el diseño gráfico, cada una siempre con la misma finalidad: buscar soluciones a un problema visual, plasmar las ideas y poder transmitir un mensaje. Mencionaremos algunas de ellas, las más relevantes, pero cada especialidad tiene su importancia en la sociedad y sobre todo en la comunicación.

**Diseño Editorial:** Este campo se requiere tener buenas habilidades de diagramación o maquetación. Hay que tener conocimientos de tipografía, color, jerarquización, composición, compaginación, originalidad... y un talento esencial con una mente ágil a la hora de estructurar y organizar los montones de texto e información en una sola página de forma clara y atractiva.

**Diseño publicitario:** Este campo requiere tener una mente comercial y estratégica en el uso de la creatividad, la legibilidad, la motivación y la persuasión. Todo ello para conseguir la venta. Su principal función es presentar un producto de manera atractiva para que este sea aceptado por muchos consumidores y conseguir el efecto social del consumo.

**Diseño de identidad corporativa:** Es de gran importancia, ya que es la imagen mental que se hace el público de

la empresa. Por lo que está ligado a la reputación que adquiere con el paso del tiempo y de que una institución adquiera prestigio y personalidad. Tiene como función comunicar de una manera instantánea en la percepción visual y personalizar las comunicaciones visuales. Llegando a un efecto social de identificación de imagen de marca de los productos, empresas e instituciones.

**Diseño Web/móvil:** Esta área es la más nueva de todas y está revolucionando la forma de diseñar tanto por sus limitaciones del medio como sus grandes alcances. Las estrategias que utiliza son la navegabilidad, interactividad y la utilidad son partes esenciales, por lo que esta especialidad estará inevitablemente muy unida al campo de la programación.<sup>19</sup>

**En conclusión,** para lograr resolver problemas de comunicación es necesario poseer un amplio conocimiento de todo el proceso de comunicación para poder efectuar un mensaje, el Diseño Gráfico integra sus elementos, sus especialidades y todo conocimiento visual para poder plasmar sus ideas en diversas formas y medios. Este proyecto se especializara en el diseño de imagen corporativa como medio de solución a una problemática de identidad que se posee.

En el siguiente punto extenderemos más sobre la Identidad corporativa y como este influirá en la solución del problema.

<sup>19</sup> «Las ramas del diseño gráfico», Rosa León, acceso el 8 de septiembre de 2019, <https://www.mimoilus.com/especialidades-diseno-grafico/#ind-10>

## 4.3 Un problema, una solución, una identidad gráfica institucional

En este proyecto se realizará un manual de identidad gráfica institucional para la Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt, en este punto explicaremos lo que es un manual de identidad gráfica y como es el desarrollo de esta. Para conocer la importancia de la solución que le daremos a la clínica a través de esta rama del diseño gráfico.

El diseño de identidad gráfica, es una de las ramas del diseño que se encarga de la representación visual de una organización, empresa o persona, incluyendo su logo, diseño, tipografía y colores. A través de ella se refleja los valores y filosofía de la marca. Es el primer contacto que tiene una organización con su público y con sus consumidores potenciales, debe generar una conexión funcional o emocional en un instante, esto debido a que los humanos procesamos más rápidamente las imágenes que lo textos.

La identidad gráfica es un conjunto de elementos gráficos que se alinean con el mensaje que comunica una marca y asegura que la imagen de la misma sea coherente y consistente.

Hoy en día, no existe ninguna empresa que pueda posicionarse en el mercado y ser reconocida sin tener una identidad visual debido a que el mundo en el que vivimos, la información viaja constantemente y casi de forma instantánea en forma de imagen y no así, como texto. Una imagen es entendida y absorbida en las mentes de las personas de manera más rápida.<sup>20</sup>

La identidad gráfica corporativa se construye por y para las necesidades concretas de cada compañía. No hay dos identidades visuales iguales porque una de sus características principales es la originalidad. Sólo la singularidad de todos y cada uno de los recursos que la componen puede hacer crecer la personalidad de una marca con seguridad y solvencia.<sup>21</sup>

### Características

Para desarrollar una identidad visual, toda compañía debe de tener una serie de elementos mínimos que ayude en la realización de sus mensajes. Algunos de esos elementos son los siguientes:

<sup>20</sup> «Identidad visual: importancia y beneficios», Daniela Milier, acceso el 09 de septiembre de 2019, <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/>

<sup>21</sup> «¿Qué es la identidad visual?», Aranda estudio, acceso el 09 de septiembre de 2019, <http://aranda-estudio.com/disenio/identidad-corporativa/visual/>

**Logotipo:** Un Logotipo, o logo, no es más que el elemento gráfico o visual con el que se dota de identidad a una empresa, negocio, producto o servicio. Es ese símbolo con el que se apela a la memoria visual y con el que se permite dotar de presencia a cualquier tipo de entidad sin necesidad de recurrir a descripciones.<sup>22</sup>

**Tipografía Institucional:** La tipografía corporativa es un elemento más del universo visual de una marca pero elegir entre una u otra no es una decisión menor. Definir la tipografía adecuada facilita la comunicación, ayuda a expresar la filosofía y la personalidad de la marca y atrae al público oportuno.<sup>23</sup>

**Color Institucional:** Los colores ejercen un impacto significativo en nuestros productos o servicios y es el hecho de que nuestros estados de ánimo y emociones cambien ante su influencia. El color juega un papel muy importante en la percepción y en la idea que cada uno crea de un producto o servicio. Suelen asociarse con el gusto, con olores y sonidos. Y desde luego son la clave para llamar la atención y hacer que un diseño sea memorable.<sup>24</sup>

## Manual de Identidad gráfica institucional

Para entender lo que es un manual de Identidad gráfica institucional recaudaremos las definiciones dadas por agencias publicitarias, estudios de diseño gráfico o diseñadores gráficos freelance que se especializan en el desarrollo de identidades gráficas.

La agencia de marketing NeoAttack<sup>25</sup>, nos define lo siguiente:

Un Manual Corporativo es un documento que recoge todas las normas de uso para la aplicación gráfica de tu marca. Es decir, recoger toda la identidad visual de la empresa.

Es una guía completa que detalla cómo es el logotipo de nuestra marca y cómo deben aplicarse los distintos elementos gráficos que la conforman, en los distintos soportes, tanto impresos como digitales, para garantizar la coherencia comunicativa y visual.

Cualquier empresa, con independencia de su tamaño, necesita crear piezas de comunicación de forma bastante habitual, ya sea para un simple folleto, imágenes para Instagram o un anuncio de publicidad.

Todo esto implica plasmar visualmente tu marca en cada pieza y gracias al manual de marca podrás facilitarle toda la información necesaria al respecto, al diseñador o a la agencia que contrates, para poder desarrollar dichas creatividades.

Así que por un lado, el manual corporativo te permite recopilar de una sola vez todos los códigos de color, nombre de las tipografías y estilos gráficos en general, para que cualquiera tenga acceso a ello, en cualquier momento y de forma inmediata.

Patricia Nuño de Emprende pyme.net<sup>26</sup>, nos da la siguiente definición:

El concepto de manual de identidad corporativa es muy sencillo, puesto que hace referencia a un documento que describe de forma detallada, concisa y estructurada los principales elementos gráficos de tu marca y, además, explica cómo deben aplicarse visualmente, tanto en el mundo offline como online.

Una empresa proyecta una imagen corporativa, tanto interna como externamente, integrando ello multitud de elementos. Por eso, es fundamental dar orden a todos ellos y tenerlos

plasmados en un único documento que nos ayude y explique cuándo usar y de qué forma cada uno de esos elementos gráficos o visuales. Por tanto, el manual de identidad corporativa pretende normalizar y homogeneizar los parámetros gráficos de la compañía que deben emplearse por todas aquellas personas que por el cargo que ostentan deben hacer uso de ellos. Por ejemplo, responsables de comunicación y marketing o relaciones públicas.

Conociendo estas definiciones podemos ver cuál es la importancia de un manual de identidad gráfica porque es necesario que una empresa, independientemente de su tamaño, tenga un manual. Existen manuales muy desarrollados, con explicaciones extensas de usos y costumbres de los elementos visuales de la identidad de una marca, y manuales más concisos con normas claras que lo explican de manera detallada y concisa.

Sea cual sea su extensión, en él se deben detallar las medidas y proporciones de cada uno de los elementos que lo componen.

Pero realmente, ¿Cuáles son los elementos que componen un Manual de Identidad Corporativa?

22 «Concepto de Logotipo», Neoattack, acceso el 09 de septiembre de 2019, <https://neoattack.com/neowiki/logotipo/>

23 «Tipografías en identidad visual», Aranda estudio, acceso el 09 de septiembre de 2019, <http://aranda-estudio.com/tipografias-identidad-visual-nuevo/>

24 «¿Cómo influye el color en tu Imagen Corporativa?», LN Creatividad y Tecnología, acceso el 09 de septiembre de 2019, <https://www.luisan.net/blog/identidad-corporativa/>

25 «¿Cómo hacer un Manual Corporativo y qué elementos incluir?», Neoattack, acceso el 09 de septiembre de 2019, <https://neoattack.com/como-hacer-un-manual-corporativo/>

26 «¿Manual de Identidad Corporativa», Patricia Nuño, acceso el 09 de septiembre de 2019, <https://www.emprendepyme.net/manual-de-identidad-corporativa.html>

### Plataforma de la marca

Lo primero en el manual corporativo de identidad es incluir a modo de introducción un pequeño resumen de qué es la marca, los valores corporativos, la personalidad de la empresa, la promesa, las características que la definen, cómo vemos y entendemos nuestro negocio.

### El logotipo y sus variantes

En segundo lugar, incluiríamos el logotipo. Si está compuesto por texto e imagen, separar cada uno y explicarlo. También hay que especificar si tiene más de una versión, y en este caso, cuándo se usa cada una de ellas, por ejemplo el logo principal puede ser de forma horizontal y podemos diseñar una variante para usos en vertical.

Además debe aparecer la versión en positivo y negativo del logotipo, para señalar qué variante de color se usa sobre fondo claro y sobre fondo oscuro.

Tamaño mínimo de reproducción y área de seguridad

Debemos indicar el tamaño mínimo en el que se podrá usar el logotipo sin perder su legibilidad, tanto en imprenta como en su uso en web, banners o emails.

El área de seguridad se refiere al tamaño de los márgenes o espacio vacío alrededor del logotipo que debe respetarse siempre y no puede ser ocupado por

otros elementos gráficos, para asegurar la legibilidad del logotipo.

### Usos incorrectos

En este apartado se indica cómo no deben aplicarse los elementos gráficos de la marca. Por ejemplo, deformar el logotipo, cambiarlo de color, añadirle una sombra, aplicarlo sobre un fondo de color que no forma parte de nuestra gama de colores, etcétera.

### Colores corporativos

Tenemos que indicar los colores corporativos. Normalmente, utilizaremos de uno a tres principales y otros secundarios para usarlos en ciertas ocasiones. Conformando una gama de colores armoniosa que definirán nuestra empresa.

Para identificar cada color utilizaremos las referencias tanto para material impreso como para pantalla.

### La tipografía

Lo más habitual es usar dos tipografías, una principal, que suele ser la elegida para el logotipo y que también se usará en titulares, y otra para el resto de textos. En caso de que alguna de las dos sea poco legible, la usaremos sólo en ocasiones puntuales.

### Fotografía

Si la fotografía es un recurso que vamos a utilizar de forma frecuente en nuestras comunicaciones también tenemos que concretar el estilo fotográfico que se va a usar, por ejemplo, siempre fotografía en color o en blanco y negro, que exprese ciertos valores, etc. Y colocar ejemplos.

### Aplicaciones de la marca

En este apartado se indica cómo aplicar el logotipo, las tipografías y el color en las diferentes piezas y formatos publicitarios. Se explican los usos en publicaciones impresas y online.

Es habitual que se pongan ejemplos sobre el diseño a seguir en papelería, es decir, tarjetas de visita, carpetas, sobres, papel de carta, folletos, flyer o las presentaciones en PowerPoint, entre otros.

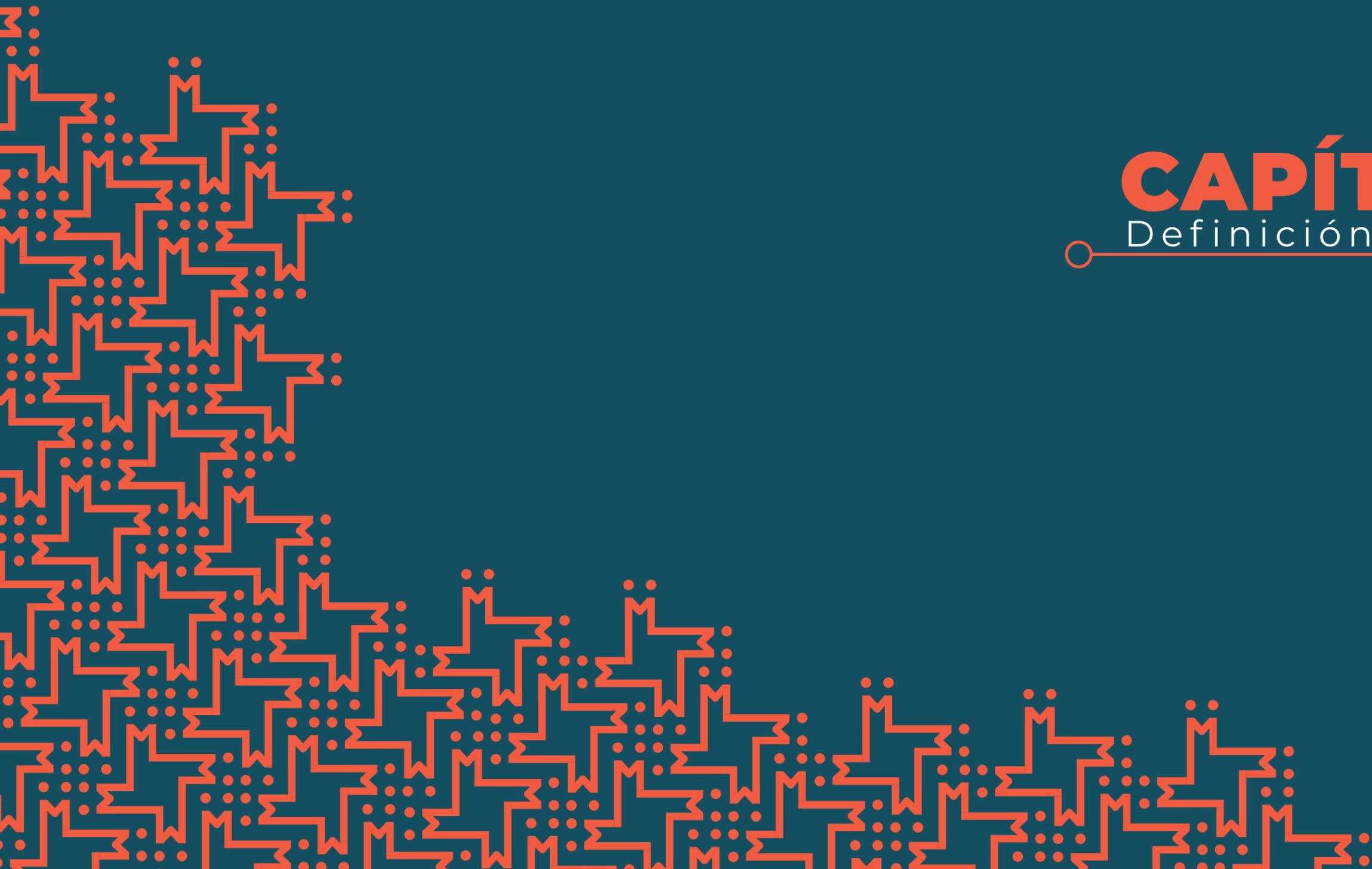
También los usos en todo el material promocional o de merchandising, como camisetas, bolígrafos, cuadernos. Hay un sinfín de opciones, que nos ayudarán a reforzar nuestra imagen de marca

y serán unas u otras según nuestro negocio.

Y por otro lado, en formatos digitales, como en la propia web, el diseño de los e-mailing o la firma del correo corporativo.<sup>27</sup>

Como habíamos mencionado un manual puede ser muy extenso y detallado o simplemente puede ser algo sencillo pero con elementos esenciales para la manipulación de unos de la identidad gráfica. Conociendo todas estas directrices y elementos que son necesarias para la elaboración de una identidad gráfica, demostramos cual es la importancia que le daremos a la realización de este manual de identidad gráfica para la Clínica de Medicina Paliativa.

<sup>27</sup> «¿Cómo hacer un Manual Corporativo y qué elementos incluir?», Neoattack, acceso el 09 de septiembre de 2019, <https://neoattack.com/como-hacer-un-manual-corporativo/>



# CAPÍTULO 5

Definición creativa

## 5.1 Brief de diseño

### Información general

Clínica de Medicina Paliativa, Hospital Roosevelt

**Persona de contacto:** Dra. Ana Morales Gramajo

**Teléfono de contacto:** 2321-7400

**Dirección:** 5ta. calle zona 11, Calzada Roosevelt, Ciudad de Guatemala

### Tipo de proyecto

**Tipo de proyecto a realizar:**

Manual de Identidad gráfica Institucional

**Partes del proyecto:**

- Logotipo con su respectiva línea gráfica
- Manual de normas gráficas
- 16 piezas gráficas

**Tiempo de ejecución del proyecto:**

3 meses, Inicio 01 de agosto, finalizó 31 de octubre.

**¿Cuáles son los objetivos concretos que se pretenden conseguir con este proyecto?**

**General**

Identificar a la Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt con el fin de conocer los servicios de atención a pacientes con enfermedades crónicas no curativas de la ciudad de Guatemala a través de la elaboración de una identidad gráfica institucional.

**Específico de Comunicación**

Comunicar estabilidad institucional a la Clínica de Medicina Paliativa para tener presencia frente a los pacientes que presentan enfermedades crónicas no curativas.

**Específico de diseño gráfico**

Diseñar un manual de identidad gráfica institucional para generar un impacto positivo y responsable a la Clínica de Medicina Paliativa.

### Empresa y filosofía

**Historia de la Institución:**

En el año 2013 el Hospital Roosevelt crea el protocolo de Cuidados Paliativos en el departamento de medicina interna. Fue hasta el 11 de octubre del 2011 que en el Hospital Roosevelt (fecha en que se celebraba el Día Mundial de los Cuidados Paliativos), se realizó la firma del Acuerdo de creación de la Clínica Específica, por el doctor Héctor Barrios, Director Ejecutivo del Hospital.

**Misión de la Institución:**

Mejorar la calidad de la atención prestada a los pacientes en situación avanzada y terminal y sus familiares, promoviendo la respuesta integral y coordinada del sistema sanitario a sus necesidades y respetando su autonomía y valores.

**Valores de la Institución:**

- Derecho al alivio del sufrimiento.
- Valor intrínseco de cada persona como individuo autónomo y único.
- Calidad de vida definida por cada paciente.

- Expectativas del enfermo y familia sobre la respuesta del sistema sanitario a sus necesidades en el final de la vida.
- Solidaridad ante el sufrimiento.

**Descripción de los servicios:**

- Acompañamiento a los pacientes y sus familias basado en sus necesidades.
- Atención integral, accesible y equitativa.
- Continuidad de la atención y coordinación de niveles asistenciales.
- Comunicación abierta y honesta.
- Reflexión ética y participación de los pacientes y sus familiares en la toma de decisiones.

## Problema

Hace dos años, la Clínica de Medicina Paliativa junto a estudiantes de medicina, crearon un logotipo para la clínica. Durante este proceso se realizó papelería corporativa necesaria para la clínica. Pero hubo un inconveniente que hizo que dicho logo no pudiera ser aprobado, debido a que había una similitud visual con la imagen de otra organización, la cual contaba con su manual de normas.

A través de este inconveniente la Clínica de Medicina Paliativa, actualmente, se encuentra sin identidad gráfica que los pueda identificar tanto interna y externamente del hospital y dar a conocer las atenciones que se les brindan a los pacientes que se encuentran atravesando una enfermedad crónica no curativa.

## Público objetivo

Estudiantes, médicos, nutricionistas, psicólogos y licenciados en farmacia con un rango de edad de 21 a 50 años que laboran dentro de la Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt.

## Presupuesto

Para la realización de este proyecto se necesitará un aproximado de Q7,000.00, en la elaboración de un logotipo, manual de identidad gráfica y las 16 piezas de diseño.

## Instituciones análogas

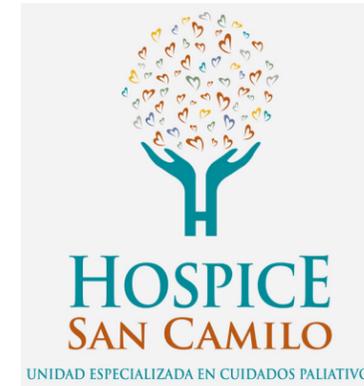
Algunas de las instituciones que prestan los mismos servicios son:

- Hospicio Villa de la Esperanza - Fundación Amar Ayudando
- UNIPALIA - Sanatorio El Pilar
- Liga Nacional Contra el Cáncer (INCAN)
- Unidad Nacional de Oncología Pediátrica (UNOP)
- Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS)

## 5.2 Referentes visuales

Los referentes visuales ayudan en el proceso de diseño como fuentes de inspiración y paso crucial para la búsqueda de la solución al problema de diseño.

Los siguientes referentes visuales son logotipos de Hospitales, Hospicios y Clínicas de Guatemala y a nivel internacional que dan servicios de Cuidados Paliativos.



## 5.3 Definición del Concepto Creativo

El concepto creativo es una frase que se desarrolla a través de diferentes técnicas de conceptualización. Esta frase le da sentido a las piezas gráficas a desarrollar. Es la solución al problema encontrado. El concepto es una forma visible en el que se incluye, el color, la tipografía, la diagramación, y todo elemento visual que se utilizará para las piezas gráficas

Por ello para el desarrollo de este proyecto se utilizaron 3 técnicas de conceptualización: Relaciones forzadas, mapas mentales y conexiones morfológicas forzadas.

### Relaciones forzadas:

Método creativo desarrollado por Charles S. Whiting en 1958. Su utilidad nace de un principio: combinar lo conocido con lo desconocido fuerza una nueva situación.

Este método consiste en encontrar un punto en común entre dos palabras que no tiene similitud alguna, partiendo desde un objetivo creativo y con la selección de palabras o ideas aleatorias externas del objetivo.

Para el desarrollo de este método se utilizó:

- Cuidados Paliativos – Objetivo creativo
- Juguetes – Palabra aleatoria

Cuidados Paliativos	Juguetes
Control de dolor	Sólidos
Asistencia personal	Fomento de la imaginación
Soporte familiar	Diferentes texturas
Apoyo del equipo	Diferentes tamaños
Mejorar la calidad de vida	Maniobrables

En la relación forzada de estas palabras se encontraron los siguientes conceptos:

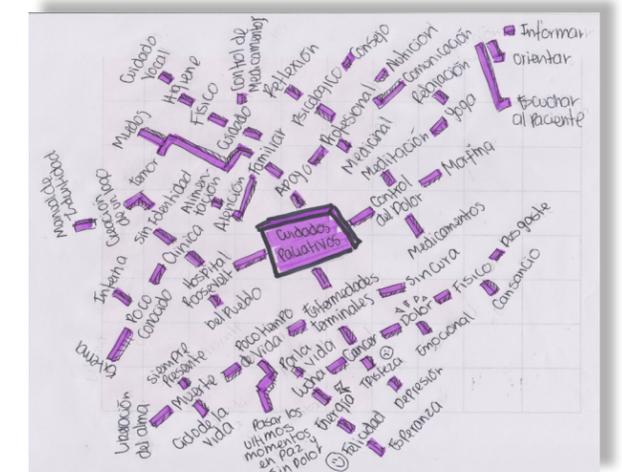
- Grandes soportes
- Vida solida
- Sólido apoyo

Después de obtener los conceptos a través de esta técnica se seleccionó **Grandes Soportes**, para ser evaluada al finalizar el proceso de conceptualización.

### Mapas mentales:

Es una técnica popularizada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation.

Esta técnica consiste en colocar el problema o asunto más importante al centro de la hoja, los temas principales relacionados con el problema salen desde la imagen central de forma ramificada y de esos temas parten imágenes o palabras claves que trazamos sobre líneas abiertas, sin pensar, de forma automática pero clara.



En la elaboración de estas técnicas se encontraron los siguientes conceptos:

- Cáncer sin miedo
- Dolor con esperanza

Después de obtener los conceptos a través de esta técnica se seleccionó **Dolor con Esperanza**, para ser evaluada al finalizar el proceso de conceptualización.

### Relación morfológica forzada:

Técnica propuesta por Koberg y Bagnall que en realidad es la suma de los principios básicos de dos técnicas: el "Listado de Atributos" creado por R. P. Crawford y las "Relaciones Forzadas" de Charles S. Whiting.

Su finalidad es muy potente porque en una primera fase facilita que surjan ideas sobre aspectos que no habíamos tenido en cuenta y en la segunda provoca analogías muy inspiradoras.

Su función es descomponer el objetivo creativo en componentes, listar cada com-

ponente en distintos aspectos o partes y conectar al azar diversos aspectos de varios componentes. Provocando conexiones muy estimulantes que generan ideas muy inusuales.

Para la realización de esta técnica se elaboró lo siguiente:

Componentes	Apoyo al paciente y familia	Calidad de vida	Control del dolor
Aspectos	Psicológicos	Emocional	Medicamentos
	Medicinal	Nutricional	Meditación
	Moral	Física	_____
	Enfermedad	_____	_____

Para obtener los conceptos se realizaron las siguientes conexiones:

**Medicina + Físico + Meditación=**

- Fórmula secreta
- Relajación Profunda

**Meditación + Enfermedad=**

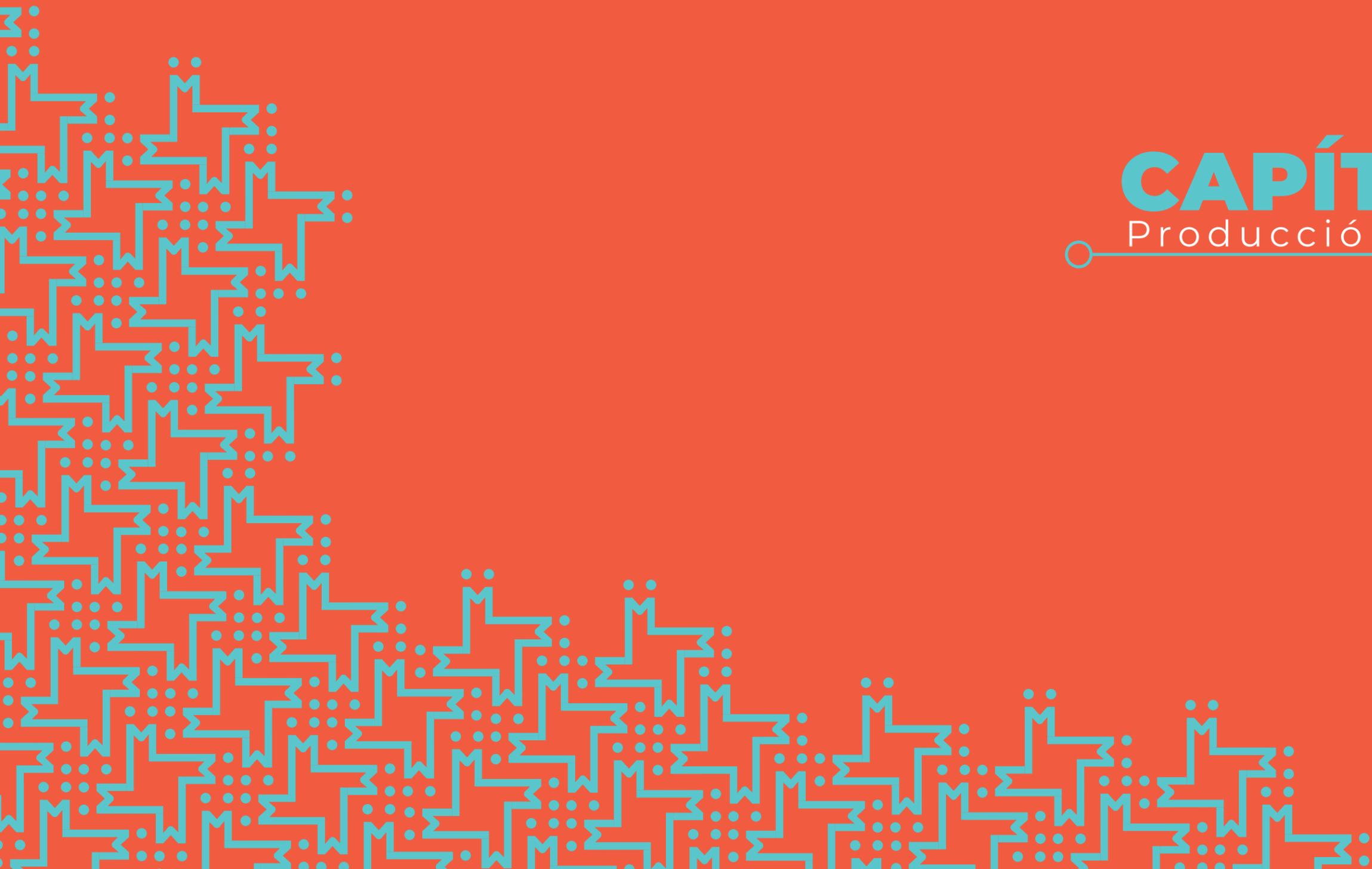
- Conexión Interna

Después de obtener los conceptos a través de esta técnica se seleccionó **Conexión Interna**. Al seleccionar un concepto por cada técnica, se analizó cada uno para seleccionar el más apropiado para plasmar gráficamente a la Clínica de Medicina Paliativa

# CONEXIÓN INTERNA

### Concepto creativo seleccionado

Este concepto está basado en las conexiones que hay entre paciente, familiar y Cuidados Paliativos. Cada uno de ellos desarrolla internamente una conexión emocional, tanto como de apoyo y confianza, como de fuerza, energía y alivio, ya que los Cuidados Paliativos buscan apoyar al paciente con su enfermedad y a los familiares durante todo el proceso y hacerles saber que no están solos durante toda esa lucha.



# CAPÍTULO 6

Producción gráfica

## 6.1 Nivel 1 de visualización

### Propuestas iniciales

La primera etapa de visualización consiste en realizar una serie de bocetos a mano para la creación del logotipo, visualizando el concepto creativo Conexión interna.

Posteriormente, realizamos un auto y coevaluación en la que se analizaron las propuestas realizadas a través de una matriz de evaluación.

Para realizar las propuestas iniciales se utilizara la mariposa como objeto principal para el desarrollo del logotipo para la clínica, ya que la representación de la mariposa en los Cuidados Paliativos tiene un significado importante. Según la pionera Kubler Ross (Pionera del movimiento de Cuidados Paliativos) decía que cuando hemos realizado la tarea que hemos venido hacer en la tierra, se nos permite abandonar nuestro cuerpo, que aprisiona nuestra alma al igual que el capullo de seda encierra a la futura mariposa. Llegado el momento, podemos marcharnos y vernos libres del dolor, de los temores y preocupaciones, libres como una bellísima mariposa.<sup>28</sup>

Antes de iniciar con el proceso de los bocetos a mano se hizo un análisis de las partes de una mariposa:

1. Se realizó una separación de las partes principales (alas y cuerpo) (Figura 1).
2. Se colocaron figuras básicas como círculos, rectángulos y triángulos para formar una mariposa y analizarla geométricamente (Figura 2).

28 «Las Mariposas de Elisabeth Kübler-Ross», La Web de Dani, acceso el 08 de octubre de 2019, <http://danielortizmuniz.com/mariposa.html>

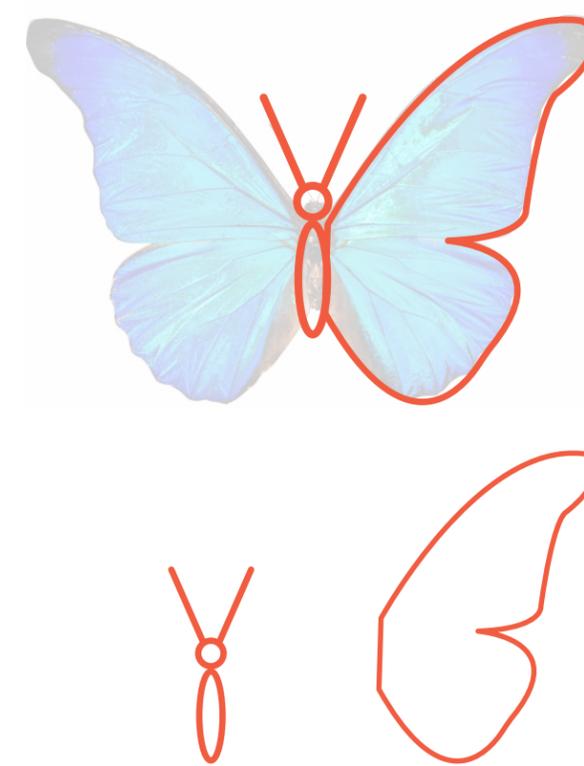


Figura 1: Estrada, Karla. *Partes de una mariposa*. 2019

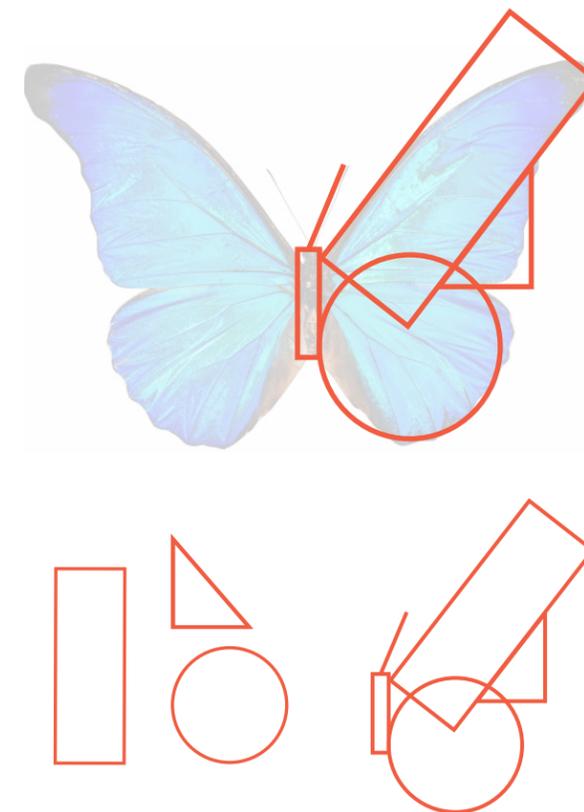
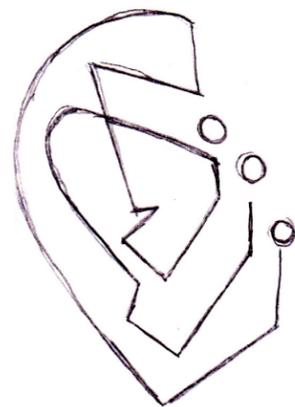


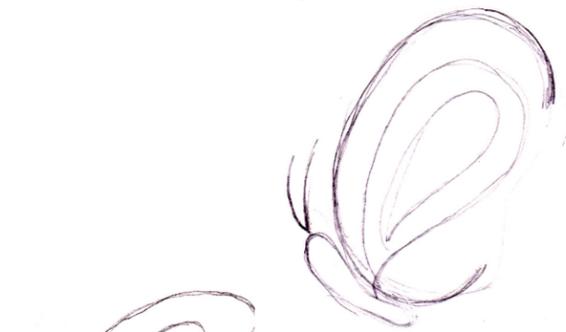
Figura 2: Estrada, Karla. *Análisis geométrico*. 2019



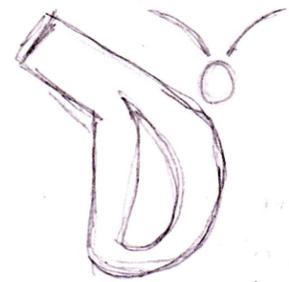
La siguiente imagen muestra los bocetos realizados a mano de los logotipos que se obtuvieron. Utilizando las figuras geométricas y las partes de la mariposa extraído anteriormente.



MEDICINA  
PALIATIVA  
Hospital Roosevelt



MEDICINA  
PALIATIVA  
Hospital Roosevelt



MEDICINA  
PALIATIVA



MEDICINA  
PALIATIVA  
Hospital Roosevelt

## Autoevaluación

Al tener las propuestas realizadas del logotipo se procedió a realizar una auto-evaluación, valorando diversos aspectos de cada una por medio de una matriz (Véase anexo 1) teniendo como calificación más alta 5, y como la más baja 0, con los siguientes criterios:

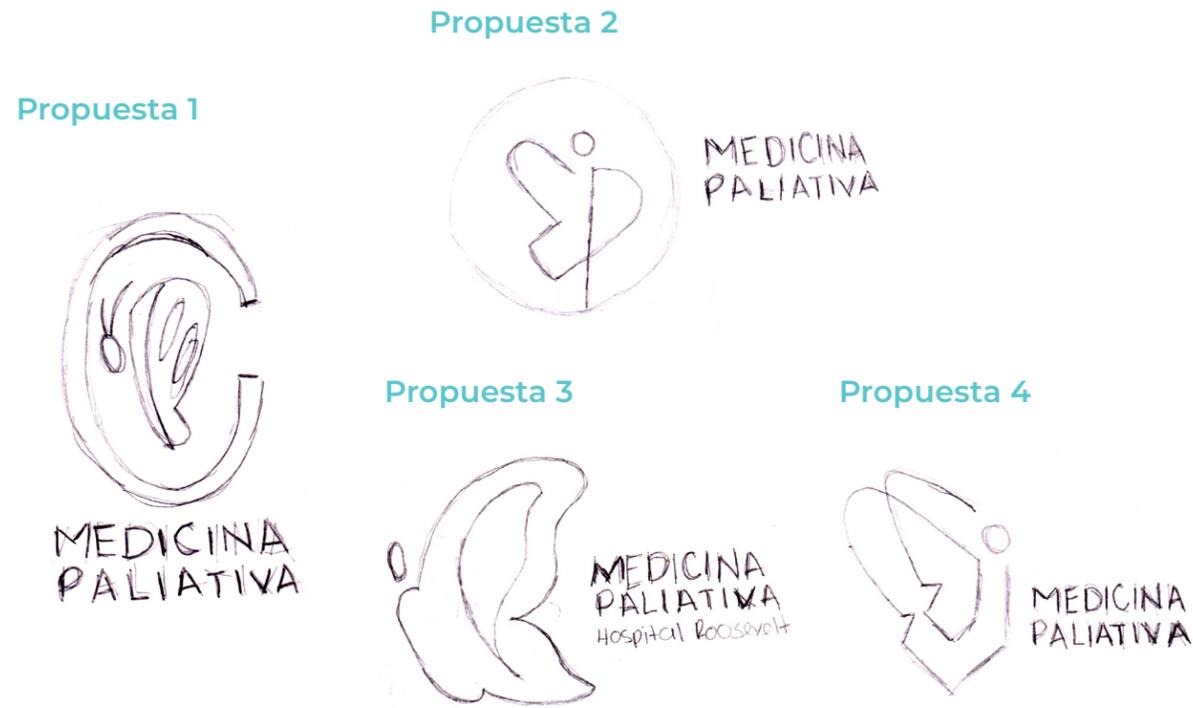
- **Pertinencia:** en relación al contexto en que las propuestas podrían llegar a ser implementadas.
- **Memorabilidad:** capacidad que posee el boceto de ser recordado en contraste con el resto de ideas presentadas.
- **Fijación:** el impacto que la propuesta produce en primera instancia a nivel visual.
- **Legibilidad:** velocidad y facilidad con la que puede leerse un texto.
- **Composición:** disposición de elementos en un formato determinado.
- **Abstracción:** síntesis visual, reducción de elementos innecesarios.
- **Estilización:** aplicación de un estilo definido a la percepción de una solución gráfica.
- **Identidad visual:** características que vuelven única a la propuesta en relación con otras aplicadas a problemas similares.

Según los resultados obtenidos en la evaluación y con los criterios antes descritos se concluyó lo siguiente:

- Se determinó que la composición y abstracción del isotipo es confusa y muy detallada, se deberá de trabajar una mejor abstracción de la mariposa, mostrando una mejor legibilidad del isotipo.

## Propuestas finales del nivel 1 de visualización

Posterior a los resultados que se obtuvieron en la autoevaluación, se realizaron las correcciones encontradas, obteniendo las siguientes propuestas:



En estas propuestas finales se realizaron los cambios en los cuales se hizo un mejor uso de las figuras geométricas y proporcionando una mejor legibilidad al isotipo, eliminando elementos y corrigiendo las formas extraídas de la mariposa para su legibilidad, sin perder la forma esencial de una mariposa.

### Coevaluación

Se procedió a realizar una coevaluación con compañeros del mismo ciclo, valorando los mismos aspectos mencionados en la Auto-evolución con una calificación más alta 5, y como la más baja 0.

Dando como resultados de mayor puntaje las propuestas 3 y 4, reflejando muy bien los criterios evaluados.

## 6.2 Nivel 2 de visualización

Después de las evaluaciones realizadas en la primera etapa, se procede a realizar la digitalización de los logotipos con la implementación de tipografía y el color celeste, verde y naranja utilizados anteriormente en el primer logotipo de la Clínica de Cuidados Paliativos, debido al respectivo significado que estos transmiten.

### Propuestas digitalizadas del logotipo:

#### Propuesta 1:

Haciendo uso del concepto conexión interna, dentro de la mariposa se crea una conexión entre sus dos alas, realizando un solo trazo para todo el isotipo. En cada ala se intenta reflejar la unión entre paciente y paliativos.

En cuanto a la tipografía, una familia tipográfica san serif, legible, con terminaciones rectas, acorde al isotipo, transmitiendo confianza y estabilidad.



#### Propuesta 2:

Haciendo uso nuevamente de la mariposa, en esta propuesta se realizó una versión ornamental en la cual su centro es la representación del paciente y el exterior a los paliativos, reflejando una conexión interna entre estas dos partes.

Para esta propuesta la tipografía es una combinación de serif, con sus bucles mixtos y sus serifas curvas acordes a las curvas que presenta el isotipo con el uso de una segunda tipografía san serif.



### Evaluación del logotipo con expertos:

Se encuestó a 4 expertos en el medio de forma presencial, en la que se explicaron las etapas del proceso, iniciando con el contexto, problema de comunicación y el concepto utilizado. A cada experto se le dio una hoja de evaluación (Véase anexo 2) y posterior a eso realizaron sus comentarios constructivos de las propuestas mostradas.

Como resultado de esta evaluación se determinó lo siguiente:

**Concepto:**

El concepto se reflejaba muy bien en la pieza evaluada, se observa la conexión interna que hay dentro de la Mariposa (gráficamente).

**Símbolo:**

El símbolo de la mariposa no les connota los Cuidados Paliativos, ya que si eres una persona externa del área no sabes el significado que esta transmite y se analizó que muchas otras instituciones utilizan el mismo símbolo, haciendo que este no sea distintivo de los demás.

**Color:**

Los colores utilizados son muy llamativos, esto hace que no se logre transmitir la paz, tranquilidad, confianza y seguridad que transmite la clínica. Se determinó hacer un mejor uso de los colores utilizando solamente los colores complementarios.

**Tipografía:**

La tipografía se determinó que el uso del san serif es legible al momento de disminuir el logo a su tamaño mínimo, posee coherencia y transmite seguridad y confianza, por lo cual la tipografía seleccionada es de la propuesta 1.

## 6.3 Nivel 3 de visualización

En la realización de este nivel de visualización se realizaron cambios drásticos en el logotipo, partiendo desde el inicio, ya que se realizaron los cambios obtenidos por la validación con los expertos, pero el grupo objetivo optó por seguir con el uso de la mariposa en el logotipo. Con estos nuevos cambios se analizó nuevamente la anatomía de la mariposa (Figura 3), así como el capullo de la misma (Figura 4), complementando el isotipo con el uso de las iniciales de Medicina Paliativa (M y P) y haciendo uso de una de las leyes de la Gestalt, figura fondo.

Las leyes de la Gestalt son las que nos explican el origen de la percepción a partir de estímulos.

Nuestro cerebro tiende a separar el fondo de los demás elementos importantes, esto quiere decir que no existe figura sin un fondo que lo apoye, obteniendo así la ley de figura-fondo.

Al realizar el nuevo análisis de la mariposa se observó que entre sus alas y el cuerpo se formaba una M, el cual representaría la inicial de Medicina, y con la ley figura fondo se crearían dos personas entrelazando sus manos (Figura 5), representando así, al paciente y a la clínica paliativa.

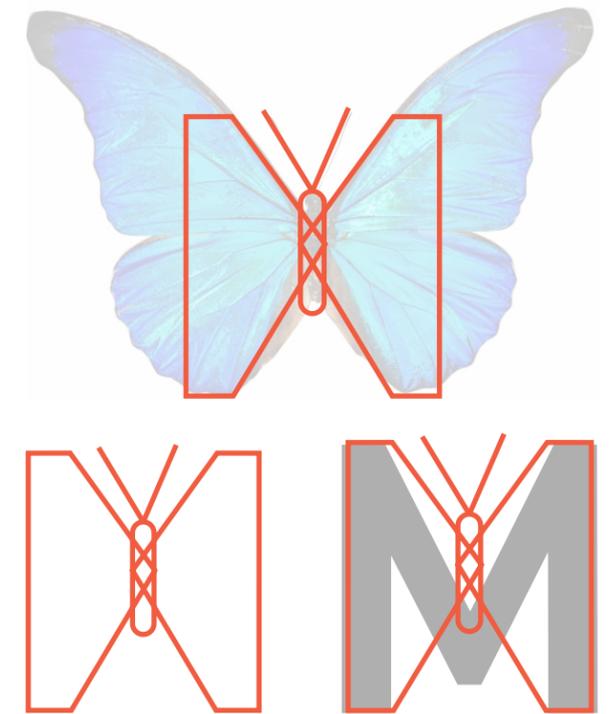
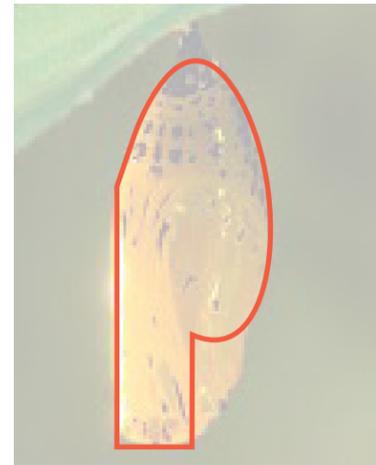


Figura 3: Estrada, Karla. Síntesis de Mariposa. 2019



Al sintetizar el capullo se observó que se formaba una letra P, el cual servirá para la representación de la inicial de paliativos.

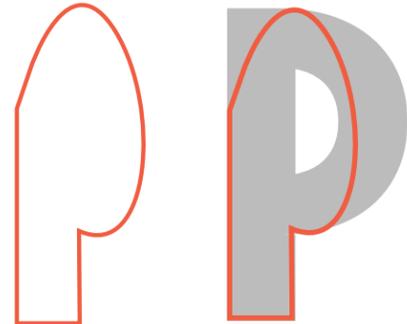


Figura 4: Estrada, Karla. Síntesis de capullo. 2019



La siguiente imagen muestra los bocetos realizados a mano de los logotipos que se obtuvieron tras el análisis realizado anteriormente.

Figura 5: Estrada, Karla. Bocetos figura-fondo en isotipo. 2019

### Propuestas digitales

La siguiente imagen muestra los logotipos digitalizados, después de haber realizado una auto-evaluación a través del instrumento de validación (anexo 1) utilizado en el nivel 1.



En la evaluación se determinó la siguiente propuesta:



Según los criterios evaluados se determinó que la síntesis visual fue muy bien desarrollada, creando así una buena memorabilidad y fijación en la pieza.

Para el desarrollo de esta propuesta se utilizó la anatomía tipográfica de la letra M para abstraer y crear la silueta de dos personas conectadas que representan al paciente y la familia, para la representación de Paliativos se utilizó la inicial P, el cual rodea intermitente y conecta con la letra M, creando así el apoyo y confianza que representa la medicina Paliativa para el paciente y la familia. Y así haciendo uso del concepto creativo "Conexión Interna"

#### Colores utilizados:



Los colores utilizados fueron colores complementarios, haciendo uso de la gama cromática del azul para transmitir confianza, seguridad, libertad y paz, que denotan la familia y paliativos, la utilización del naranja transmite vitalidad, la energía que demuestra el paciente al vivir con una enfermedad crónica.

### Evaluación con expertos

Antes de realizar la evaluación con el grupo objetivo, se realizó nuevamente una evaluación tipo asesoría con 3 de los expertos que ayudaron en la evaluación previa.

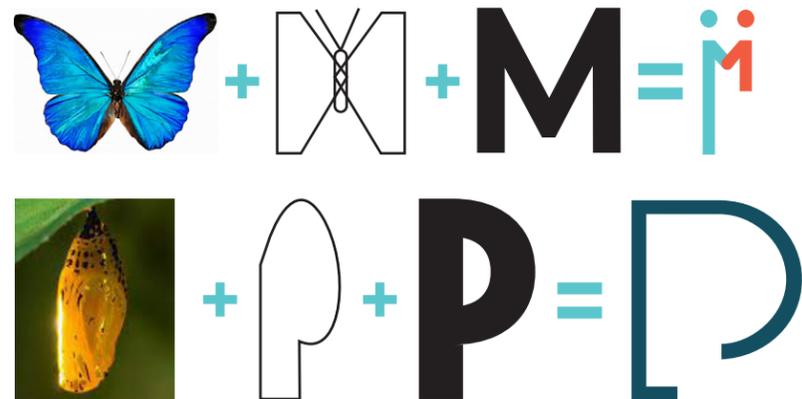
En la cual se determinó que el isotipo refleja con mayor visualización el significado de la Medicina Paliativa, la utilización de los colores es más sutil y transmiten confianza y vitalidad.

Como resultados se recomendó realizar una adaptación de las letras M y P con la anatomía de la tipografía Montserrat, para lograr unificar el isotipo y crear un equilibrio entre el isotipo y la tipografía.

### Propuesta final



### Síntesis Visual



### Definición del Isotipo:



Utilizando una de las leyes de la Gestalt, figura fondo, sintetizando una mariposa, unificada con la letra M, según su anatomía tipográfica. Se obtuvo así la forma de dos personas conectadas y/o entrelazadas de las manos, como representación del paciente y la familia como apoyo mutuo.



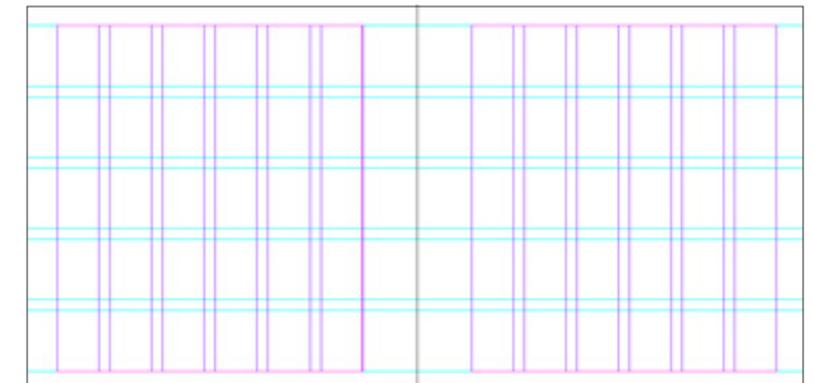
Síntesis de capullo con adaptación de la letra inicial P con sus rasgos anatómicos tipográficos. Obteniendo la representación del apoyo, ayuda y fortaleza que proporciona los Paliativos.

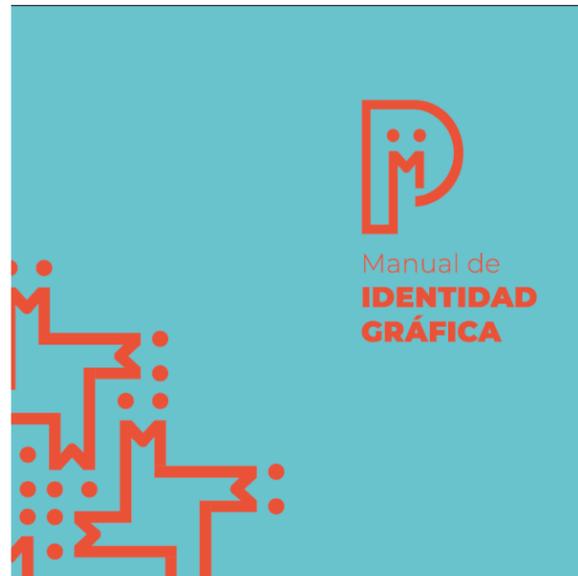
### Manual de Identidad

Al obtener un logotipo ya estructurado y validado, se llevó a cabo el desarrollo y diagramación del manual de identidad gráfica, para ser evaluado y validado nuevamente por expertos, ya que ellos conocen el contexto abordado y el concepto utilizado.

### Propuesta de retícula:

Se utilizó una retícula de columnas de 6x5 con un medianil de 0.25 pulgadas, en un formato cuadrado de 9x9 pulgadas. Con un margen de 0.5 pulgadas en la parte superior e inferior, 0.75 pulgadas en la parte externa y 1.25 pulgadas en la parte interna.



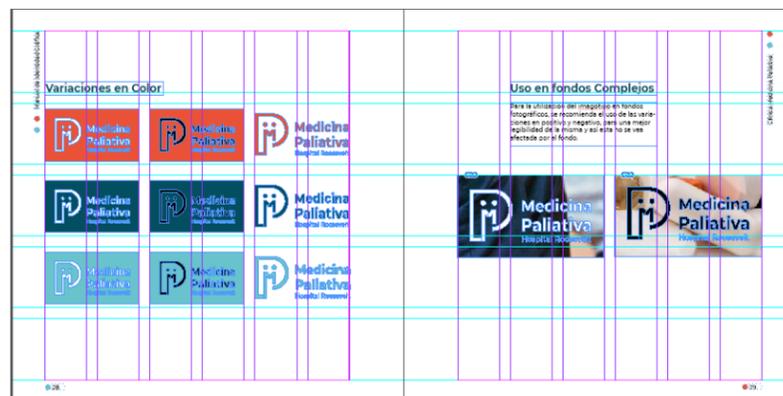
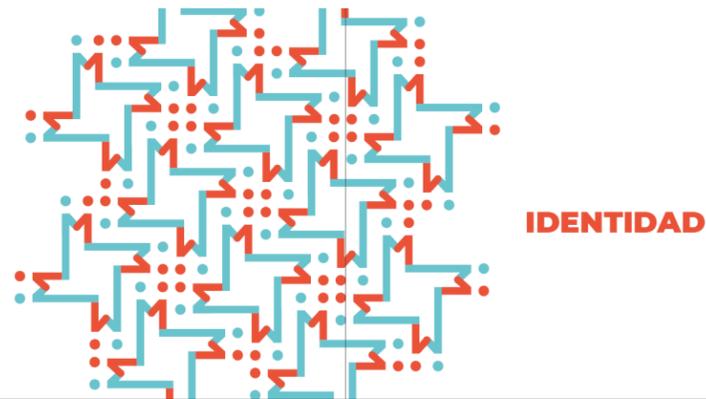


### Propuesta de portada

En la elaboración de la portada se utiliza el isotipo sin el nombre de la Clínica de Medicina Paliativa, esto para que se vaya conociendo acerca de que se trata el manual. Se colocó una parte del patrón para crear una composición equilibrada en la portada.

### Propuesta de portadilla

Para las portadillas se colocó el patrón para que abarcara las dos páginas y denotaron conexión entre ellas, colocando el titular de cada capítulo centrado horizontal, justificado a la derecha.

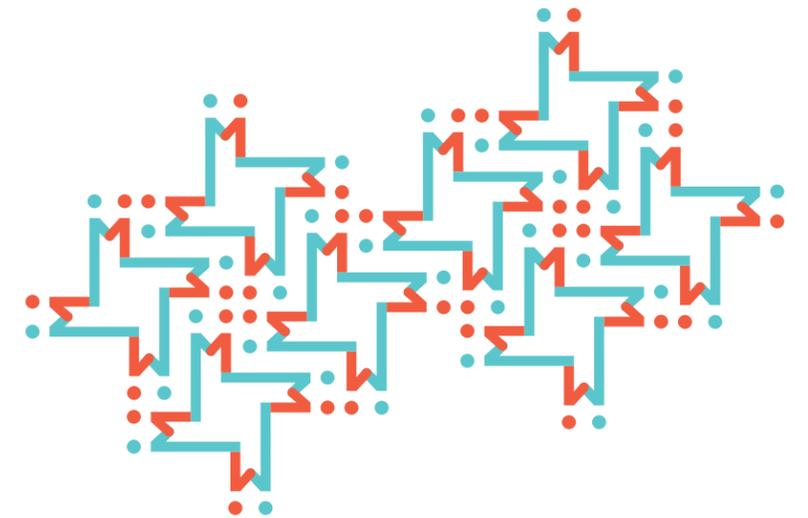


### Propuesta de página interna

En las páginas internas se hizo uso de la retícula establecida para tener un orden en la colocación de cada elemento dentro de la página y mantener un buen recorrido visual.

### Propuesta de patrón

El patrón utilizado está elaborado a través de una parte del isotipo y connota el concepto conexión interna. El uso del patrón se utilizó para reforzar el concepto dentro del manual de identidad gráfica y crear una unión con las aplicaciones a diseñar.



### Resultados

#### Concepto:

El concepto se ve reflejado en el manual de normas gráficas por lo tanto se concluye que el concepto unifica y es parte de la elaboración del manual de normas gráficas.

#### Tipografía:

La tipografía es fácil de comprender y legible, posee coherencia y evita que el lector se canse al momento de leer los cuerpos de texto. Al utilizar la tipografía del logotipo crea unidas entre estas dos piezas gráficas.

#### Formato:

Al utilizar un formato más pequeño de lo convencional, refleja una mejor unión y armonía con los elementos y la diagramación de los textos.

#### Patrón:

El uso del patrón atrae la atención en las portadillas, sin embargo, en las páginas internas creaba mucho desequilibrio, por lo que se sugirió no hacer uso de el en las páginas.

Al obtener buenos resultados con los expertos con las piezas evaluadas, se procedió a realizar la evaluación con el Grupo objetivo.

## Evaluación con el grupo objetivo

Se encuestó a los 3 miembros del grupo objetivo, que son lo que forman la Clínica de Medicina Paliativa. Se les dio una hoja de evaluación (Véase anexo 3) y posteriormente se recibieron opiniones acerca de las propuestas gráficas.



Figura 6: Estrada, Karla. Validación con en el grupo objetivo. 2019

## Resultados

### Concepto:

Se logró captar el concepto en el isotipo, por lo que no hubo ningún problema en su legibilidad.

### Manual de identidad gráfica:

Se obtuvieron muy buenos resultados, la propuesta les pareció muy acorde, solamente solicitaron especificar muy bien cada elemento que hay dentro del manual.

### Isotipo:

Posterior a mostrarles el proceso de abstracción de la mariposa y del capullo, para la realización del isotipo, les pareció muy bien ejecutado, se logró transmitir el apoyo que la Clínica de Medicina Paliativa brinda a los pacientes y sus familiares

### Color:

El uso del color es el apropiado, el naranja hace resaltar la vitalidad del isotipo y al haberlo implantado para representar al paciente tiene un mejor impacto. Se logró reflejar el apoyo y confianza con el uso del color azul en escala cromática.

### Tipografía:

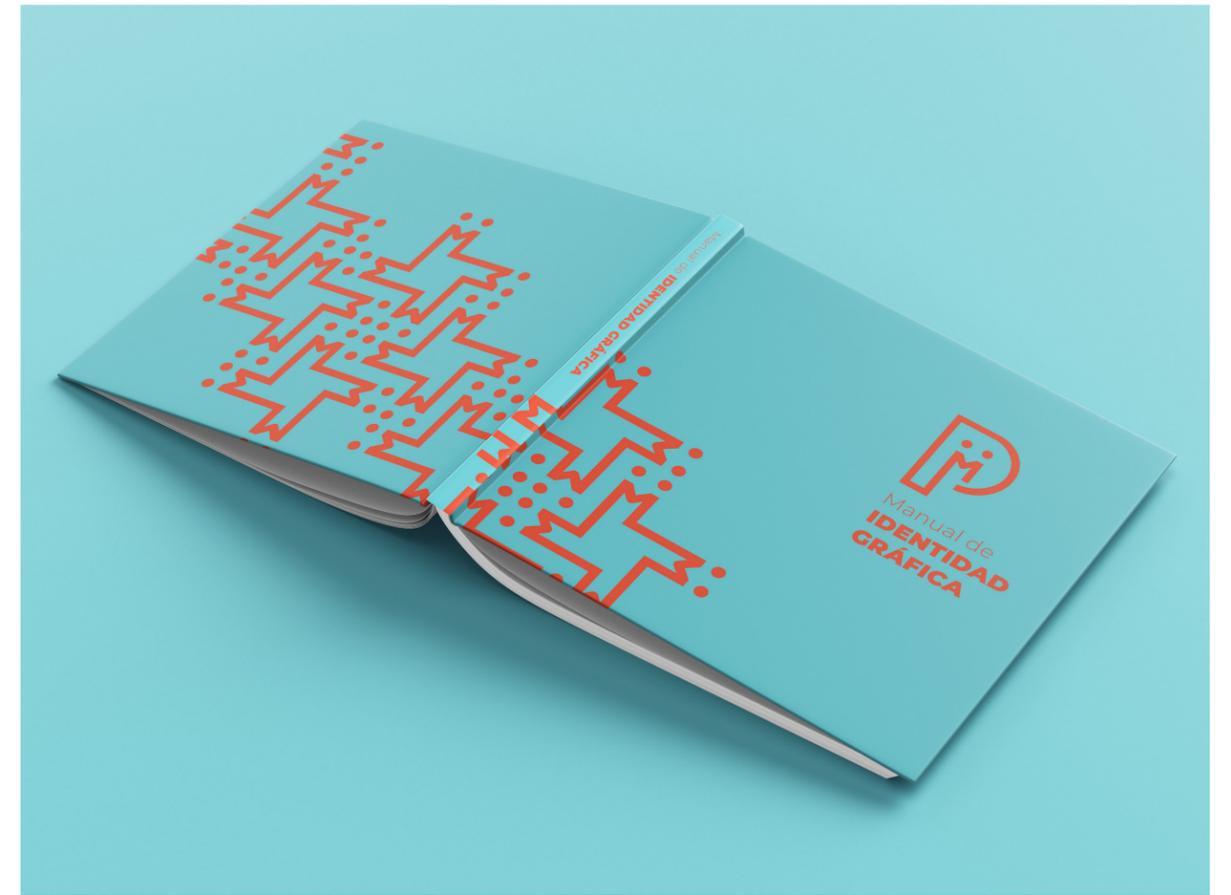
La tipografía les pareció legible y apropiada para la Clínica de Medicina Paliativa, ya que resalta muy bien la confianza que se transmite.

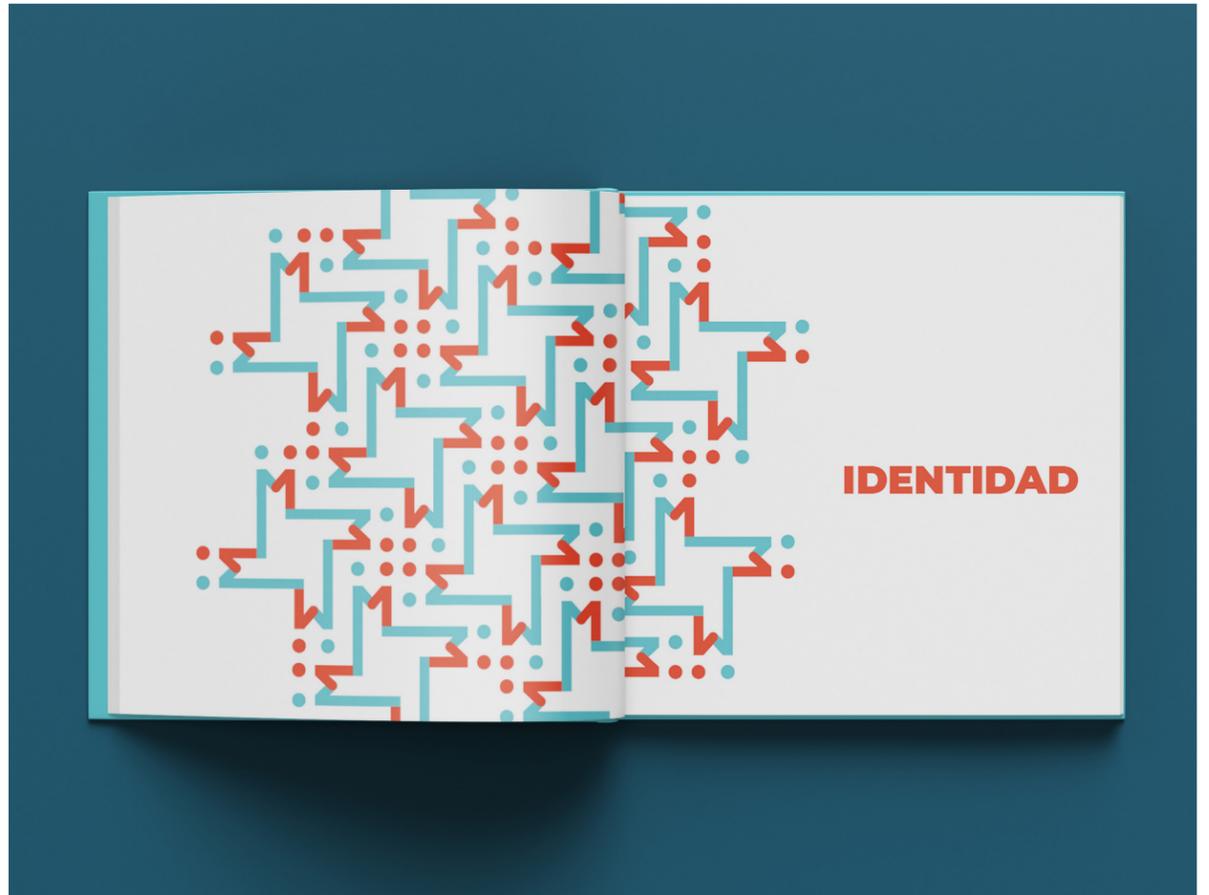


**MONTSERRAT**

## ● 6.4 Propuesta final

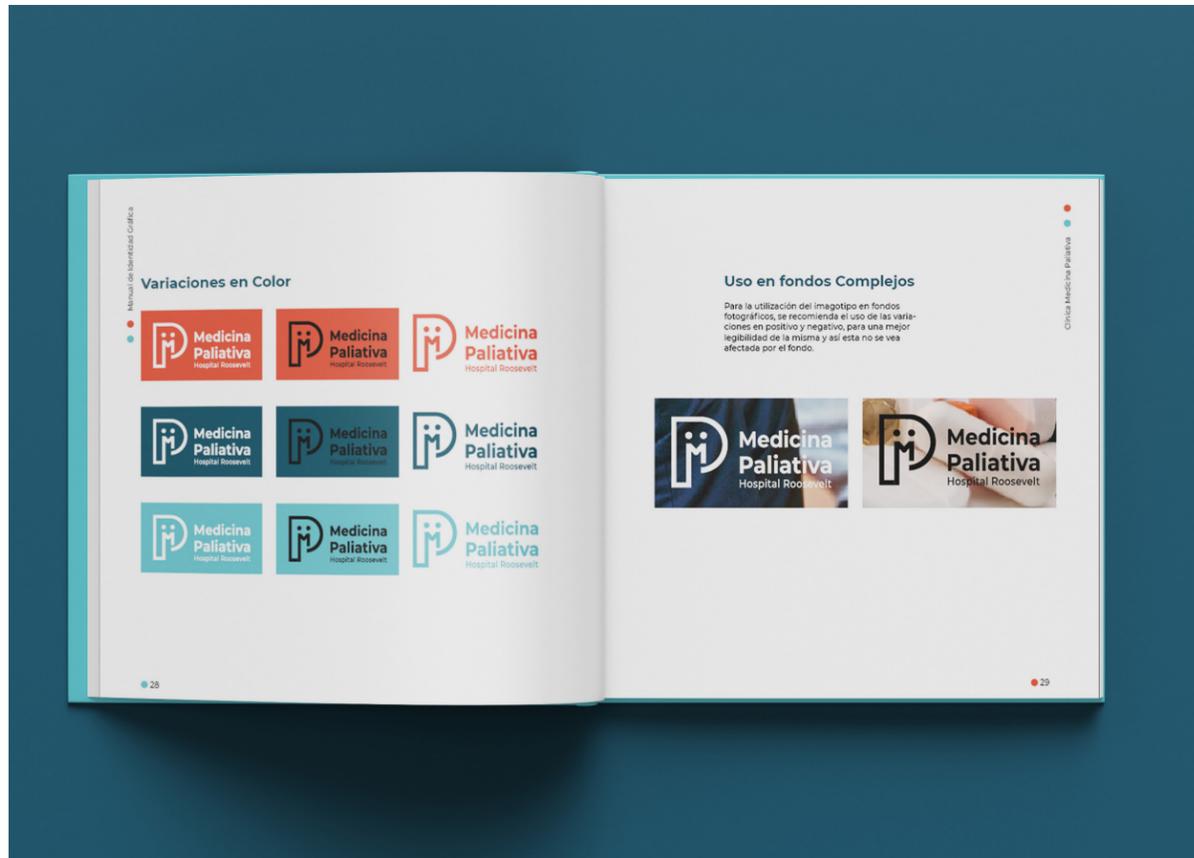
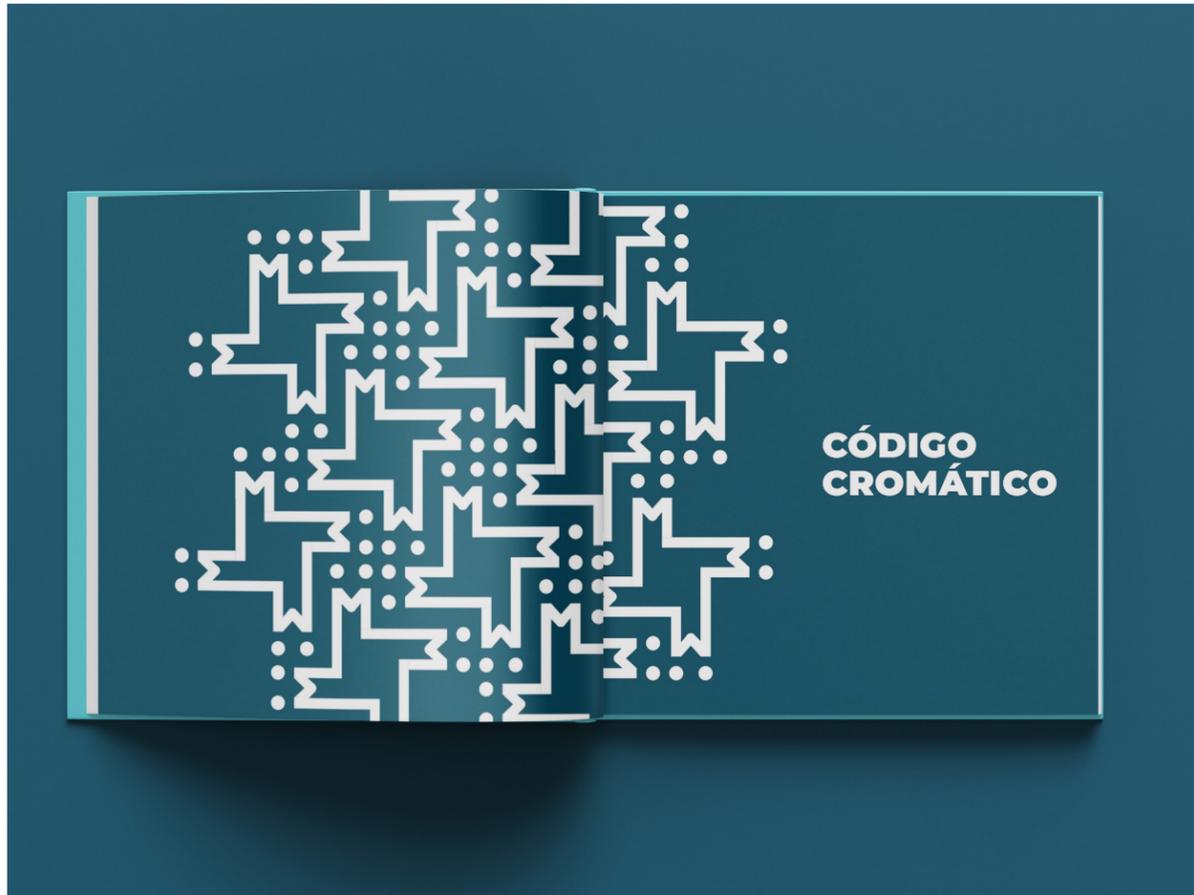
A continuación se presenta la propuesta final obtenido a través de todo el proceso de visualización. Se podrá observar la portada, portadillas y las páginas internas del manual de identidad gráfica.

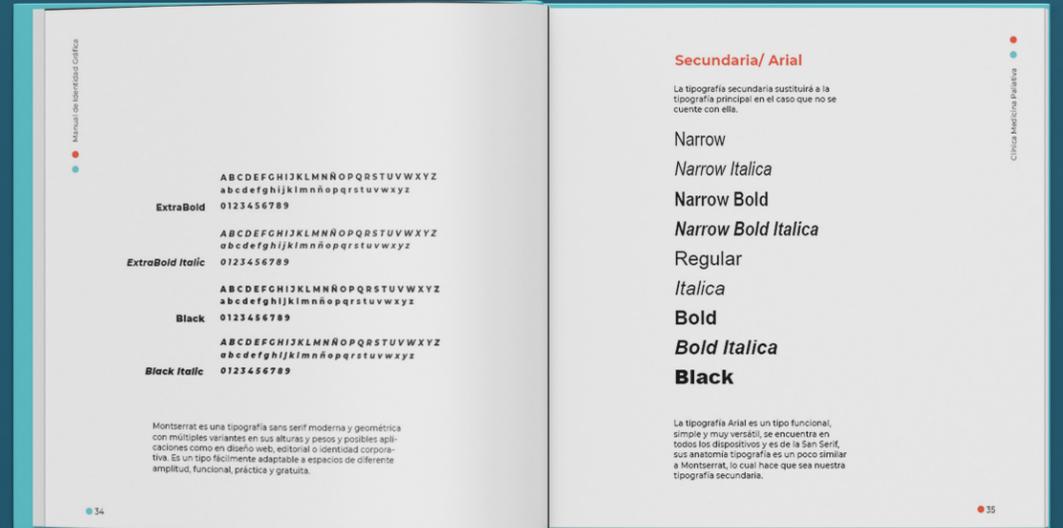
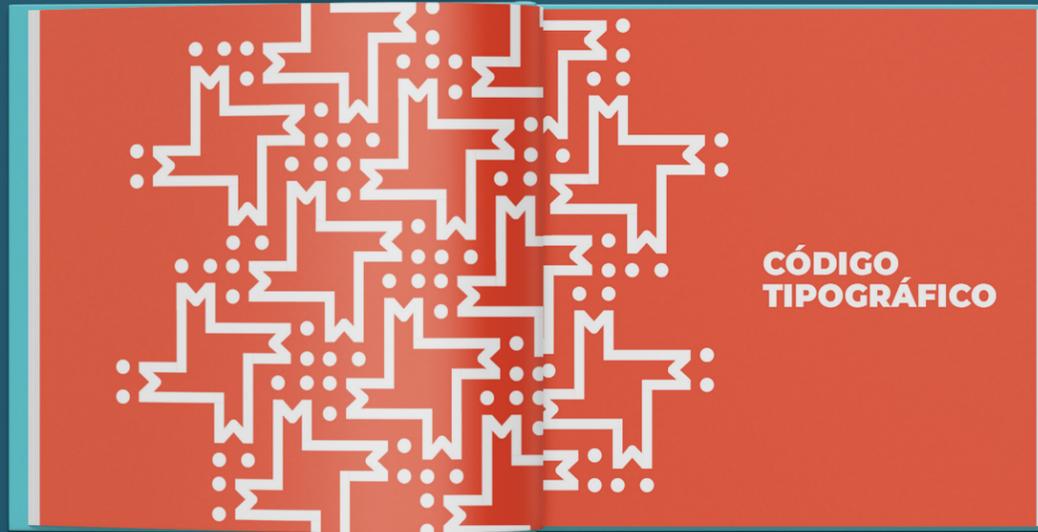














## ELEMENTOS GRÁFICOS



### Iconos

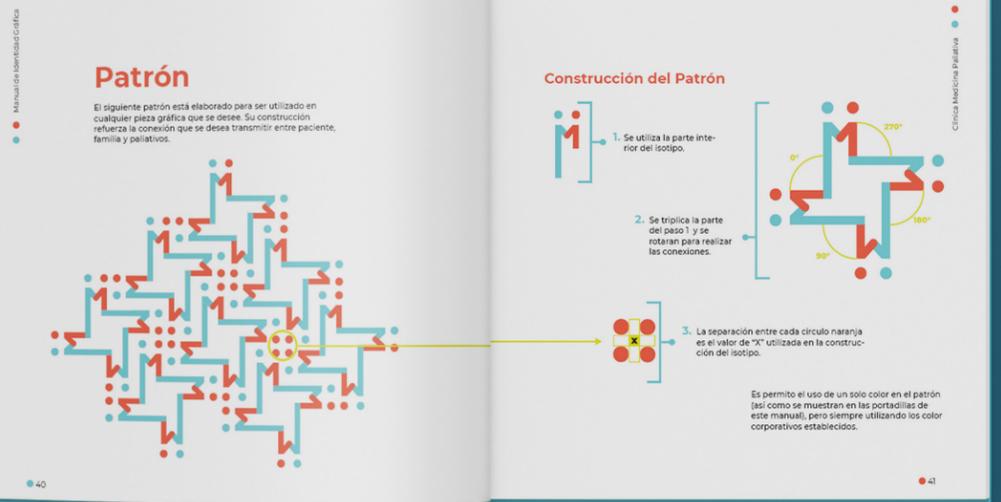
Los iconos a utilizar será flaticon, vectoriales y geométricos, estos serán utilizados en materiales informativos o refuerzo de algún concepto.



### Iconos de Contacto



El color y fondo de los iconos puede variar, dependerá de lo que se esté trabajando, por ello es recomendable guiarse por los contrastes dados en este manual. Solo se permite el uso de los colores corporativos.



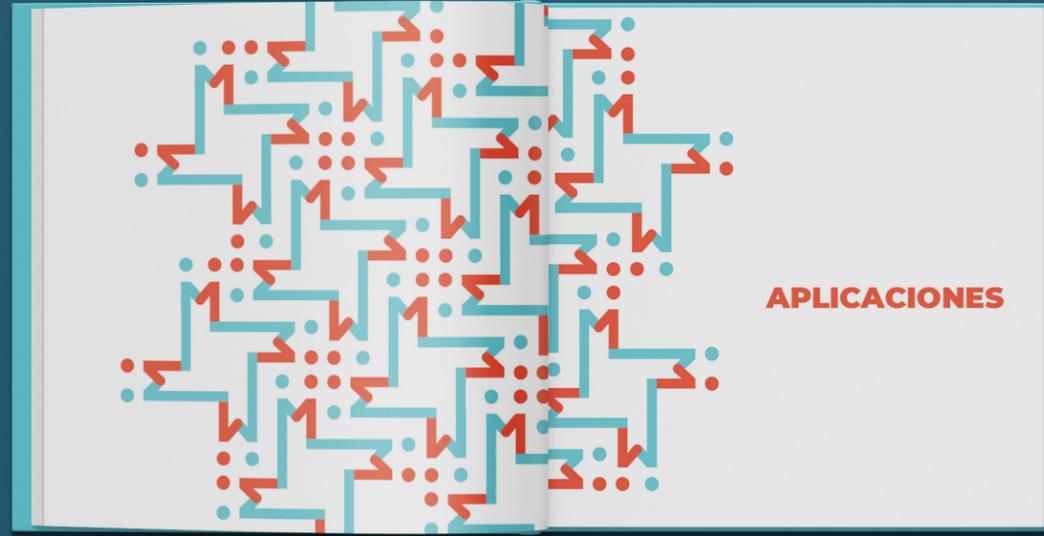
### Patrón

El siguiente patrón está elaborado para ser utilizado en cualquier pieza gráfica que se desee. Su construcción refuerza la conexión que se desea transmitir entre paciente, familia y paliativos.

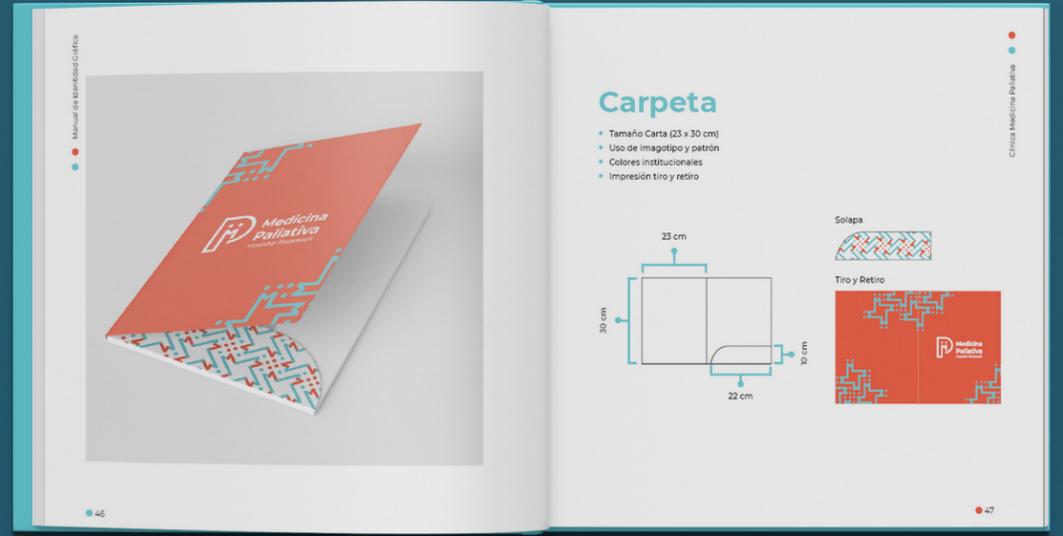
### Construcción del Patrón

1. Se utiliza la parte interior del isotipo.
2. Se triplica la parte del paso 1 y se rotan para realizar las conexiones.
3. La separación entre cada círculo naranja es el valor de "X" utilizada en la construcción del isotipo.

Es permitido el uso de un solo color en el patrón (es como se muestran en las portadas de este manual), pero siempre utilizando los colores corporativos establecidos.

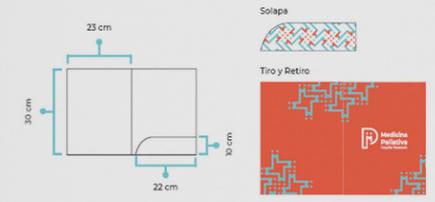


## APLICACIONES



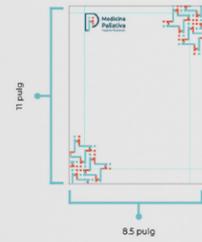
### Carpeta

- Tamaño Carta (23 x 30 cm)
- Uso de imagotipo y patrón
- Colores institucionales
- Impresión tiro y retiro



### Hoja Membretada

- Tamaño Carta (8.5 x 11 pulgadas)
- Uso de imagotipo y patrón
- Colores institucionales
- Impresión tiro

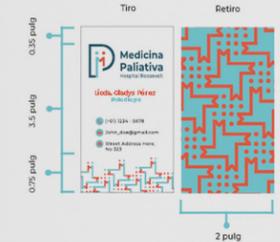


- Margenes:**
- Laterales: 1 pulgada
  - Superior: 1 pulgada
  - Inferior: 0.5 pulgadas
- Información:**
- Imagotipo: 2.5 pulg de ancho
  - Titulares: 12pt/ SemiBold/ Bold
  - Cuerpo de Texto: 10 pt/ medium

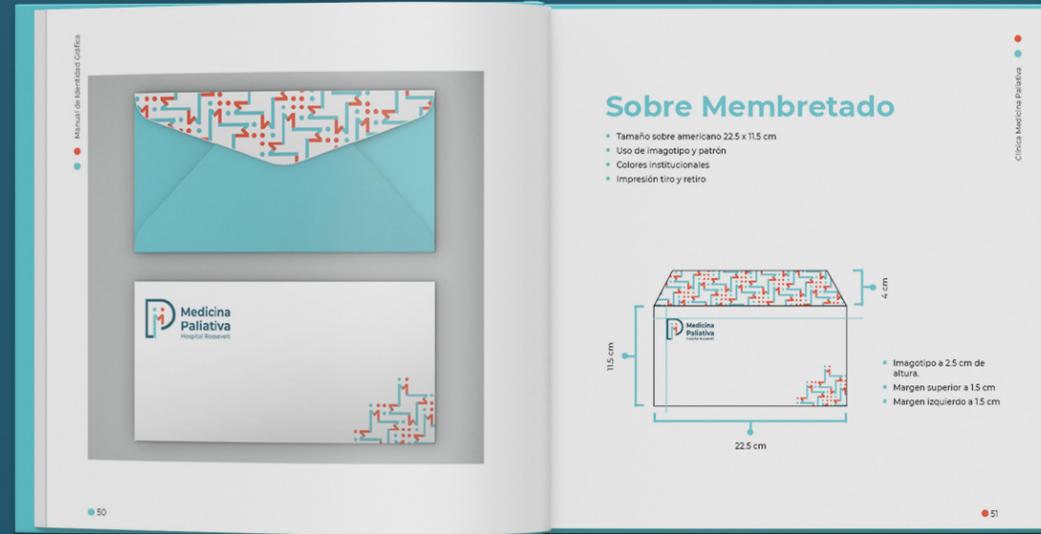


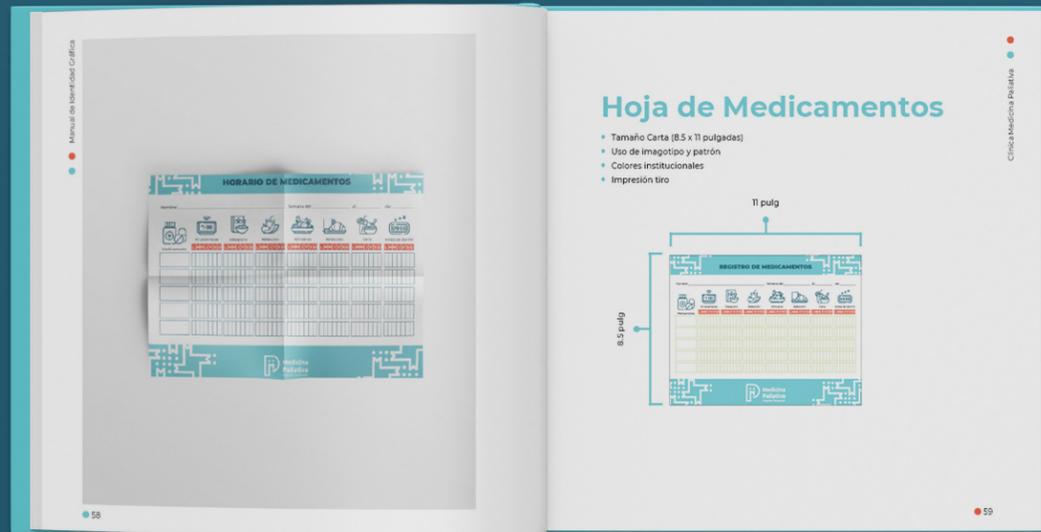
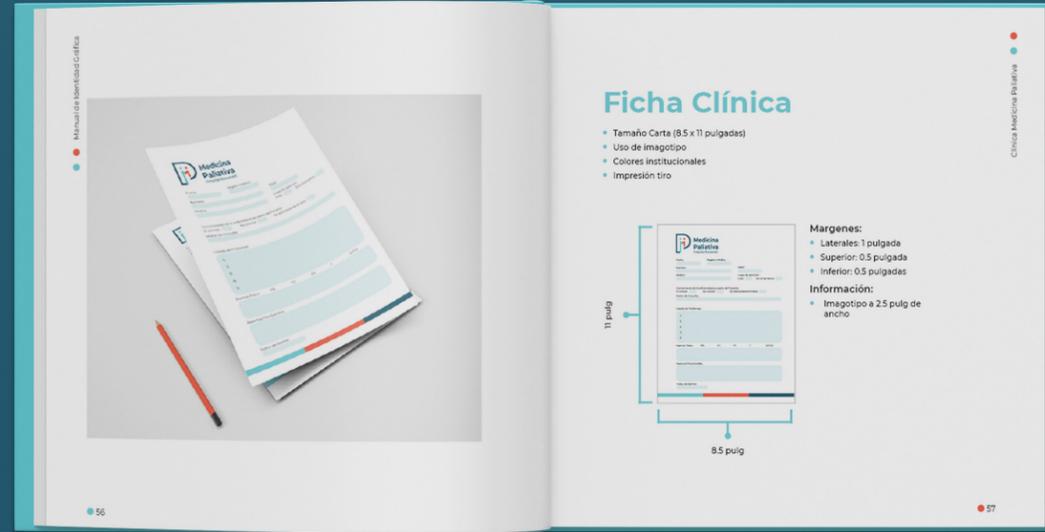
### Tarjeta de presentación

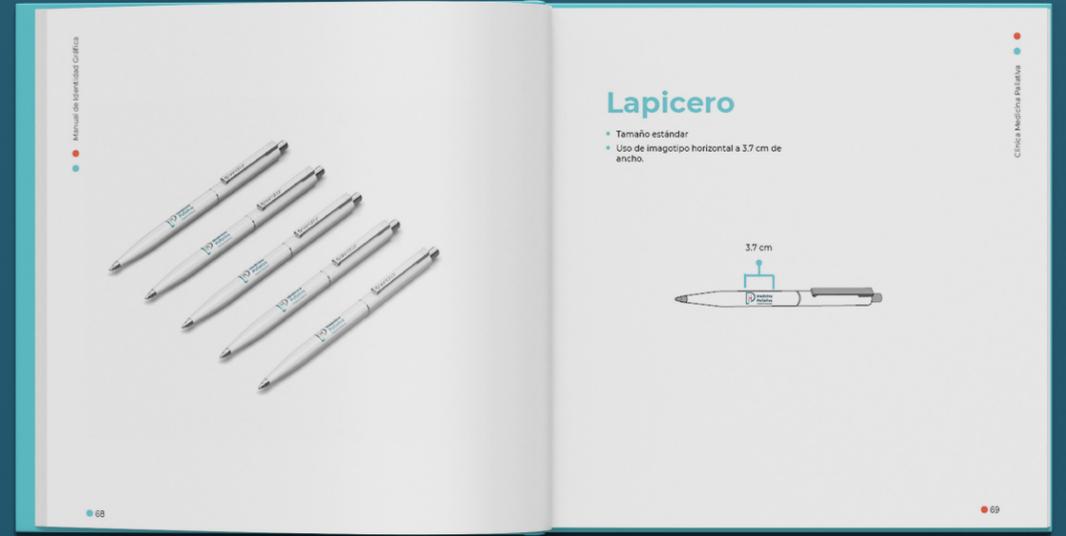
- Tamaño 3.5 x 2 pulgadas
- Uso de imagotipo y patrón
- Colores institucionales
- Impresión tiro y retiro

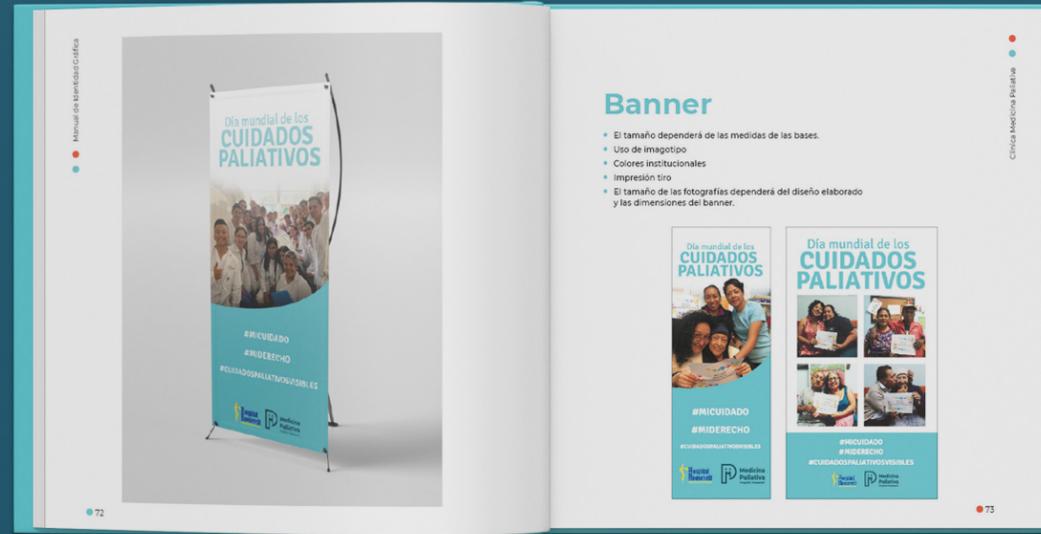


- Tiro:**
- Imagotipo a 1.6 pulg de ancho
  - Nombre y cargo: 9 pt/ centroal/ ExtraBold
  - Contacto: 7 pt / alineado a la derecha/ Medium
  - Todo centrado vertical
- Retiro:**
- Uso de patrón







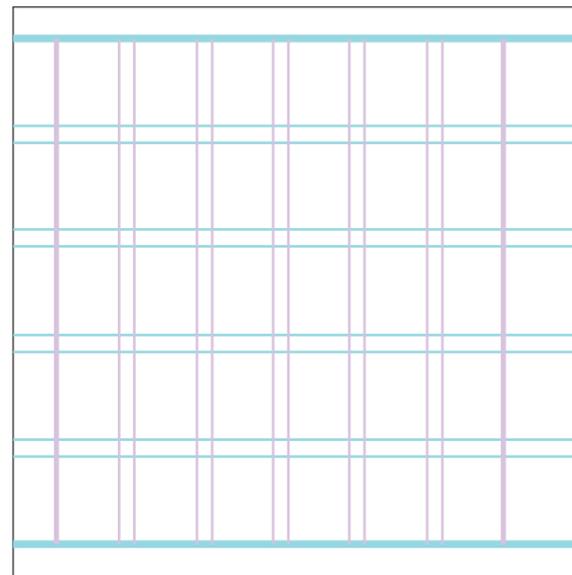
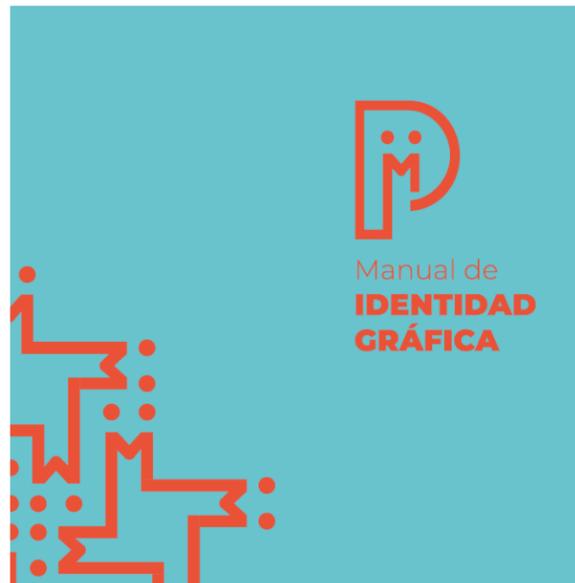


## 6.5 Códigos visuales

### Formato

#### 9x9 Pulgadas

Se realizó un formato 9x9 para reflejar mayor unidad entre los elementos y cuerpos de textos. Reflejando una armonía y unión dentro de cada página del manual.



### Diagramación

Se utilizó una retícula de columnas de 6x5 con un medianil de 0.25 pulgadas para tener una mejor separación entre columnas. Esta retícula ayuda a que la composición visual sea mejor equilibrada ya que se pueden adaptar columnas de 1, 2 y 3 jugando con la posición creando un cuerpo de texto dinámico y formal.

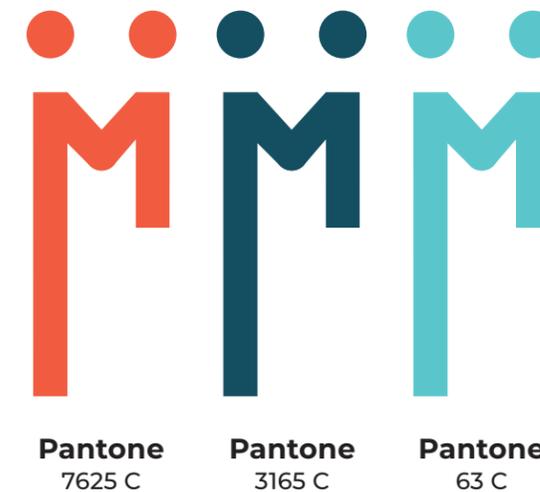
### Color

#### Colores complementarios

Son los que se encuentran de extremo a extremo en el círculo cromático, la combinación de ambas tonalidades genera movimiento, armonía y dinamismo.

En este proyecto se utilizó el azul como color base, ya que es un color que se asocia con la simpatía, la armonía, la amistad y la confianza. También es considerado como el color de la Paz. El uso de este color en este proyecto es para reflejar la confianza que los pacientes y familiares tienen hacia clínica de Medicina paliativa, otorgándoles apoyo y paz, durante su proceso de lucha.

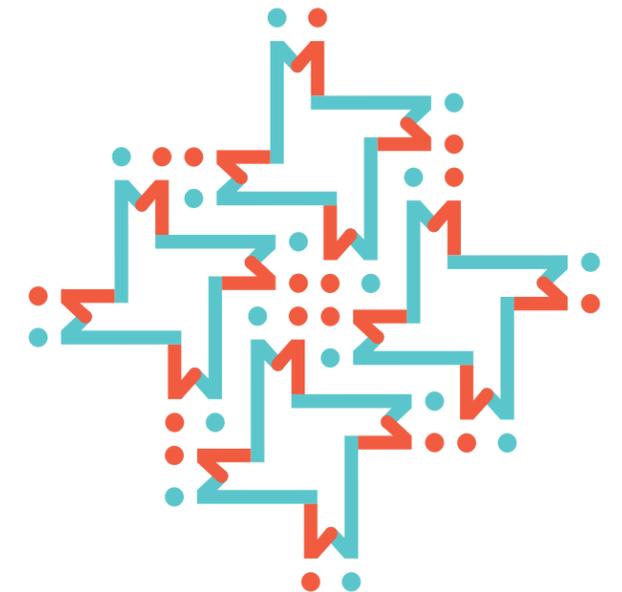
El color complementario del azul es el naranja y este representa la vitalidad que el paciente posee con su enfermedad, su energía representa la lucha para superar su dolor.



## Montserrat

### Tipografía

Montserrat es una tipografía sans serif moderna y geométrica con múltiples variantes en sus alturas y pesos y posibles aplicaciones como en diseño web, editorial o identidad corporativa. Es un tipo fácilmente adaptable a espacios de diferente amplitud, funcional, práctica y gratuita.



### Patrón

El siguiente patrón está elaborado para ser utilizado en cualquier pieza gráfica que se desee. Su construcción refuerza la conexión que se desea transmitir entre paciente, familia y paliativos.

## 6.6 Lineamientos

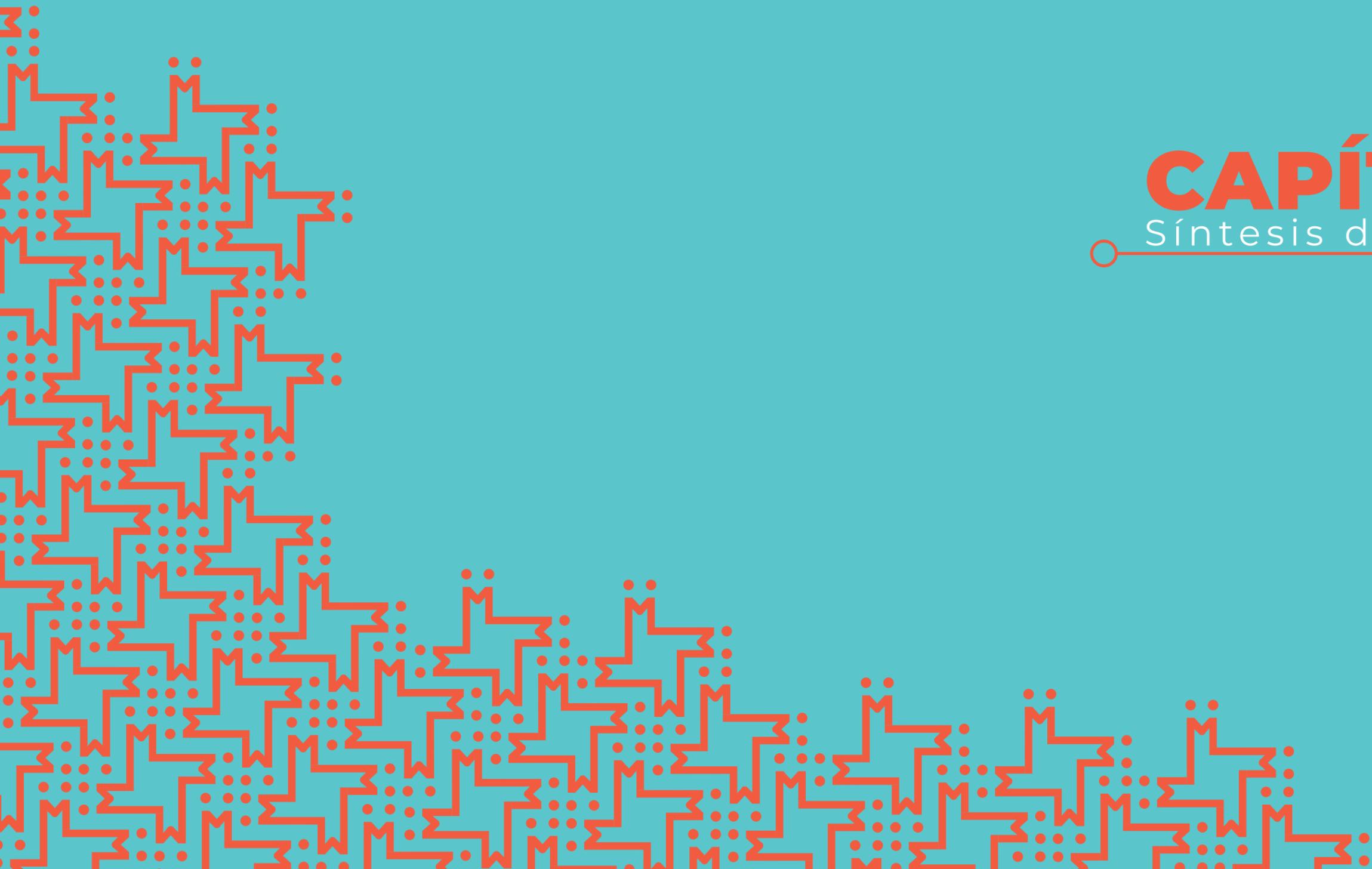
- Se hará entrega de un CD, el cual incluirá:
  - Archivos editables en .ai y .id
  - Archivos en PDF y Word
  - Mockups de las piezas
  - Fuentes tipográficas utilizadas
  - Fotografías
- Para el uso de los archivo editables es necesario contar con los programas de Adobe Illustrator e Indesign, desde la versión CC 2015 hasta la versión actual. Para la manipulación de estos archivos y programas se necesita de un diseñador gráfico o bien algún individuo externo que tenga conocimientos avanzados acerca de estos programas.
- El manual de identidad gráfica es de uso digital, por el cual no es necesaria su impresión. Pero si por algún motivo se requiera la impresión de está, seguir las siguientes indicaciones:
  - Impresión de la portada y contra portada en pasta dura.
  - Hoja opalina de 120 gramos para las páginas internas
  - Impresión en láser
  - Encuadernado de lomo cuadrado
- Para la impresión de las aplicaciones diseñadas se contará con las especificaciones para la impresión dentro del manual de identidad gráfica. De igual forma dentro del CD se dejarán los archivos preparados para la impresión de estos mismos.
- El manual de identidad gráfica será utilizado cada vez que se realice un material visual, si la persona a realizar el material no posee conocimiento acerca de la marca, este utilizará el manual ya que permitirá tener una identidad visual uniforme en todos los materiales, ya sea para redes sociales, folletos, documentaciones internas, etc.
- Para la realización de cambio sobre algún dato de contacto o información, se es necesario el uso de los archivos editables.
- Para hacer uso del Logotipo diseñado, seguir con todas las normas establecidas dentro del manual de identidad gráfica, para una mejor reproducción y no haya ningún inconveniente en su uso.

## 6.7 Presupuesto

Para el siguiente presupuesto se tomaron los costos que se llevó durante el desarrollo del proyecto por la cantidad de horas en la que se realizó cada actividad.

Descripción	Precio por hora	Tiempo	Total
<b>Servicios profesionales</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Conceptualización</li> <li>Desarrollo de línea gráfica</li> <li>Diseño del logotipo</li> <li>Manual de Identidad</li> <li>Diseño de 16 aplicaciones</li> </ul>	Q20.00	3 meses	Q10,800.00
<b>Costos fijos</b>			
Luz		3 meses	Q675.00
Agua		3 meses	Q330.75
Teléfono		3 meses	Q281.25
Alquiler		3 meses	Q5,850.00
Internet		3 meses	Q810.00
<b>Depreciación de equipo</b>			Q299.97
<b>Materiales e impresión</b>			Q14.00
<b>ISR 5%</b>			Q 953.05
		<b>TOTAL</b>	Q 20,014.02

Presupuesto que representa el aporte del Epesista para la institución a través de la elaboración del presente proyecto de Graduación de la Licenciatura de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



# CAPÍTULO 7

Síntesis del proceso

## 7.1 Conclusiones

- Con la elaboración de una identidad gráfica para la Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt se logró cumplir con unos de los objetivos de este proyecto, lograr que la Clínica de Medicina Paliativa se identifique dentro y fuera del hospital, dando a conocer su labor de apoyo hacia los pacientes y familiares que viven con enfermedades crónicas no curativas.
- En base al objetivo específico de comunicación se cumple con el desarrollo de un material que incluye guías y parámetros para demostrar el valor de la Clínica de Medicina Paliativa y facilitar la presencia que necesita para promover con una identidad gráfica su labor ante los pacientes, familiares y población guatemalteca.
- La implementación de una identidad gráfica ofrece que la Clínica de Medicina Paliativa genere confianza, seguridad, apoyo y profesionalismo a través de un imagotipo que fue elaborado a través de una de investigación y una selección adecuada de tipografía y colores que lograran transmitir los valores antes mencionados para la clínica.

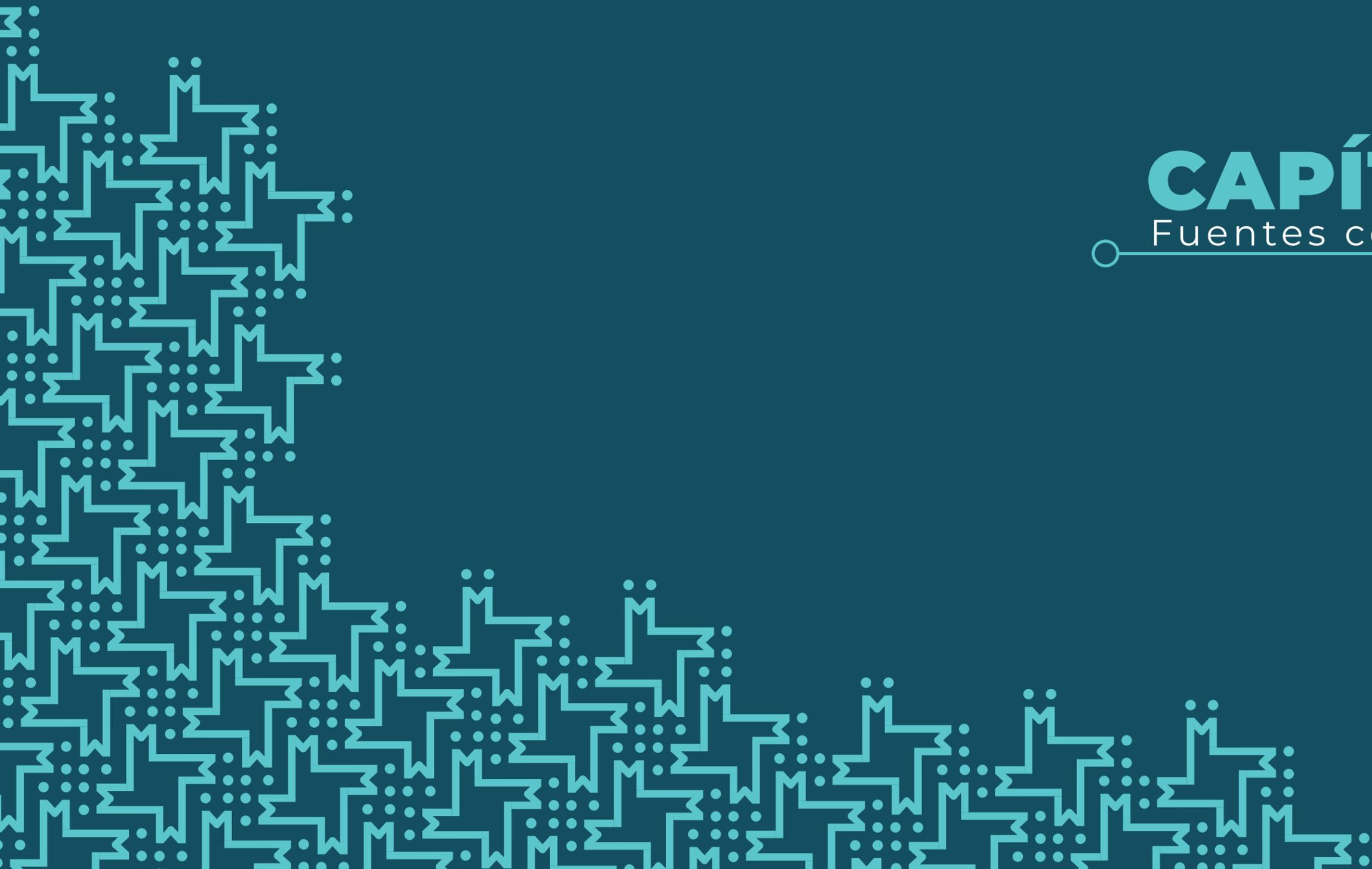
## 7.2 Recomendaciones

- A la Clínica de Cuidados Paliativos se le recomienda utilizar el manual de Identidad gráfica entregado para la implementación del imagotipo, se recomienda utilizar las dimensiones en las que se entregó el material y utilizar los archivos editables para realizar cambios y/o adaptar las piezas a otras dimensiones.
- Gestionar la aceptación de la Institucional por parte de la Unidad de Graduación desde el primer momento en el que el estudiante es aceptado en la organización durante el primer semestre del último ciclo académico, para evitar que el estudiante al momento de iniciar el Ejercicio Profesional Supervisado y Proyecto de Graduación no tenga ningún inconveniente y no quede en mal ante la organización.
- Explicar de manera clara durante el primer semestre del último ciclo, los proyectos que el estudiante tendrá que realizar en el Ejercicio Profesional Supervisado, para saber la magnitud de cada proyecto (A,B Y C), y así el alumno pueda comprometerse a más de lo que puede capacitarse.
- Permitir que si los proyectos tipo B y C no están unidos al proyecto tipo A, estos se puedan realizar antes, con el fin de evitar una saturación en el tiempo que se tiene para realizar los proyectos. Es muy poco tiempo para muchos proyectos hechos por solo una persona.
- Al estudiante de se le recomienda establecer los proyectos a realizar al finalizar el primer semestre de ese último año con la institución, para que ambos (Estudiante como institución) estén claros en los proyectos y dar tiempo a la Organización en poder preparar la información y materiales de los proyectos.
- Aprender a organizar el tiempo para evitar saturarse con todos los proyectos y también permitirse tener un tiempo de descanso para realizar alguna actividad recreativa, para poder manejar el estrés que se vive durante toda esta etapa.

## 7.3 Lecciones aprendidas

- Conocer las implicaciones de los materiales a diseñar para poder dimensionar la cantidad de recursos a diseñar y poder organizar los tiempos entre cada tarea, tomando en consideración que durante el desarrollo del EPS y la realización del proyecto de graduación se intervienen con diferentes tareas, por lo que es importante aprender sobre la gestión de proyectos y seguir los pasos necesarios para tener un proceso sin complicaciones.
- Mantener una comunicación estrecha con el jefe inmediato permite avanzar con el proyecto de manera segura. Al ir mostrando los pequeños avances que se van realizando permite lograr llegar a tener un mejor resultado con el proyecto y lograr que este cumpla con los objetivos establecidos.

- Conocer acerca de la labor de la Organización, es bueno tomarse un tiempo y conocer un poco de como es el día a día de la organización, tomar nota y observar la realización de su labor y así lograr tener un mejor entendimiento del tema a tratar durante el proyecto.
- Observar a los pacientes viviendo con sus enfermedades crónicas y luchando por seguir adelante y vivir su día a día lo mejor posible, da una enseñanza del gran apoyo que brinda la Clínica de Medicina Paliativa a sus pacientes y también a los familiares debido a que ellos pasan por la lucha de ayudar a su familiar enfermos, entregándoles su asistencia, apoyo y cuidados para hacerlo sentir lo mejor posible.
- Adaptar una postura profesional ante las observaciones dadas por los asesores, expertos y sobre todo ante el grupo objetivo.

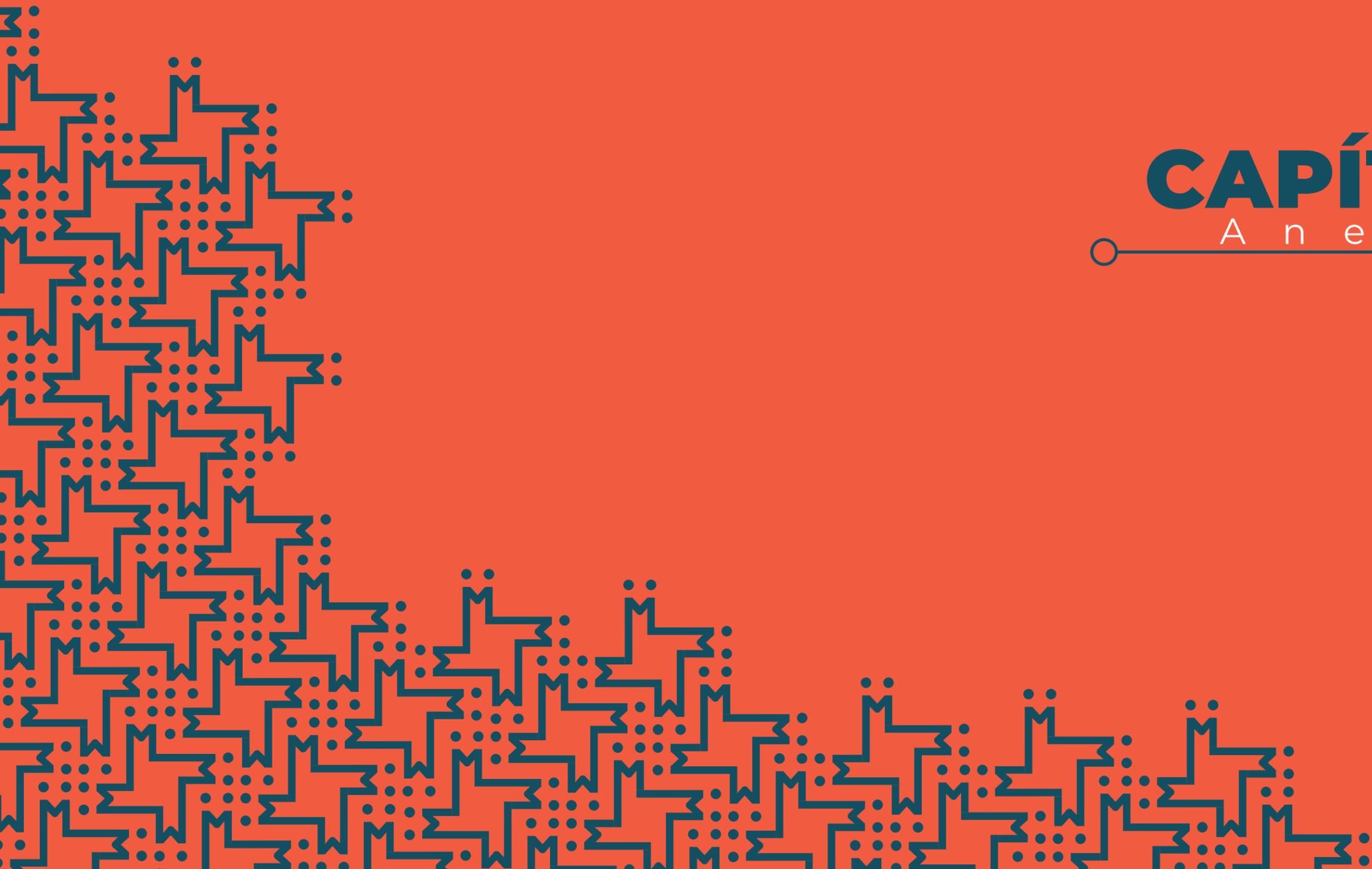


# CAPÍTULO 8

Fuentes consultadas

## E-grafía y Bibliografía

- Becerril Montekio, Víctor y López Dávila, Luis. «Sistema de salud de Guatemala.» SciELO - Scientific Electronic Library Online 52, n° 2 (2011): 12.
- Costa, Joan. «Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma.» Grafica, 2014: 89-107.
- Domínguez Goya, Emelia. Medios de comunicación masiva. Estado de México: Red Tercer Milenio, 2012.
- Espinar Cid, Victoria. «LOS CUIDADOS PALIATIVOS: ACOMPAÑANDO A LAS PERSONAS EN EL FINAL DE LA VIDA.» Cuadernos de Bioética XXIII, n° 1 (2012): 169-176.
- Estudio, Aranda. ¿Qué es identidad visual? s.f. <http://aranda-estudio.com/diseño/identidad-corporativa/visual/> (último acceso: 2019 de septiembre de 09).
- Estudio, Aranda. Aranda estudio. s.f. <http://aranda-estudio.com/tipografias-identidad-visual-nuevo/> (último acceso: 2019 de septiembre de 09).
- Galdámez, S, Et al. "Guía de manejo de cuidados Paliativos de Medicina Interna del Hospital Roosevelt ". Revista de Medicina Interna de Guatemala .no. 02 (2014) <http://asomigua.org/wp-content/uploads/2014/09/ARTICULO-3.pdf>
- Gondar, Pablo. Creativos Online. s.f. <https://www.creativosonline.org/blog/la-importancia-de-la-tipografia-en-el-diseño-recursos-diseno.html> (último acceso: 07 de Septiembre de 2019).
- Interiano, Carlos. Semiología y Comunicación. Novena. Editado por Gustavo Lapola. Guatemala: Estudiantil Fenix, 2001.
- Juárez, Fernando. «El concepto de salud: Una explicación sobre su unicidad, multiplicidad y los modelos de salud.» International Journal of Psychological Research 4, n° 1 (2011): 70-79.
- La Web de Dani. «Las Mariposas de Elisabeth Kübler-Ross». Acceso el 08 de octubre de 2019. <http://danielortizmuniz.com/mariposa.html>
- León, Rosa. mimoilus. 06 de Diciembre de 2018. <https://www.mimoilus.com/especialidades-diseno-grafico/#ind-10> (último acceso: 08 de Septiembre de 2019).
- Ministerio De Sanidad, Política Social e Igualdad , Informe Anual, 2010-2014 (España: Ministerio De Sanidad, Política Social e Igualdad , Informe Anual, 2014), 16.
- Milier, Daniela. tiendanube. 11 de Abril de 2019. <https://www.tiendanube.com/blog/identidad-visual-importancia-beneficios/> (último acceso: 2019 de Septiembre de 09).
- Mique, Estudio. mique. s.f. <https://www.mique.es/la-importancia-del-color-en-el-diseño-grafico/> (último acceso: 07 de Septiembre de 2019).
- Neoattack. Neoattack. s.f. <https://neoattack.com/como-hacer-un-manual-corporativo/> (último acceso: 2019 de septiembre de 09).
- Neoattack. s.f. <https://neoattack.com/neowiki/logotipo/> (último acceso: 2019 de septiembre de 09).
- Neoattack. s.f. <https://neoattack.com/como-hacer-un-manual-corporativo/> (último acceso: 2019 de septiembre de 09).
- Nuño, Patricia. Emprende pyme. s.f. <https://www.emprendepyme.net/manual-de-identidad-corporativa.html> (último acceso: 2019 de septiembre de 09).
- Ola, Ana Lucía. «Salud sin capacidad de brindar cuidados paliativos a unos 48 mil guatemaltecos.» Prensa Libre, 11 de Octubre de 2018.
- Salud, Organización Mundial de la. «Financiación de los sistemas de salud: el camino hacia la cobertura universal.» Informe sobre la salud en el mundo, Organización Mundial de la Salud, 2010, 22.
- Salud, Organización Panamericana de la. OPS Guatemala. 2010. [https://www.paho.org/gut/index.php?option=com\\_content&view=article&id=589:enfermedades-no-transmisibles-y-promocion-de-salud&Itemid=216](https://www.paho.org/gut/index.php?option=com_content&view=article&id=589:enfermedades-no-transmisibles-y-promocion-de-salud&Itemid=216) (último acceso: 01 de Septiembre de 2019).
- Soriano Carbajal, Jarry Onan. Medios de Comunicación. 2011. <https://mediocomunicacion.webnode.es/informacion-general/> (último acceso: 7 de Septiembre de 2019).
- Tecnología, LN Creatividad y. LN Creatividad y Tecnología. s.f. <https://www.luisan.net/blog/identidad-corporativa/como-influye-el-color-en-tu-imagen-corporativa> (último acceso: 2019 de septiembre de 09).



# CAPÍTULO 9

A n e x o s



## Anexo 1

Instrumento de auto-evolución utilizado para la validación de los logotipos nivel 1.





**Encuesta de Evaluación de Proyecto de Graduación**

Este documento fue elaborado para auto-evaluar y evaluar con compañeros del mismo nivel, la primera fase del Proyecto de Graduación de Diseño gráfico 2019, a realizarse en la Clínica de Medicina Paliativos del Hospital Roosevelt bajo la supervisión de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

**Instrucciones:**  
Coloque la valoración que considere a adecuada según los propuestas mostradas.  
**Excelente= 5 Muy Bueno= 4 Bueno= 3 Regular= 2 Malo= 1**

No. de propuesta	Pertinencia	Memorabilidad	Fijación	Legibilidad	Composición	Abstracción	Estilización	Identidad visual	Total
1									
2									
3									
4									
5									
6									

**Observaciones:**

## Anexo 2

Instrumento de validación utilizado con los expertos para la evaluación de los logotipos nivel 2.





Universidad de San Carlos de Guatemala  
Facultad de Arquitectura  
Escuela de Diseño Grafico  
Proyecto de graduación

**Validación con Expertos para Proyecto A**

**Instrucciones:** Después de haber observado las propuestas de logotipos se le presenta una serie de preguntas. Subraye las respuestas que considere adecuadas.

- ¿Comprende el significado de la Mariposa como un símbolo de Cuidados Paliativos?  
Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- El isotipo representa: (Puede elegir varias opciones)  
Libertad                      Fragilidad                      Unión                      Muerte
- La abstracción del isotipo lo considera:  
**Propuesta 1:** Adecuada                      Puede mejorar                      No se entiende  
**Propuesta 2:** Adecuada                      Puede mejorar                      No se entiende
- Los colores aplicados le transmite: (Puede elegir varias opciones)  
Paz                      Diversión                      Felicidad                      Confianza
- Considera que la tipografía es:  
**Propuesta 1:** Legible                      No se lee                      Confusa  
**Propuesta 2:** Legible                      No se lee                      Confusa
- ¿Considera que la tipografía es la adecuada?  
**Propuesta 1:** Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
**Propuesta 2:** Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- ¿Se logra captar el concepto Conexión Interna en las propuestas presentadas?  
Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- ¿Considera que las propuestas presentadas de logotipos representan los cuidados Paliativos?  
Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- ¿Qué logotipo considera adecuado para la Clínica de Medicina Paliativa?  
Propuesta 1                      Propuesta 2
- Comentarios/Recomendaciones:

### Anexo 3

Instrumento de validación utilizado con el grupo objetivo para la evaluación de los logotipos nivel 3.



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

#### Validación con Grupo Objetivo para Proyecto A

**Instrucciones:** Después de haber observado las propuestas de logotipos se le presenta una serie de preguntas. Subraye las respuestas que considere adecuadas.

- ¿Considera a la Mariposa como un símbolo representativo para los Cuidados Paliativos?  
 Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- Posterior al mostrarles la abstracción de la Mariposa para la elaboración del isotipo. La abstracción del isotipo la considera:  
 Adecuada                      Puede mejorar                      No se entiende
- ¿Considera que el isotipo representa a la Clínica de Medicina Paliativa?  
 Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- El isotipo representa:  
 (Puede elegir varias opciones)  
 Apoyo                      Fragilidad                      Unión                      Muerte
- Los colores aplicados le transmite: (Puede elegir varias opciones)  
 Paz                      Diversión                      Felicidad                      Confianza
- Considera que la tipografía es:  
 Legible                      No se lee                      Confusa
- ¿Considera que la tipografía es la adecuada?  
 Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- Al mostrarles el manual de identidad gráfica ¿Considera sus elementos, diseño e información adecuada?  
 Si                      No                      ¿Por qué? \_\_\_\_\_
- Comentarios/Recomendaciones:

### Cotización 1

Las siguientes cotizaciones son de Agencias de Diseño Gráfico que trabajan en la elaboración de marcas, se realizaron dichas cotizaciones para obtener un estimado de cuanto es el precio de un proyecto como el elaborado en este informe. Cabe destacar que las cotizaciones están elaboradas para realizar la entrega de una marca en un periodo de un mes. Este proyecto se llevó a cabo en el periodo de tres meses.

**IQ-PREMIUM**

**Q 3,995.00**

Precio Único

Entrega en 22 días hábiles

---

Diseño de logo

---

Diseño de brandboard: Lineamientos, Tipografía y Colores

---

Diseño tarjetas de presentación

---

2 diseño de material institucional o promocional

---

Manual de marca

---

Adaptación a Redes Sociales o página web

## Cotización 2

### Objetivos y alcance del proyecto:

Desarrollar e implementar herramientas que complementen el apoyo promocional y comercial del proyecto.

### Servicios:

#### 1. Creación de Branding

- Conceptualización
- Dirección creativa
- Diseño gráfico
- Edición de imágenes
- Desarrollo de línea gráfica
- Manual de marca
- Diseño de papelería básica
- El cliente recibirá de 2 a 3 propuestas para elegir

### Valor:

Q.2,950.00 IVA incluido

### Forma de Pago:

70% adelanto  
30% contra entrega

## Cotización 3



CLIENTE	CLÍNICA MEDICINA PALEATIVA
PRODUCTO	BRANDING
FECHA	17/10/2019

BRANDING			
DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL
<b>INCLUYE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CREATIVIDAD</li> <li>• PERSONALIDAD DE MARCA</li> <li>• DISEÑO DE LOGOTIPO</li> <li>• BRANDBOOK DIGITAL (reglamentos de uso)</li> </ul>			
50% DE ANTICIPO PARA INICIAR PROYECTO			Q 3,656.25
50% FINAL CONTRA ENTREGA			Q 3,656.25
<b>NOTA:</b> PRECIO INCLUYE IMPUESTOS IVA Y TIMBRE DE PRENSA.			
<b>TOTAL</b>			<b>Q 7,312.50</b>

### TERMINOS Y CONDICIONES

- Este presupuesto tiene una validez de 15 días.
- Tiempo estimado de entrega de 3 a 4 semanas.
- Cambios requeridos luego de la aprobación del diseño o durante la implementación se cobrará por separado.

**DIEGO MONTERROSO**  
GERENTE GENERAL

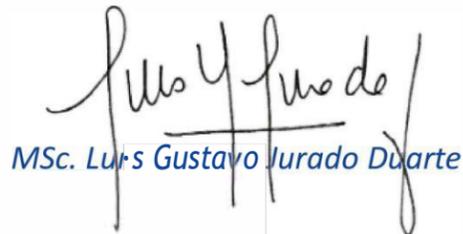
*Diseño de manual de identidad gráfica  
institucional para la Clínica de Medicina  
Paliativa del Hospital Roosevelt de la  
Ciudad de Guatemala.*

Proyecto de Graduación desarrollado por:



*Karla Paola Estrada Eguizabal*

Asesorado por:



*MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte*



*Msc. Andrea Gabriela Pellecer Howard*

Imprimase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



*Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini  
Decano en Funciones*

**Lilian Patricia Guzmán Ramirez**

Licenciada en Letras por la USAC  
Colegiada activa 7596

patricia.guzman2014@gmail.com  
Cel.: 55652717

Guatemala, 23 de julio de 2021.

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

*Estimados señor Decano:*

*Por este medio hago de su conocimiento que he realizado la revisión de estilo, ortografía y redacción del proyecto de graduación "Diseño de manual de identidad gráfica para la Clínica de Medicina Paliativa del Hospital Roosevelt de la ciudad de Guatemala", de la estudiante Karla Paola Estrada Eguizabal de la Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala quien se identifica con carné universitario 201500832, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.*

*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.*

*Sin otro particular me suscribo,*

*Atentamente,*



*Lilian Patricia Guzmán Ramirez  
Licenciada en Letras*

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

