

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de manual de imagen corporativa para estandarizar la aplicación correcta del logotipo de la escuela para niños sordos LAVOSI, en los diferentes materiales impresos y digitales. La Antigua Guatemala, Guatemala 2021.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Miranda Sofía González Medina

Carné: 17001724

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción, 19 de marzo 2021.

Diseño de manual de imagen corporativa para estandarizar la aplicación correcta del logotipo de la escuela para niños sordos LAVOSI, en los diferentes materiales impresos y digitales. La Antigua Guatemala, Guatemala 2021.

Miranda Sofia González Medina

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD GALILEO

RECTOR

Dr. Eduardo Suger Cofiño.

VICERRECTORA

Dra. Mayra Ramírez.

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Jean Paul Suger Castillo.

SECRETARIO GENERAL

Dr. Jorge Retolaza.

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lic. Leizer Kachler.

VICEDECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Lic. Rualdo Anzueto

Guatemala 13 de abril de 2020

Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN CORRECTA DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LAVOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Así mismo solicito que el Ms.C. Rualdo Anzueto sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Miranda Sofia González Medina
17001724



Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2020

Señorita:
Miranda Sofia González Medina
Presente

Estimada Señorita González:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN CORRECTA DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LAVOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Así mismo, se aprueba al Ms.C. Rualdo Anzueto, como asesor de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM | Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 14 de enero de 2021

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE UN MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LA VOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por el estudiante: Miranda Sofia González Medina, con número de carné: 17001724, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Ms.C. Rualdo Anzueto
Asesor



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 22 de febrero de 2021

Señorita
Miranda Sofía González Medina
Presente

Estimada Señorita González:

Después de haber realizado su examen privado para optar al título de Licenciatura en Comunicación y Diseño de la **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** de la Universidad Galileo, me complace informarle que ha **APROBADO** dicho examen, motivo por el cual me permito felicitarle.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kaehler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

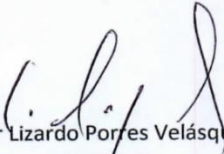
Guatemala, 24 de marzo de 2021.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN CORRECTA DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LAVOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021**, de la estudiante Miranda Sofía González Medina, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.


Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 19 de abril de 2021

Señorita:
Miranda Sofía González Medina
Presente

Estimada Señorita González:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN CORRECTA DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LAVOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021.** Presentado por la estudiante: Miranda Sofía González Medina, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

A mi familia, por su amor, sus enseñanzas, sus consejos, su comprensión, sus motivaciones, por confiar en mí y por ser mi apoyo incondicional a lo largo de mi vida.

A mis compañeros y amigos, por todos los buenos momentos, por las enseñanzas y experiencias que vivimos juntos.

A mis catedráticos, por todos los consejos, enseñanzas y aportes que me brindaron en mi formación profesional.

Y a todas las personas que de una u otra manera me ayudaron a ser la persona que soy hoy.

Resumen

A través del acercamiento con la escuela para niños sordos LAVOSI, se identificó que no cuenta con un manual que ayudará a la estandarización de la aplicación correcta del logotipo para los diferentes materiales impresos y digitales.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseño de manual de imagen corporativa para estandarizar la aplicación correcta del logotipo de la escuela para niños sordos LAVOSI, en los diferentes materiales impresos y digitales. Tiene como objetivo general, aplicar los conocimientos adquiridos durante los cuatro años de la carrera de comunicación y diseño para así poder establecer las diversas aplicaciones y el uso correcto del logotipo en los futuros diseños que la escuela realice y obtengan una imagen uniforme.

El enfoque de la investigación es mixto, porque se utilizó el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero para cuantificar los resultados de la muestra, y el segundo evaluó el nivel de percepción y utilidad del proyecto.

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 10 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que el diseño del manual normará la identidad corporativa de la escuela para niños sordos LAVOSI de forma correcta.

El manual de imagen corporativa para la escuela de niños sordos LAVOSI obtuvo la aprobación en referencia a la objetividad, el diseño y la operatividad. Por lo tanto, los cambios que se elaboraron en su realización surgieron en base de las sugerencias que el grupo de experto brindó.

Para efectos legales, únicamente la autora, Miranda Sofia González Medina, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesional.

Índice

| | |
|---|-----------|
| Capítulo I: Introducción | 1 |
| Capítulo II: Problemática | 3 |
| 2.1 Contexto | 3 |
| 2.2 Requerimiento de comunicación y diseño | 3 |
| 2.3 Justificación..... | 3 |
| 2.3.1 Magnitud..... | 4 |
| 2.3.2 Vulnerabilidad | 4 |
| 2.3.3 Trascendencia | 4 |
| 2.3.4 Factibilidad | 5 |
| Capítulo III: Objetivos de Diseño..... | 7 |
| 3.1 Objetivo general | 7 |
| 3.2 Objetivos específicos..... | 7 |
| Capítulo IV: Marco de Referencia | 9 |
| 4.1 Información general del cliente..... | 9 |
| Capítulo V: Definición del grupo objetivo..... | 14 |
| 5.1 Perfil geográfico | 14 |
| 5.2 Perfil demográfico..... | 14 |
| 5.3 Perfil psicográfico | 15 |
| 5.4 Perfil conductual | 15 |
| Capítulo VI: Marco teórico..... | 17 |
| 6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio | 17 |
| 6.1.1 Educación | 17 |
| 6.1.2 Estudiante | 17 |
| 6.1.3 Aprendizaje..... | 18 |
| 6.1.4 Escuela..... | 18 |
| 6.1.5 Escuela Especializada..... | 18 |
| 6.1.6 Discapacidad..... | 18 |
| 6.1.7 Personas sordas | 19 |
| 6.1.8 Lenguaje oral | 20 |
| 6.1.9 Lenguaje de señas | 20 |
| 6.1.10 Maestros..... | 20 |

| | |
|--|-----------|
| 6.1.11 Maestros educación especial | 20 |
| 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño | 20 |
| 6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación..... | 20 |
| 6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño..... | 22 |
| 6.3 Ciencias auxiliares. artes, teorías y tendencias | 25 |
| 6.3.1 Ciencias auxiliares | 25 |
| 6.3.1.1 <i>Semiología</i> | 25 |
| 6.3.1.2 <i>Lingüística</i> | 26 |
| 6.3.1.3 <i>Psicología</i> | 26 |
| 6.3.1.4 <i>Psicología de la comunicación</i> | 26 |
| 6.3.1.5 <i>Psicología del consumidor</i> | 26 |
| 6.3.1.6 <i>Psicología del color</i> | 27 |
| 6.3.1.7 <i>Psicología organizacional</i> | 27 |
| 6.3.1.8 <i>Sociología</i> | 27 |
| 6.3.1.9 <i>Antropología</i> | 28 |
| 6.3.1.10 <i>Cibernética</i> | 28 |
| 6.3.1.11 <i>Pedagogía</i> | 28 |
| 6.3.1.12 <i>Andragogía</i> | 29 |
| 6.3.2 Artes. | 29 |
| 6.3.2.1 <i>Tipografía</i> | 29 |
| 6.3.2.2 <i>Artes visuales</i> | 29 |
| 6.3.2.3 <i>Arte digital</i> | 29 |
| 6.3.2.4 <i>Dibujo</i> | 30 |
| 6.3.2.5 <i>Pintura</i> | 30 |
| 6.3.2.6 <i>Literatura</i> | 30 |
| 6.3.3 Teorías..... | 30 |
| 6.3.3.1 <i>Teoría del color</i> | 30 |
| 6.3.3.2 <i>Teoría Gestalt</i> | 31 |
| 6.3.4 Tendencias | 31 |
| Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar | 38 |
| 7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico..... | 38 |
| 7.1.1 <i>Semiología</i> | 38 |

| | |
|--|------------|
| 7.1.2 Semiología de la imagen..... | 38 |
| 7.1.3 Psicología..... | 38 |
| 7.1.4 Psicología del color | 39 |
| 7.1.5 Teoría del color..... | 39 |
| 7.1.6 Tipografía | 39 |
| 7.1.7 Tecnología | 39 |
| 7.2 Conceptualización | 40 |
| 7.2.1 Método..... | 40 |
| 7.2.3 Definición del concepto..... | 40 |
| 7.3 Bocetaje..... | 40 |
| 7.3.1 Tabla de requisitos..... | 41 |
| 7.3.1 Proceso de bocetaje | 42 |
| 7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos | 45 |
| 7.4 Propuesta preliminar | 47 |
| Capítulo VIII: Validación técnica | 61 |
| 8.1 Población y muestreo..... | 61 |
| 8.2 Método e instrumentos..... | 61 |
| 8.3 Resultados e interpretación de resultados..... | 64 |
| 8.4 Cambios con base a los resultados..... | 78 |
| Capítulo IX: Propuesta gráfica final..... | 88 |
| Capítulo X: Producción, reproducción y distribución | 104 |
| 10.1 Plan de costos de elaboración..... | 104 |
| 10.2 Plan de costos de producción..... | 104 |
| 10.3 Plan de costos de reproducción..... | 104 |
| 10.4 Plan de costos de distribución..... | 104 |
| 10.5 Margen de utilidad..... | 104 |
| 10.6 IVA..... | 105 |
| 10.7 Cuadro con resumen general de costos..... | 105 |
| Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones..... | 108 |
| 11.1 Conclusiones | 108 |
| 11.2 Recomendaciones..... | 109 |
| Capítulo XII: Conocimiento general..... | 111 |

| | |
|--|------------|
| 12.2 Demostración de conocimientos | 111 |
| Capítulo XIII: Referencias..... | 113 |
| Capítulo XIV: Anexos..... | 124 |
| 14.1 Fotografías de Validación (expertos)..... | 124 |
| 14.2 Resultados de validación (Google Forms)..... | 125 |
| 14.2.1 Pregunta 1 - 2..... | 125 |
| 14.2.2 Pregunta 3 - 4..... | 126 |
| 14.2.3 Pregunta 5 - 6..... | 126 |
| 14.2.4 Pregunta 7 - 8..... | 127 |
| 14.2.5 Pregunta 9 - 10..... | 127 |
| 14.2.6 Pregunta 11 - 12..... | 128 |
| 14.3 Encuesta | 129 |
| 14.3.1 Introducción, género..... | 129 |
| 14.3.2 Edad, nombre, profesión, años de experiencia en el mercado, perfil..... | 130 |
| 14.3.3 Instrucciones, parte objetiva, pregunta 1 - 3..... | 131 |
| 14.3.4 Pregunta 4, parte semiológica pregunta 5 - 6..... | 132 |
| 14.3.5 Pregunta 7 - 9..... | 133 |
| 14.3.6 Parte operativa, pregunta 10 - 13..... | 134 |
| 14.3.7 Pregunta 14, observaciones, agradecimiento..... | 135 |
| 14.4 Cuadro de tendencias | 136 |
| 14.4.1 Variables de tipografía / Combinación de colores..... | 136 |
| 14.4.2 Minimalismo / Formas geométricas..... | 137 |
| 14.5 Infografía de conocimiento general..... | 138 |

Capítulo I: Introducción

Capítulo I: Introducción

1.1 Introducción

La escuela LAVOSI se funda a partir de la necesidad de una opción educativa para niños y niñas sordos en el área de Sacatepéquez. El fundador de la LAVOSI es Álvaro de León Cruz, padre de un hijo sordo. La vivencia con su hijo les motivó a iniciar una escuela específica para niñas y niños sordos en Jocotenango.

Se tuvo un acercamiento a LAVOSI por el trabajo y la labor social que ellos brindan a la comunidad de personas que puedan recibir su servicio. Además, es un lugar no lucrativo. Que tiene como finalidad que sus alumnos sean personas independientes dentro de las oportunidades sociales que se les brinden.

Luego del acercamiento que se tuvo con la escuela LAVOSI para niños sordos se pudo identificar que esta no contaba con un manual de imagen corporativa, por lo que a través de la comunicación y el diseño se busca resolver la problemática por medio del siguiente proyecto titulado: “Diseño de manual de imagen corporativa para estandarizar la aplicación correcta del logotipo de la escuela para niños sordos LAVOSI, en los diferentes materiales impresos y digitales.”

La metodología y procedimientos que se llevarán a cabo para la elaboración del proyecto son la investigación de los conceptos fundamentales de la comunicación y diseño, ciencias, teorías, artes y tendencias . Del mismo modo se aplicarán las técnicas de diseño para la conceptualización del proyecto. El método de validación que se llevará a cabo será por medio de encuestas al grupo objetivo, clientes y expertos en comunicación y diseño. Por medio de esta última herramienta se obtendrán cambios que ayudarán en la mejora del resultado.

El manual de imagen corporativa para la escuela para niños sordos LAVOSI fue aprobado en cuanto a objetividad, diseño y operatividad. Por lo tanto, los cambios realizados en la propuesta final fueron en base a sugerencias dadas por el grupo de expertos.

Capítulo II: Problemática

Capítulo II: Problemática

El problema es que la escuela para niños sordos LAVOSI no cuenta con un manual de imagen corporativa para estandarizar la aplicación correcta del logotipo, en diferentes materiales impresos y digitales.

2.1 Contexto

LAVOSI se fundó en 2009, a partir de la necesidad de una opción educativa para niñas y niños sordos en el área de Sacatepéquez. El fundador de la LAVOSI es Álvaro de León Cruz, padre de un hijo sordo, Álvaro Ernesto de León. La vivencia con su hijo les motivó a iniciar una escuela específica para niñas y niños sordos en Jocotenango.

Se tuvo un acercamiento a LAVOSI por el trabajo y la labor social que ellos brindan a la comunidad de personas que puedan recibir su servicio. Además, es un lugar no lucrativo.

Es una asociación que tiene como finalidad que sus alumnos puedan ser independientes dentro de las oportunidades que la sociedad le brinde.

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño

El problema es que la escuela primaria LAVOSI para niños sordos carece de un diseño de un manual de imagen corporativa para estandarizar la aplicación correcta del logotipo en los diferentes materiales impresos y digitales.

2.3 Justificación

Para la resolución de la problemática se consideró conveniente la intervención de un diseñador gráfico que justifica la propuesta a partir de las siguientes variables: magnitud, trascendencia, vulnerabilidad y factibilidad.

2.3.1 Magnitud



Gráfica de magnitud realizada mediante la información recopilada con relación a la escuela para niños sordos LAVOSI.

2.3.2 Vulnerabilidad

A falta de un manual que estandarice el manejo de la imagen corporativa no se puede evitar el uso y la aplicación incorrecta del logotipo por diseñadores y proveedores externos.

2.3.3 Trascendencia

Al contar con un manual de imagen corporativa es importante porque en este se podrá estipular los lineamientos del uso adecuado del logotipo, es decir: el número de los colores en tabla Pantone, la relación de tamaño permitidos entre los diferentes elementos, el tipo de letra y los usos y aplicaciones más comunes, entre otros puntos significativos.

Todo esto con la finalidad de mantener la misma línea de presentación y coherencia al momento de implementar la marca sobre diferentes materiales impresos y digitales.

2.3.4 Factibilidad

El proyecto sí es factible ya que la escuela LAVOSI cuenta con los recursos necesarios (humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos) que hacen posible y realizable el proyecto.

2.3.4.1 Recursos Humanos

La escuela “LAVOSI” cuenta con el capital humano adecuado que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

Los ejecutivos de la escuela “LAVOSI” autorizan al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos

La escuela “LAVOSI” cuenta actualmente con los recursos económicos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

El estudiante cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

Capítulo III: Objetivos de Diseño

Capítulo III: Objetivos de Diseño

3.1 Objetivo general

Diseñar un manual de imagen corporativa que estandarice la aplicación correcta del logotipo de la escuela para niños sordos LAVOSI, en los diferentes materiales impresos y digitales.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1 Recopilar información de la escuela LAVOSI a través de un brief que el cliente proporcione para que sea integrado a los diseños del manual.

3.2.2 Investigar, conceptos términos, teorías y tendencias de diseño relacionadas con los manuales de identidad corporativa a través de fuentes bibliográficas para que respalden las propuestas de diseño.

3.2.3 Establecer una línea gráfica a través de ilustraciones para incluir en los diferentes materiales impresos y digitales.

3.2.4 Digitalizar el logotipo de la escuela LAVOSI a través de las herramientas de diseño para utilizarlo en el manual y saber sus correctas aplicaciones en los diferentes materiales impresos y digitales.

Capítulo IV: Marco de Referencia

Capítulo IV: Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente

| | |
|-----------------------|--|
| Nombre de la escuela: | LAVOSI |
| Propietario: | Álvaro de León Cruz y Álvaro Ernesto de León |
| Ubicación: | Calle Real de Jocotenango, Residencial El Pedregal #3, Jocotenango, Sacatepéquez Guatemala. |
| Teléfonos: | 7728 - 4466 |
| Correo electrónico: | lavosi09@gmail.com |

4.1.1 Reseña Histórica

LAVOSI se fundó en 2009, a partir de la necesidad de una opción educativa para niñas y niños sordos en el área de Sacatepéquez. El fundador de LAVOSI es Álvaro de León Cruz, padre de un hijo sordo, Álvaro Ernesto de León. La vivencia con su hijo les motivó a iniciar una escuela específica para niñas y niños sordos en Jocotenango.

A continuación, se compartirá un poco de la vida de Álvaro Ernesto, quien trabaja con mucha entrega para que haya acceso a educación adecuada para sordas y sordos y una para que pueda haber mejor inclusión de personas Sordas en la sociedad guatemalteca:

Álvaro Ernesto nació el 23 de enero de 1977 en Antigua, Guatemala. Era un bebé sano, pero cuando tenía tres años perdió la audición. Álvaro completó su educación básica, a pesar de tener que asistir a escuelas que no ofrecían intérpretes o clases especiales para estudiantes sordos.

Extraordinariamente, encontró trabajo en un banco; primero en el departamento de Archivado, y luego Microfilmación. Álvaro dedicó su tiempo libre para escribir el primer volumen de su libro, Lenguaje de Señas Guatemalteco, el cual se agotó.

En los años siguientes, Álvaro siguió escribiendo y publicó el segundo y tercer volumen de su libro. Para mantenerse, dio lecciones privadas de Lengua de Señas, pero no estaba satisfecho. Él quería lograr una mejora de la situación para otros sordos guatemaltecos.

Todos los domingos él y su familia asistían a la iglesia en su pueblo. Después del sermón, se sentaron en los bancos que rodean un parque cercano y charlan. Álvaro a menudo notó a dos niños en el parque que estaban tratando de ganar un poco de dinero al pulir zapatos y botas. Al principio, Álvaro se acercó a ellos y los niños le tenían miedo, pero finalmente se ganó su confianza. Cuando lo hizo, Álvaro descubrió que eran profundamente sordos y que no recibían ningún tipo de educación o capacitación. Conocer a esos niños inspiró a Álvaro a establecer una escuela para sordas y sordos, LAVOSI.

LAVOSI es la escuela que Álvaro y su padre establecieron para las niñas y los niños sordos en Jocotenango y alrededor. Esta escuela permite que las niñas y los niños sordos guatemaltecos se sientan seguros, entendidos y que sean capaces de entender a los demás. Descubren lo importantes que son para las personas, sus comunidades y su país y aprenden sobre sus derechos y obligaciones en la sociedad, para sentirse parte de la vida y del desarrollo de sus familias y del país. La educación, la capacitación y el empoderamiento les ayudarán a ser un modelo a seguir para las futuras generaciones de sordas y sordos en Guatemala.

Visión: Ver una Guatemala más justa, donde sus habitantes sean prójimos entre sí, compartiendo la esencia de la práctica de los valores, propiciando las mismas oportunidades de trabajo a todos en igualdad de condiciones, sin distingos de los conceptos que nos separan; en cada amanecer se respire paz y el ansia de contribuir con el desarrollo.

Misión: Ejercer nuestra labor profesional docente, enmarcada dentro de los principios y valores, necesarios para ser ejemplo de las generaciones que se nos han encomendado formar. no escatimar esfuerzo alguno en afán de favorecer a nuestros estudiantes, en aras de hacer de ellos personas útiles a su comunidad y su país.

FODA

Fortalezas:

- La infraestructura es adecuada para desarrollar una labor educativa eficiente y con mucha tranquilidad y alegría.
- El Centro Educativo está ubicado en una zona con poco tránsito vehicular y lejos totalmente de cualquier antro de vicios.
- Es una construcción sólida, resistente y cómoda.
- Personal muy calificado para ejercer la labor.
- Contar con libros y reglamentos.

Oportunidades

- Participar en las inducciones promovidas por el Ministerio de Educación a través de la Dirección Departamental de Educación.
- Acceder a programas de superación profesional.
- Hacer del proceso enseñanza aprendizaje, un proceso agradable, ágil y productivo.
- Convivir con estudiantes con capacidades especiales.
- Interactuar con mayor libertad y propiedad desarrollando así sus capacidades de socialización.

Debilidades

- No cuentan con fondos propios.
- No poseer una infraestructura propia.
- No contar con apoyo de especialistas en psicología.
- No contar con asesoramiento de especialistas en el área auditiva.

Amenazas

- Desconocimiento de la capacidad de las personas sordas.
- Rechazo de la sociedad.

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

Capítulo V: Definición del grupo objetivo

El proyecto del manual de imagen corporativa está dirigido a los diseñadores y colaboradores externos que laboran para la escuela primaria LAVOSI para niños sordos, ya que ellos son quienes utilizan los materiales impresos y digitales. Con el manual pueden tener mayor conocimiento acerca del manejo del logotipo y su aplicación en diferentes superficies y materiales educativos.

5.1 Perfil geográfico

Sacatepéquez es un departamento de la República de Guatemala, situado en la región central del país. Tiene una extensión territorial de 465 kilómetros cuadrados y su población es de aproximadamente 330,469 personas según el censo nacional de 2019. Cuenta con 16 municipios y su cabecera departamental es Antigua Guatemala.

Sacatepéquez limita al norte con el departamento de Chimaltenango, al este con el departamento de Guatemala, al sur con Escuintla y al oeste con el departamento de Chimaltenango. Sus principales idiomas son el español y el kaqchikel. Su temperatura habitual es templada. Su fundación fue el 12 de septiembre de 1839.

5.2 Perfil demográfico

Diseñadores gráficos y colaboradores externos que laboran para la escuela primaria LAVOSI para niños y niñas sordos, hombres y mujeres entre los 20 a 50 años solteros y casados. Poseen un nivel socioeconómico C3 y D1. Que cuente con estudios universitarios en diseño gráfico y/o comunicación.

5.3 Perfil psicográfico

Diseñadores gráficos y colaboradores externos se les consideran multifacéticas, excéntricas, creativas, curiosas y extrovertidas; suelen ser sedentarias y realizan actividades que requieren esfuerzo físico de forma esporádica, también gustan de actividades artísticas como pintura, fotografía, escultura, música, cine y/o literatura.

5.4 Perfil conductual

Diseñadores gráficos y colaboradores son personas autodidactas que constantemente se actualizan en diversos softwares y buscan la optimización de sus procesos. Su alimentación no suele ser muy buena, ya que consumen una considerable cantidad de comida rápida y la mayoría de ellos consume bebidas alcohólicas, tabaco u otros tipos de intoxicantes.

Viajan frecuentemente dentro del país y sus viajes al exterior son ocasionales; frecuentan restaurantes, cafés o bares conceptuales durante la noche; y suelen adquirir productos tecnológicos vanguardistas de alto costo teniendo como motivación el diseño industrial y la interfaz gráfica de los mismos.

Capítulo VI: Marco Teórico

Capítulo VI: Marco teórico

En este capítulo se definen las teorías que servirán como una plataforma para el desarrollo del proyecto con el planteamiento y la propuesta de un manual de imagen corporativa para la escuela primaria LAVOSI para niños sordos.

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Educación

Es el proceso mediante el cual se estimula a una persona para que desarrolle sus capacidades cognitivas y físicas con el fin de poder integrarse ante la sociedad. (Sánchez, A. conceptodefinicion.de, 2019)

6.1.1.2 Educación Formal

Es aquella educación que es efectuada mediante un maestro profesional, la cual se vale por las herramientas que brinda la pedagogía para alcanzar objetivos. Esta educación se suele dividir por áreas para así poder facilitar la asimilación de la información para el adecuado. (definicionabc.com, 2015)

6.1.1.2.1 Educación Primaria

Se refiere que se le imparte a la población más joven y es considerada como la más importante, dado a que es la base para recibir una educación más compleja. Esta se establece en el entorno de los conocimientos más elementales para los niños. (Adrián Y, conceptodefinicion.de, 2020)

6.1.2 Estudiante

Es la forma en la que se le denomina al individuo que se encuentra realizando estudios de nivel primario, medio o superior en una institución académica. se le caracteriza por estar

asociado al aprendizaje y su búsqueda de nuevos conocimientos sobre las materias que cursan. (Adrián R, conceptodefinicion.de, 2020)

6.1.3 Aprendizaje

Consiste en adquirir, procesar, entender y aplicar una información que ha sido adquirida o enseñada. También es el proceso de estudio, experiencias, instrucciones, razonamiento y observación. Cuando esta se da durante la etapa más temprana de la educación no supone únicamente a la adquisición de nuevos conocimientos. (S, concepto.de, 2019)

6.1.4 Escuela

Se denomina de manera general a cualquier centro donde se enseña y se aprende, en cualquier nivel de educación. Está compuesta por un conjunto de profesores y alumnos. Esta puede ser pública o privada. (deconceptos.com, 2020)

6.1.5 Escuela Especializada

Es una modalidad de la educación básica que ofrece atención educativa con equidad a alumnos con necesidades educativas especiales con o sin discapacidad y/o aptitudes sobresalientes, de acuerdo con sus condiciones, necesidades, intereses y potencialidades, su práctica se basa en el enfoque de la educación inclusiva, entendida como un conjunto de procesos orientados a eliminar o minimizar las barreras que limitan el aprendizaje y la participación de todo el alumnado. (edu.jalisco.gob.mx, 2019)

6.1.6 Discapacidad

Es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. (Eltikoia, V. T. L. E, docenteslibresmdq.com, 2010)

6.1.6.1 Discapacidad Auditiva

Se define como la pérdida o anormalidad de la función anatómica y/o fisiológica del sistema auditivo, y tiene su consecuencia inmediata en una discapacidad para oír, lo que implica un déficit en el acceso al lenguaje oral. Partiendo de que la audición es la vía principal a través de la cual se desarrolla el lenguaje y el habla, debemos tener presente que cualquier trastorno en la percepción auditiva del niño y la niña, a edades tempranas, va a afectar a su desarrollo lingüístico y comunicativo, a sus procesos cognitivos y, consecuentemente, a su posterior integración escolar, social y laboral. (Quiroga, E, hablemosdeneurociencia.com, 2020)

6.1.6.1.1 Clasificación de la discapacidad auditiva

(World Health Organization, who.int, 2016)

6.1.6.1.2 Prelocutiva Es la pérdida que se produce en el momento del nacimiento antes de la adquisición del lenguaje entre los 0 a los 2 años.

6.1.6.1.3 Perilocutiva Es la pérdida de la audición que se produce durante la adquisición del lenguaje entre los 2 a los 4 años.

6.1.6.1.4 Postlocutiva Es la pérdida de la audición que se da una vez adquirido el lenguaje.

6.1.6.1.5 Presbiacusia Es la pérdida de la audición que se genera de manera progresiva en edades avanzadas sobre las edades de 65 años en adelante.

6.1.7 Personas sordas

Es aquella persona que tiene dificultades para oír. puede que estas personas escuchen un poco o puede que no escuchen ningún sonido. Sin embargo, algunos sordos se comunican con lenguajes de señas y otros con lengua oral. (World Health Organization, who.int, 2016)

6.1.8 Lenguaje oral

El lenguaje oral se puede describir como la capacidad de comprender y usar los símbolos verbales como forma de comunicación que puede definirse como un sistema estructurado con símbolos que cataloga los objetos, las relaciones y los hechos en el marco de una cultura. (espaciologopedico.com, 2020)

6.1.9 Lenguaje de señas

En una lengua natural de expresión y configuración de gesto espacial y percepción visual, es mediante la cual las personas sordas pueden Establecer un canal de comunicación con un entorno social el cual está conformado por otros individuos que de igual modo sean sordos o por cualquier persona que tenga conocimiento de la lengua de señas. (G, cultura-sorda.org, 2011)

6.1.10 Maestros

Se le define maestro a toda persona que enseña y dedica su profesión de la docencia con la habilidad de brindar conocimientos y con la capacidad necesaria para impartir enseñanzas. (Porporatto, M, quesignificado.com, 2016)

6.1.11 Maestros educación especial

Son aquellos que trabajan con discapacidad física, auditiva o visual, o con dificultades emocionales, de comportamiento y de aprendizaje. Ellos pueden utilizar recursos y métodos de enseñanza especiales, como lo es el lenguaje de señas o el braille. (Morin, A, understood.org, 2020)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

6.2.1.1 Comunicación

Es el proceso mediante el cual un emisor desea transmitir, intercambiar o compartir un mensaje con el receptor estableciendo una conexión en un momento y espacio determinado para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos. (S, concepto.de, 2020)

6.2.1.2 Principales autores de la comunicación

“La comunicación se puede definir como un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta”.-Alberto Martínez.

“En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado”. - Abraham Nosnik. (Torres, J, lifeder.com, 2020)

6.2.1.3 Proceso de comunicación

El proceso de la comunicación consiste en que un emisor envía o transmite un mensaje a un receptor, de tal forma que el mensaje está codificado de una manera comprensible para el receptor. El mensaje se envía mediante un canal, este puede ser el mismo emisor, un correo electrónico, un aviso escrito, un programa, entre otros. El receptor recibe y decodifica el mensaje al cual esté inmediatamente responder al mensaje en función a su comprensión de este y da lugar a una retroalimentación. Mediante este proceso es posible que se generen ruidos o interferencias que pueden afectar la comunicación que tanto el emisor como el receptor deben de tratar de superar para poder entablar una buena comunicación. (koiwerrhh.com.ar, 2020)

6.2.1.4 Tipos de comunicación

Se debe tener en cuenta que la comunicación se divide en dos: la comunicación no verbal y la comunicación verbal.

6.2.1.4.1 Comunicación no verbal

Comunicación no verbal. La comunicación no verbal es el envío o recepción de mensajes sin palabras. Podemos decir que la comunicación que no sea oral ni escrita, como el gesto, el lenguaje corporal, la postura, el tono de voz o las expresiones faciales, se denomina comunicación no verbal. La comunicación no verbal tiene que ver con el lenguaje corporal del hablante. (fp.uoc.fje.edu, 2019)

6.2.1.4.2 Comunicación verbal

La comunicación verbal se refiere a la forma de comunicación en la cual el mensaje se transmite verbalmente; la comunicación se hace de boca en boca y una escritura. El objetivo de cada comunicación es hacer que las personas entiendan lo que se está tratando de transmitir. (Rosario Peiro, economipedia.com, 2020)

6.2.1.5 Funciones de la comunicación

La comunicación puede ser interna o externa en función de para quién está diseñado a quién va destinada y sobre si tiene un objetivo comercial o social. (Canive, T, sinnaps.com, 2014)

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

6.2.2.1 Diseño

Se refiere al proceso de creación y desarrollo para producir un nuevo objeto o medio de comunicación para uso humano, también se refiere a un boceto, bosquejo o un esquema. Este concepto suele utilizarse más en el concepto de las artes, arquitectura, ingeniería, entre

otros, todo esto suele ser plasmado de forma gráfica para poder exhibir.
(definicionabc.com, s.f.)

6.2.2.2 Principales autores del diseño

“El diseño posee innumerables concertaciones. Es la organización, en un equilibrio armonioso de materiales, de procedimientos y de todos los elementos que tienden a una determinada función. El diseño no es una fachada ni una apariencia exterior. Más bien debe penetrar y comprender la esencia de los productos y de las empresas.

Su tarea es compleja y minuciosa. Tanto integra los requerimientos tecnológicos, sociales y económicos como las necesidades biológicas o los efectos psicológicos de los materiales, la forma, el color, el volumen o el espacio. Su formación tiene que contemplar tanto la utilización de los materiales y de las técnicas como el conocimiento de las funciones y los sistemas orgánicos.” MOHOLY NAGY, László. (1947)

6.2.2.3 Diseño gráfico

Es una manera de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas en general por medios industriales y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales determinados. Esta es la actividad que posibilita comunicar gráficamente ideas, hechos y valores procesados y sintetizados en términos de forma y comunicación, factores sociales, culturales, económicos, estéticos y tecnológicos. (M, esneca.com, 2019)

6.2.2.4 Tipos del diseño

6.2.2.4.1 Diseño de interiores

Es una disciplina proyectual que involucra el proceso de mejorar la función y cualidades del espacio interior, con la manipulación del volumen espacial, así como el tratamiento superficial (materiales y objetos). (R. esdima.com, 2018)

6.2.2.4.2 Diseño industrial

Es la disciplina orientada a la creación y al desarrollo de los productos industriales (que pueden ser producidos en serie y a gran escala). (definicionabc.com, s.f.)

6.2.2.4.3 Diseño de modas

Es la aplicación de los principios del arte y el diseño a las prendas de ropa y accesorios que las personas utilizan. La moda es diseñada teniendo en cuenta el contexto cultural, social, el tiempo y lugar donde son creados y utilizados. (Mayab, L. A, merida.anahuac.mx, s.f.)

6.2.2.4.4 Diseño textil

El diseño textil es la disciplina involucrada en la elaboración de productos para la industria textil, tales como fibras, hilos y tejido textil con propiedades y características específicas. (conceptodefinicion.de, 2019)

6.2.2.4.5 Diseño gráfico

Es una profesión cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados. Esta actividad ayuda a optimizar las comunicaciones gráficas. (I, casandrasoft.com, 2019)

6.2.2.4.6 Diseño editorial

Es la estructura y composición que forma a libros, revistas, periódicos, catálogos, caratulas, volantes, afiches, entre otros. Es la rama del diseño gráfico que se enfoca de manera

especializada en la estética y diseño tanto del interior como el exterior de los textos. (Maria, F. S, staffcreativa.pe, 2020)

6.2.2.4.7 Diseño de arte

Todas las creaciones realizadas por el ser humano para expresar una visión sensible acerca del mundo, ya sea real o imaginario. Mediante recursos plásticos, lingüísticos o sonoros, el arte permite expresar ideas, emociones, percepciones y sensaciones. (definicion.de, s.f.)

6.2.2.4.8 Diseño publicitario

Comprende la creación, maquetación y diseño de publicaciones impresas, tales como revistas, periódicos, libros, flyers, trípticos y también el soporte para otros medios visuales, como la televisión o internet. (fotonostra.com, 2020)

6.2.2.4.9 Diseño web

Es una actividad que consiste en la planificación, diseño e implementación de sitios web. (W, webdesignerandmore.wordpress.com, 2012)

6.3 Ciencias auxiliares. artes, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias auxiliares

6.3.1.1 Semiología

Es una ciencia que estudia principalmente los signos. El suizo Ferdinand de Saussure (1857-1913) fue uno de los principales teóricos del signo lingüístico, al definirlo como la asociación más importante en la comunicación humana. Para Saussure, el signo está formado por un significante (una imagen acústica) y un significado (la idea principal que tenemos en mente respecto a cualquier palabra).

El estadounidense Charles Peirce (1839-1914), por su parte, definió al signo como una entidad de tres caras, con un significante (el soporte material), un significado (la imagen

mental) y un referente (el objeto real o imaginario al cual hace alusión el signo).
(definicion.de, s.f.)

6.3.1.2 Lingüística

Es la ciencia que se encarga de investigar el origen, la evolución y la estructura del lenguaje, con el fin de poder deducir las leyes que rigen la lengua. La lingüística estudia las estructuras fundamentales del lenguaje humano, sus variaciones a través de todas las familias de lenguas y las condiciones que hacen posible la comprensión y la comunicación por medio de la lengua natural. (Álvarez C, conceptodefinicion.de, 2020)

6.3.1.3 Psicología

Es la ciencia que trata de los fenómenos o contenidos de la conciencia y procesos conscientes e inconscientes; de sus condiciones y leyes de formación producción y desarrollo. (UNAP, .unapiquitos.edu.pe, s.f.)

6.3.1.4 Psicología de la comunicación

Es una conducta científica independiente, que se encarga de estudiar y analizar el proceso de comunicación a partir de los mecanismos biopsicosociales, inconscientes y conscientes que lo conforman. Forma uno de los campos de estudio que ha logrado, en los últimos períodos, mayor utilidad y calidad para los expertos de las ciencias humanas. (Xyz, D, definicion.xyz, 2018)

6.3.1.5 Psicología del consumidor

Se encarga de estudiar la forma de pensar de los compradores, trata de comprender Por qué razón las personas llegan a tomar una decisión por un producto u otro. este estudio ayuda a las empresas para saber en qué deben mejorar su producto y qué es lo que el cliente busca. (Parduelles, M, gestiopolis.com, 2015)

6.3.1.6 Psicología del color

Estudia los colores y los sentimientos que generan estos en las personas. La mezcla de colores que usualmente se utilizan en la publicidad, tienen razón de ser ya que el diseñador debe primero establecer qué es lo que quiere transmitirle al grupo objetivo, para luego hacer un estudio de cuál es la mejor forma de usar los colores para transmitirlo. (García-Allen, J., & García-Allen, J, psicologiamente.com, 2020)

6.3.1.7 Psicología organizacional

Es una rama de la psicología que estudia el comportamiento de los seres humanos en una organización. Esta disciplina se suele utilizar en el área de recursos humanos para formar a los estudiantes en nociones de psicología que le permite manejar de forma más adecuada las distintas tareas de gestión de personal. (utel.edu.mx, 2020)

6.3.1.8 Sociología

Es la ciencia que estudia el comportamiento social de las personas, los grupos, y de lo que son las organizaciones de la sociedad. La sociología tiene dos grandes formas de tratar los fenómenos sociales. Por una parte, se ocupa de los agregados y entidades sociales. Los sociólogos tratan de conocer qué son, cómo funcionan y cómo afectan al comportamiento y al bienestar de las personas.

Por otra parte, la sociología se ocupa del comportamiento de las personas en relación con los demás y con el conjunto de situaciones en las que viven. Indaga cómo ocurren sus acciones y qué consecuencias tienen en nuestros modos de vida. En especial, presta atención al impacto que el comportamiento de la gente tiene en la sociedad a través de sus acciones y su participación. (cisolog.com, 2020)

6.3.1.9 Antropología

Ciencia que estudia los aspectos físicos y las manifestaciones sociales y culturales de las comunidades humanas. Conjunto de rasgos que caracterizan a una comunidad humana, desde el punto de vista de esta ciencia. (definicionabc.com, s.f.)

6.3.1.10 Cibernética

Ciencia que estudia los sistemas de comunicación y de regulación automática de los seres vivos y los aplica a sistemas electrónicos y mecánicos que se parecen a ellos. (giovanni.guillen, monografias.com, s.f.)

6.3.1.11 Pedagogía

Es una ciencia aplicada con características psicosociales que tiene la educación como principal interés de estudio.

Estudia todo lo relacionado con la educación y la posición de los valores de conocimiento del ser humano. Derivada de los griegos «Paidon» que significa «Niño» y «Gogos» que quiere decir «Conducir», la palabra hace referencia a su visión, evocada a la formación de métodos que garanticen una educación de alto valor. Cuando se habla de Pedagogía en una institución, se realiza un estudio analítico de los procesos de enseñanza existentes, para reforzar o elaborar mejores estrategias que ayudarán al niño absorber la máxima cantidad de conocimiento posible.

Es la ciencia de la educación que consiste en un método de enseñanza que tiene como objetivo el planificar, analizar, desarrollar y evaluar los procesos de enseñanza y aprendizaje.

El objeto de estudio de la pedagogía es la educación de los niños. Debido a las características propias del desarrollo se tienen en cuenta los factores evolutivos. En esta

etapa se adquieren competencias fundamentales para la vida por lo que la labor de los educadores es crucial. (S. definicion.de, s.f.)

6.3.1.12 Andragogía.

Se refiere a todo aquellas técnicas pedagógicas utilizadas exclusivamente en educación para adultos, no sólo desde el punto de vista académico, sino que también psicológico y sociológico entre otros. Parte de la idea de que los adultos aprenden de manera diferente a los niños y Por ende requieren otro enfoque tanto para comprender como también mantenerse estimulado. (Azofeifa-Bolaños, J. B., redalyc.org, 2020)

6.3.2 Artes.

6.3.2.1 Tipografía

Es el estudio y análisis de los diferentes tipos o caracteres que componen un texto, no desde el punto de vista del contenido, la gramática o el estilo escritura sino antes del aspecto visual y de diseño. (Adrián R, conceptodefinicion.de, 2020)

6.3.2.2 Artes visuales

Se le conoce como el arte de los nuevos medios, este está formado por las artes plásticas tradicionales, entre las que se encuentran el dibujo, la pintura, la ilustración y escultura. asimismo, los artes visuales también están integrados de lo que son las nuevas tecnologías orientadas al arte o elementos que no son convencionales que no generan expresión visual. (S, significados.com, 2019)

6.3.2.3 Arte digital

Arte Digital es una disciplina creativa de las artes plásticas, una nueva tendencia surgida en torno a la aplicación de programas vectoriales y graficadores, que comprende obras en las que se utilizan elementos digitales que son imprescindibles en el proceso de producción

o en su exhibición, manifestando estas obras mediante soportes digitales o al menos tecnológicamente avanzados. (T, tiposdearte.com, 2017)

6.3.2.4 Dibujo

Arte gráfica que consiste en plasmar sobre alguna superficie los contornos de un objeto real o ficticio, el cuál puede pintarse con colores o simplemente ser blanco y negro o sombreado. (Martínez, A, conceptodefinicion.de, 2020)

6.3.2.5 Pintura

Forma artística que busca representar la realidad gráficamente, empleando para ello formas y colores sobre una superficie a partir de pigmentos naturales y sintéticos. (Álvarez C, conceptodefinicion.de, 2020)

6.3.2.6 Literatura

Es una expresión artística que hace uso de la palabra, tanto escrita como oral, para transmitir una serie de sentimientos, descripciones y conocimientos diversos. (Cervantes, B. V. M, cervantesvirtual.com, 2020)

6.3.3 Teorías

6.3.3.1 Teoría del color

La teoría del color es un conjunto de reglas básicas en la mezcla de colores para así poder obtener los efectos deseados al momento de combinarlos.

La teoría del color es un grupo de reglas básicas en la mezcla de colores para conseguir el efecto deseado combinándolos. El color es una sensación producida por el reflejo de la luz en la materia y transmitida por el ojo al cerebro. La materia capta las longitudes de onda que componen la luz excepto las que corresponden al color que observamos y que son reflejadas.

La luz blanca se puede producir combinando el rojo, el verde y el azul, mientras que combinando pigmentos cian, magenta y amarillo se produce el color neutro. (S, concepto.de, 2020)

6.3.3.2 Teoría Gestalt

Es una corriente de la psicología moderna, que surge a principios del siglo XX. Propone que la percepción de cada individuo está ligada a su historia, motiva motivación. Esto implica que dos individuos no perciban de igual forma un mismo objeto. (Torres, A., & Torres, A, psicologiaymente.com, 2020)

6.3.4 Tendencias

6.3.4.1 Vanguardismo.

Importante grupo de escuelas artísticas que rompen con el canon tradicional. Se presenta una ruptura con el pasado, se busca lo nuevo se experimenta con el arte. se desvanecen los límites entre las artes; así es como la pintura se mezclaba con la literatura y la danza con el teatro. Suele salirse del estatus quo y desborda los límites que estaban establecidos como normas. Donde el artista obtiene libertad absoluta ante sus creaciones, siempre con la búsqueda de la innovación, la originalidad y nuevos cánones estéticos. (R. características.co, 2020)

6.3.4.2 Cubismo.

El cubismo es una escuela y teoría estética de las artes plásticas y el diseño. Se caracteriza por la utilización de las formas geométricas, como los cubos, los triángulos y los rectángulos. El movimiento nació en Francia y tuvo su apogeo entre 1907 y 1914. El término cubismo proviene del vocablo francés cubismo, que fue propuesto por el crítico Louis Vauxcelles.

Este especialista hacía referencia a los cubos que aparecían en las pinturas de artistas como Pablo Picasso, Juan Gris y Georges Braque, entre otros exponentes del cubismo. (definicionabc.com, s.f.)

6.3.4.3 Minimalismo

Tendencia estética e intelectual que busca la expresión de lo esencial eliminando lo superfluo. (historia-arte.com, s.f.)

6.3.4.4 Esqueumorfismo

Técnica diseño que busca replicar ornamentalmente la apariencia de un objeto original, pero utilizado en otro lugar. Busca imitar o copiar el diseño original de un objeto de vida real plasmando lo más parecido en digital consiguiendo de esta manera un realismo visual. (Munoz, A. E, dicecomunicacion.com, 2016)

6.3.4.5 Geométrica.

Es una tendencia que se enfoca en la simplicidad de mezclar cierta forma, líneas y curvas para obtener resultados creativos. Este puede ser creado con precisión formulista o por medio de la experimentación. (Cloudflare, interceramic.com, 2020)

6.3.4.6 Ilustración a mano alzada.

Es aquella que se realiza de forma directa, sin boceto previo o sin correcciones o modificaciones posteriores. del dibujo creado sobre la marcha utilizando solamente un lápiz, un bolígrafo u otra herramienta para realizar los trazos. (definicion.de, s.f.)

6.3.4.7 Dibujo técnico.

Consiste en la representación gráfica de los objetos con el fin de brindar información adicional que llegue a facilitar el análisis entendimiento de dicho objeto, lo cual permitirá su posterior construcción o uso. (Italo Q, arcux.net, 2020)

6.3.4.8 Diseño de tipografía.

Es considerado como la columna vertebral del diseño. Este se encarga de relacionar familias y tamaños de letras, así como también los espacios entre ellas y sus interlineados y medidas. Estas no sólo tienen funcionalidad lingüística, sino que también representan de forma gráfica imágenes y formas. (Haslam, A, dialnet.unirioja.es, 2005)

6.3.4.9 Informalismo

Es un movimiento artístico en el cual se utiliza un lenguaje abstracto donde los materiales desempeñan un papel decisivo. En él se llega a encontrar una fuerte presencia de la personalidad del artista a través de las técnicas y los materiales que emplea. (masdearte.com, 2017)

6.3.4.10 Hiperrealismo

Es una técnica presente en el dibujo actualmente. este tipo de dibujos crece fuertemente y sorprende a todo el mundo ya que refleja una realidad absoluta y engaña fácilmente al ojo humano. (definicionabc.com, s.f.)

6.3.4.11 Pop Art

Es un movimiento que se caracteriza por oponerse a la cultura existente haciendo uso de imágenes de la cultura popular que son tomadas de los medios de comunicación. A partir de los alimentos que toman se elaboran abstracciones las cuales permiten al espectador inferir un determinado mensaje dirigido a la misma. (masdearte.com, 2019)

6.3.4.12 Arte conceptual

Es la creación artística donde lo primordial es la importancia del concepto de la obra, trata de mantener la experiencia estética sí que medie en ella la elaboración artística. el valor

plástico a los objetos siendo un arte sustancial de las ideas, la información y el dónde su sentido artístico está en el contenido conceptual desarrollado. (T, tiposdearte.com, 2016)

6.3.4.13 Povera

Se vale de objetos del desecho o sin valor artístico, y ajeno a las denominaciones como bello, hermoso o exquisito. Se propone dar valor a estructuras primarias con sillas con materiales groseros y hasta repulsivos, pero con la intención de dotarlo de espíritu poético. (masdearte.com, 2020)

6.3.4.14 Post modernismo

Proceso de creación de las formas extraídas de su contexto temporal y concreto, se combinan al azar y hacen del diseño decoración pura, convirtiéndolo en una verdadera enciclopedia de materiales. (portaldearte.cl, s. f.-b)

6.3.4.15 Cuadro de tendencias, variables de tipografía / combinación de colores

Variables de tipografía

Tipografía bold; Este tipo de tipografías en negrita consiguen dar al diseño un enfoque moderno, e incluso pueden utilizarse con efectos tridimensionales.

Composición asimétrica; La diagonal y lo asimétrico consiguen captar la atención del público y transmitir incluso mensajes con mayor audacia.

Variables de logos; La tendencia de las diferentes variaciones del mismo logo a crecido en los últimos años y poder así poderse diferenciar.

Combinación de colores

Cambio de color; Es la creación del logo oficial o apartados que representan a la marca, esto es algo que se puede dar por medio del cambio de color de la imagen pero no en el contraste de fondos.

Regla 60/30/10; Consiste en darle todo el protagonismo al color más fuerte, que ocupará el 60% del diseño. Los otros dos se repartirán el resto entre un 30% y un 10%. Se trata de jerarquizar el diseño y la información a través del uso del color

Opuestos; Utilizar un color muy potente y llamativo, como puede ser un rojo, se suaviza visualmente si lo combinas con uno suave y tenue, como un gris claro.

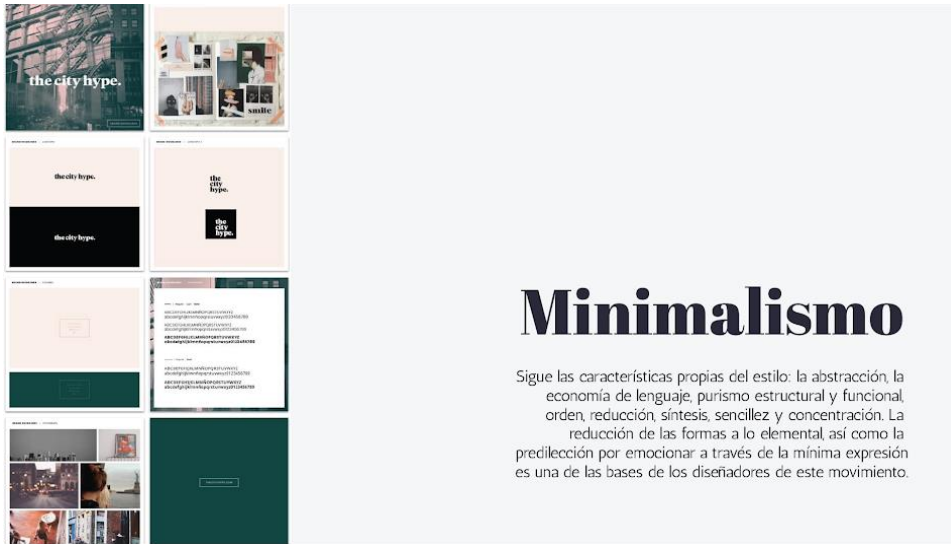
Complementarios; En la teoría del color, como hemos citado ya, hay ciertos colores complementarios que son los que están opuestos en el círculo cromático. Se consideran complementarios si al mezclarlos adecuadamente ofrecen un tercer color neutral. Y estos tres colores pueden funcionar perfectamente juntos en un mismo diseño.

Degradado; Utilizar un único color en diferentes grados de transparencia. Así, aunque apuestes todo a un color, podrás hacer combinaciones y jerarquizaciones claras.



Cuadro de tendencias las cuales servirán como inspiración para la elaboración del proyecto.

6.3.4.15 Cuadro de tendencias, minimalismo / formas geométricas



Cuadro de tendencias las cuales servirán como inspiración para la elaboración del proyecto.

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

Un manual de imagen corporativa tiene gran importancia dado que recoge los principales elementos gráficos de la marca y explica cómo estos se deben aplicar. En el manual se muestra como es el logotipo, cuáles son los colores corporativos, qué tipografías utiliza. Es decir, todos aquellos elementos que ayudan a componer una marca y brindar un ahorro de tiempo y también garantiza una consistencia.

7.1.1 Semiología

Mediante la semiología se podrá estudiar los signos y tener mejor noción de su utilidad, de esa manera se llega a comprender la forma en la que se comunican las personas. Al tener conocimiento y poder entenderla se puede lograr un correcto proceso de comunicación, para que cada elemento que se coloque en el manual de imagen corporativa tenga una función de utilidad y sea comprensible, logrando así una correcta distribución del contenido.

7.1.2 Semiología de la imagen

La semiología será de gran utilidad para la realización del proyecto, ya que ayudará en la interpretación de las imágenes, busca comprender o tomar una idea de lo que se visualiza.

7.1.3 Psicología

La psicología tiene gran importancia, por lo que nos ayudará en el estudio de la mente del grupo objetivo y, por consiguiente, su conducta, separando lo que es el estado mental y el comportamiento.

7.1.4 Psicología del color

Se encarga de analizar cómo es que se perciben los distintos colores, asociándolo con las emociones, sin embargo, se debe tomar en cuenta los diversos significados culturales que los colores. Dentro del proyecto esto nos permitirá realizar una elección de colores que entre sí generan una armonía al impacto visual.

7.1.5 Teoría del color

Dentro de la elaboración del proyecto, la teoría del color ayudará con la correcta combinación de colores, a modo que las combinaciones sean agradables para el ojo del grupo objetivo y de modo que sea congruente con la imagen que se quiera dar.

7.1.6 Tipografía

Mediante los diversos estilos de letras se podrá generar una conexión con el lector, del mismo modo es a través de ella que se puede llegar a definir el tipo de lectura que se desea tener. Asimismo, se podrán identificar los niveles de importancia que el manual de imagen corporativa poseerá.

7.1.7 Tecnología

Es una herramienta clave dado a que está presente en todo el proceso de la elaboración del proyecto, así como en el ordenador, las cámaras, los softwares, el internet, entre otros. Es a través de ella que se puede mejorar la producción, el ahorro del tiempo, el aumento en la calidad de vida, corta distancia y da a conocer el mundo.

7.2 Conceptualización

7.2.1 Método

7.2.1.1 Lluvia de ideas

Es una técnica de pensamiento creativo que se utiliza para estimular la producción de un elevado número de ideas, acerca de un problema y de sus posibles soluciones, o de algún tema que necesite ideas originales.

7.2.1.2 Aplicación del método

Su aplicación es útil para la construcción de un concepto, que ayude a la composición y construcción del manual de imagen corporativa, obteniendo los atributos e ideas claves que refleja la escuela para niños sordos LAVOSI.

7.2.3 Definición del concepto

Como método de lluvia de ideas se llegó al concepto de “líneas maestras” para la elaboración del manual de imagen corporativa dado que ese es el objetivo principal que este posee. Con esto se planea tener mejor control con futuros proyectos que la escuela para niños sordos LAVOSI elabore.

7.3 Bocetaje

Consiste en la elaboración de un dibujo en base de la esquematización y sin la necesidad de los detalles o terminaciones, para poder representar una idea, un lugar o una persona. Estos se suelen realizar para obtener una guía de producto final de un proyecto, teniendo en cuenta que todos los elementos de la composición son importantes.

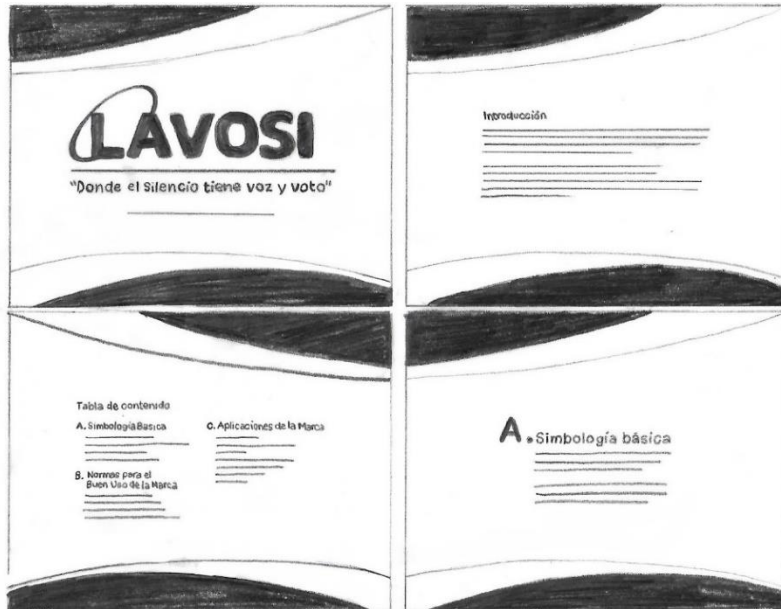
En este proyecto se tomaron en cuenta aspectos que transmiten la imagen de la escuela para niños sordos LAVOSI. Es mediante la elaboración de un pre-bocetaje escrito que se determinan

los principales elementos gráficos, se establecen los propósitos de cada uno, las técnicas de su desarrollo y las emociones que se pretenden provocar.

7.3.1 Tabla de requisitos

| Elemento Gráfico | Propósito | Técnica | Emoción |
|------------------|---|------------------------------|---------------------------------------|
| Color | Crear armonía en los diversos espacios que conforman el manual de imagen corporativa. | Ilustrador y Photoshop | Confianza, empatía |
| Tipografía | Generar jerarquías visuales, agradables a la vista | Font de 2 a 3 tipo de letras | Claridad, formalidad, profesionalismo |
| Retícula | Marca el orden de todos los elementos | Ilustrador | Orden |
| Diagramación | Ordenar los elementos gráficos dentro del espacio del manual. | Ilustrador, InDesign | Organización |

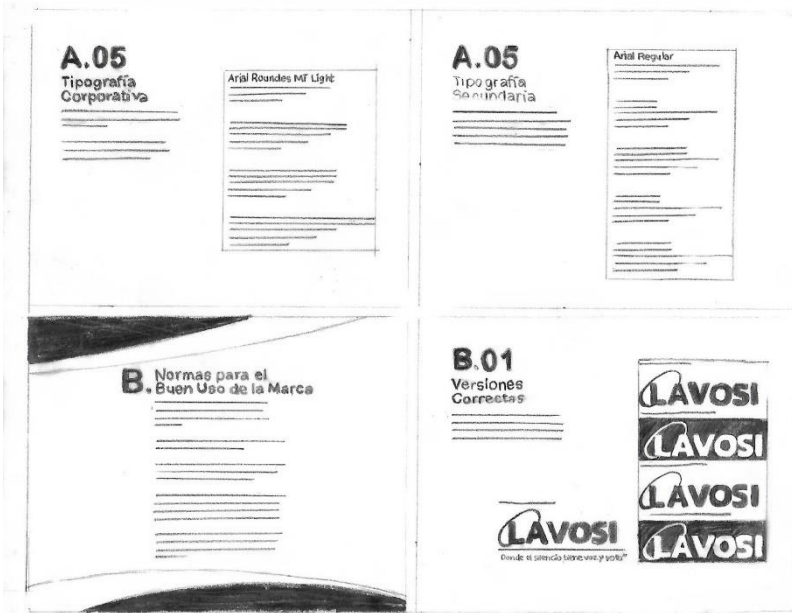
7.3.1 Proceso de bocetaje



Bocetos de portada, introducción, tabla de contenido y portada de apartado A que corresponde a la simbología básica.



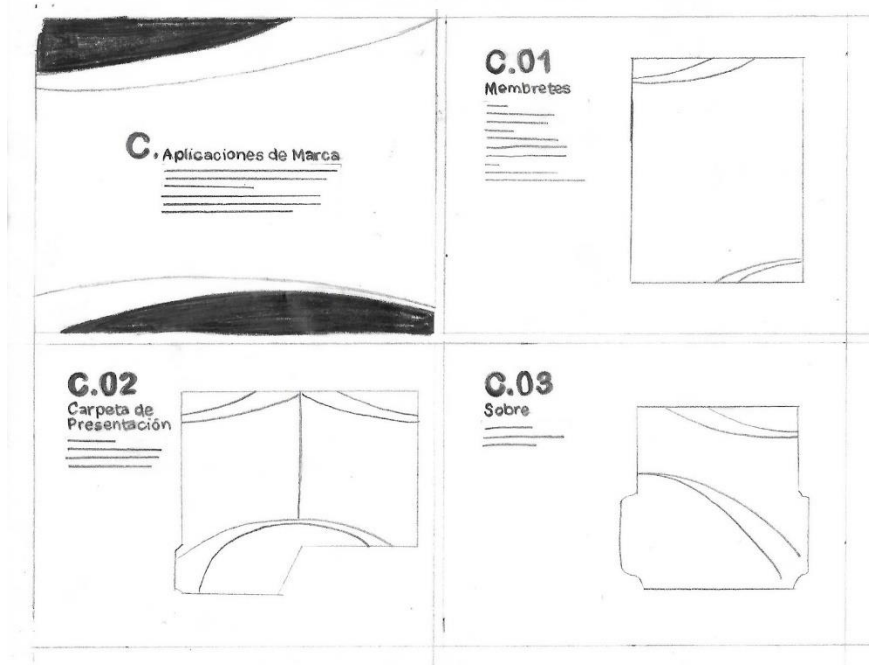
Bocetos del apartado A.01 al A.04 donde se encuentra el logotipo corporativo, las áreas de seguridad y productividad y los colores corporativos.



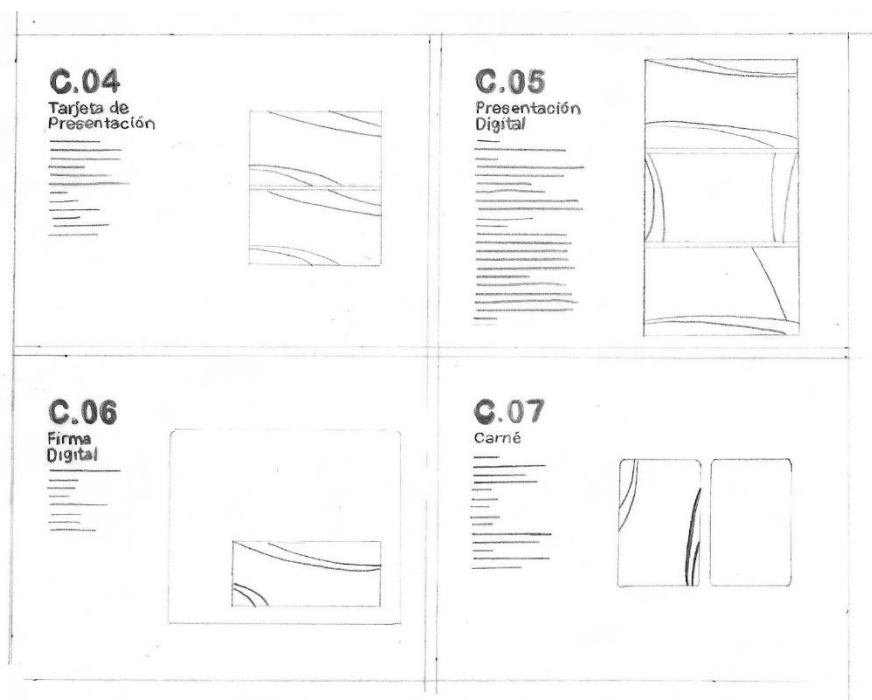
Bocetos de apartado A.05 a B.01 que corresponden a la tipografía corporativa, la tipografía secundaria, a la portada del apartado B donde se encuentran las normas para el buen uso de la marca y el apartado B1 donde están las versiones correctas.



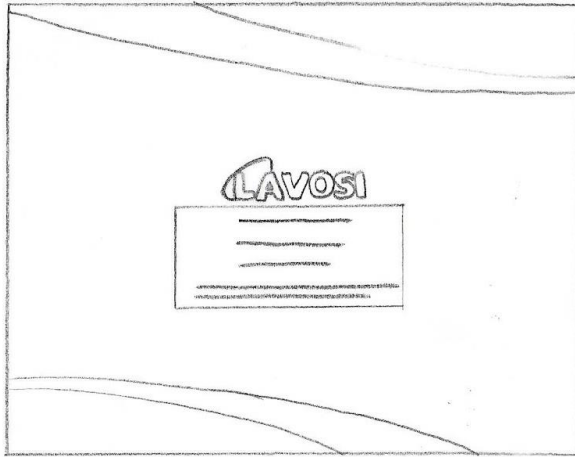
Bocetos de apartado B.02 a B.04 que corresponden a las aplicaciones correctas, las aplicaciones incorrectas y la expresión textual de la marca.



Bocetos del apartado C al C.03 que corresponde a la portada del apartado C de las aplicaciones de la marca, las hojas membretadas, la carpeta de presentación y el sobre.

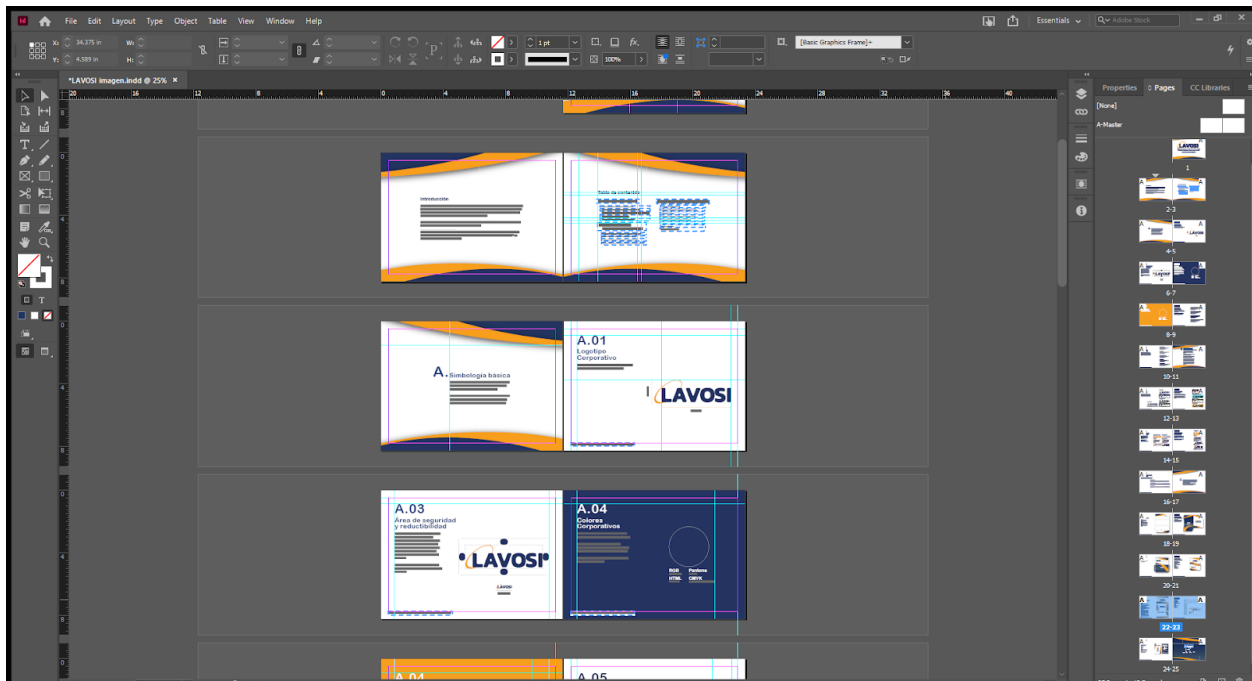


Bocetos de los apartados C.04 al C.07 que corresponden a las tarjetas de presentación, la presentación digital, la firma digital y el carné.

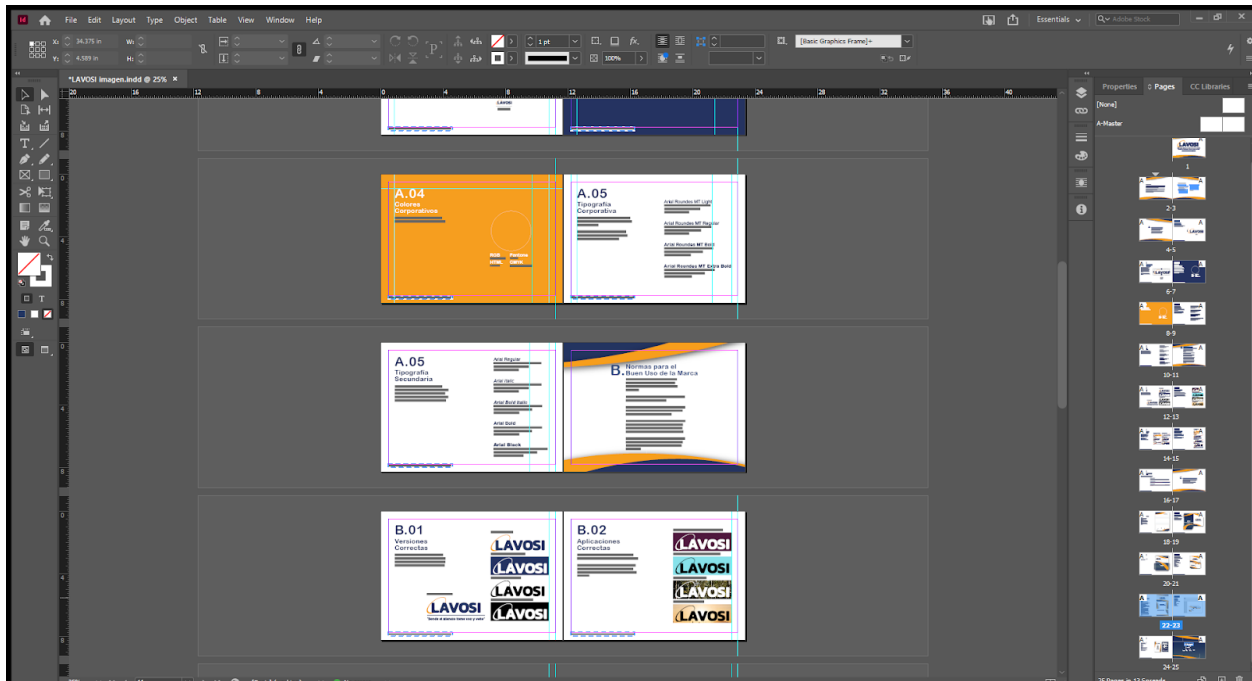


Boceto de la contraportada del manual de imagen corporativa de la escuela para niños sordos LAVOSI.

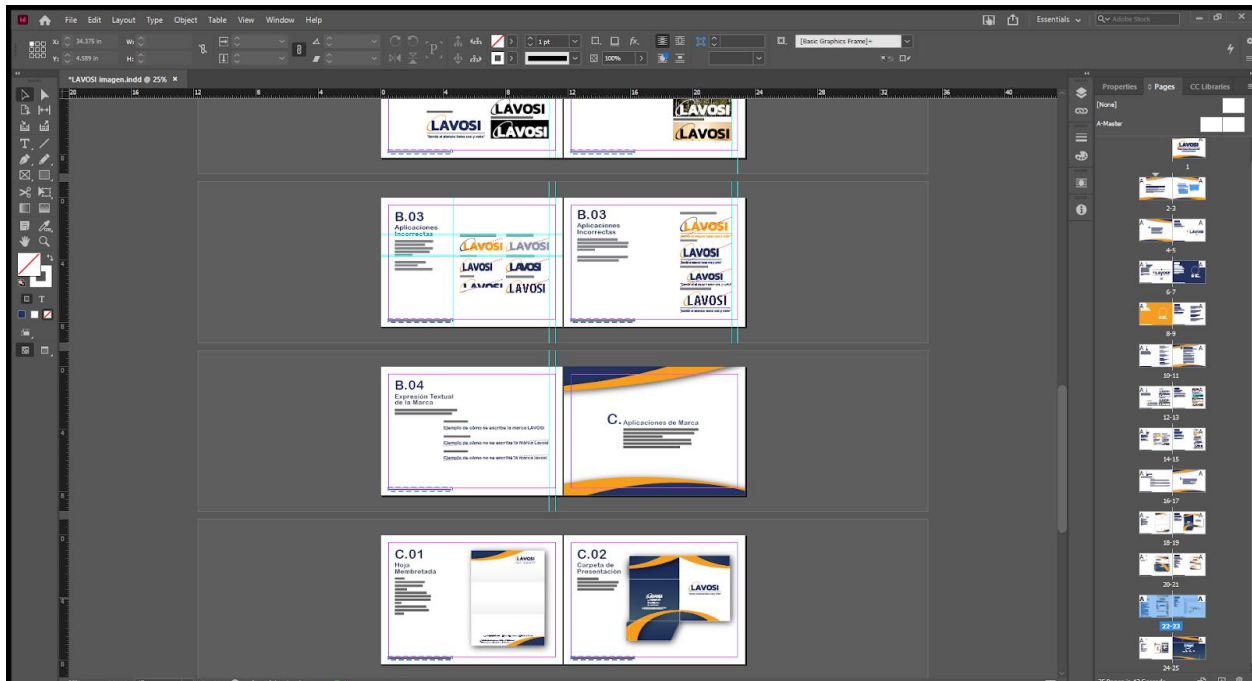
7.3.2 Proceso de digitalización de los bocetos



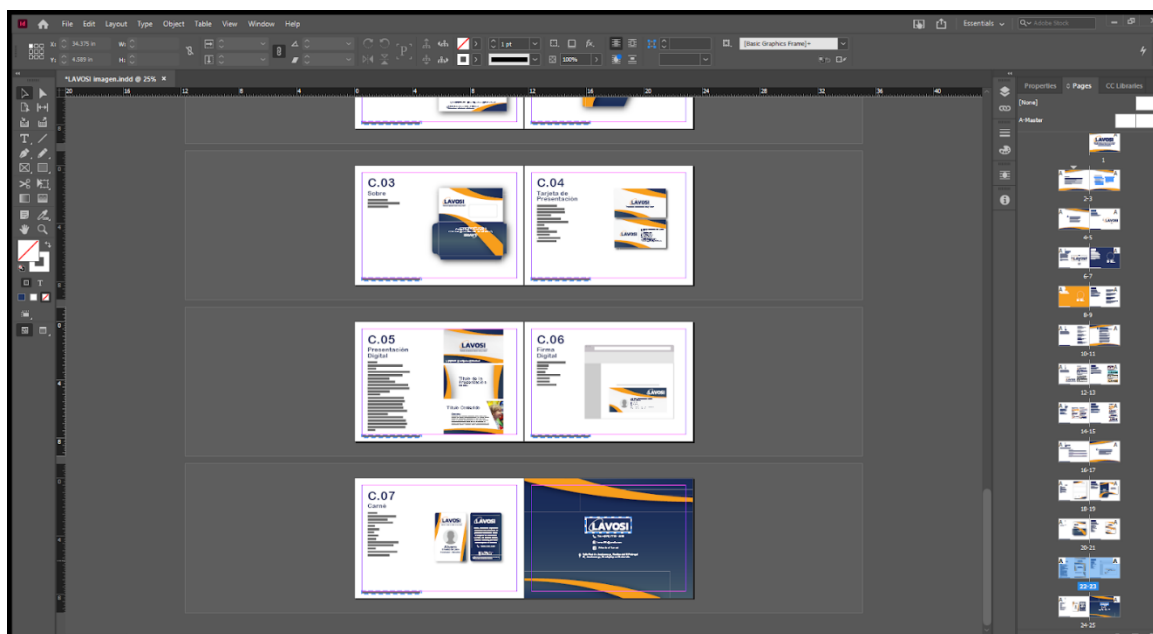
Proceso de digitalización de portada del manual de imagen corporativa, hasta apartado A.04.



Proceso de digitalización del apartado A.04 hasta el apartado B.02.



Proceso de digitalización del apartado B.03 al apartado C.02

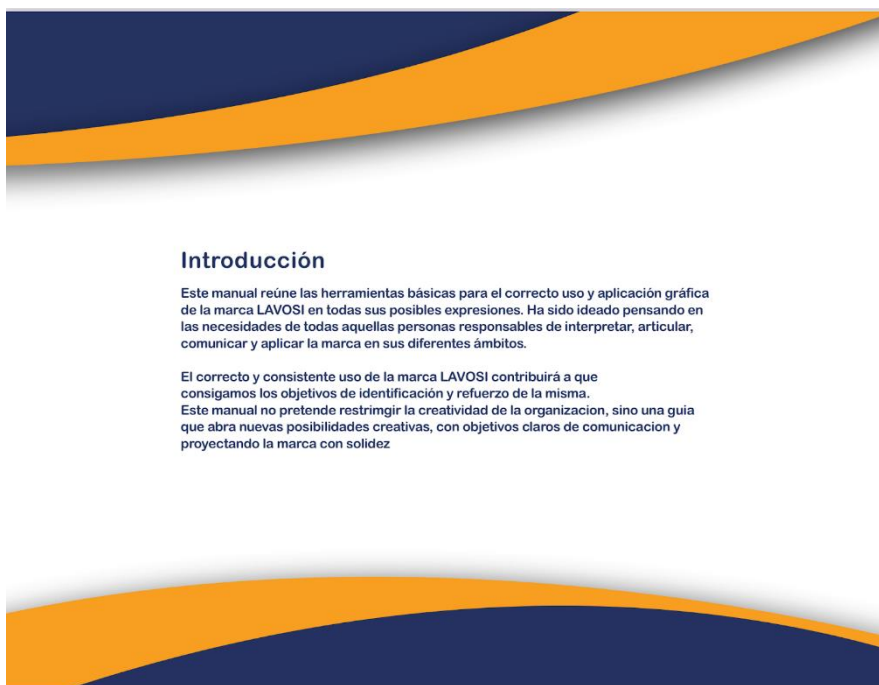


Proceso de digitalización del apartado C.03 hasta la contraportada del manual de imagen corporativa de la escuela para niños sordos LAVOSI.

7.4 Propuesta preliminar



Portada de manual de imagen corporativa de la escuela para niños sordos LAVOSI.



Introducción del manual de imagen corporativa.

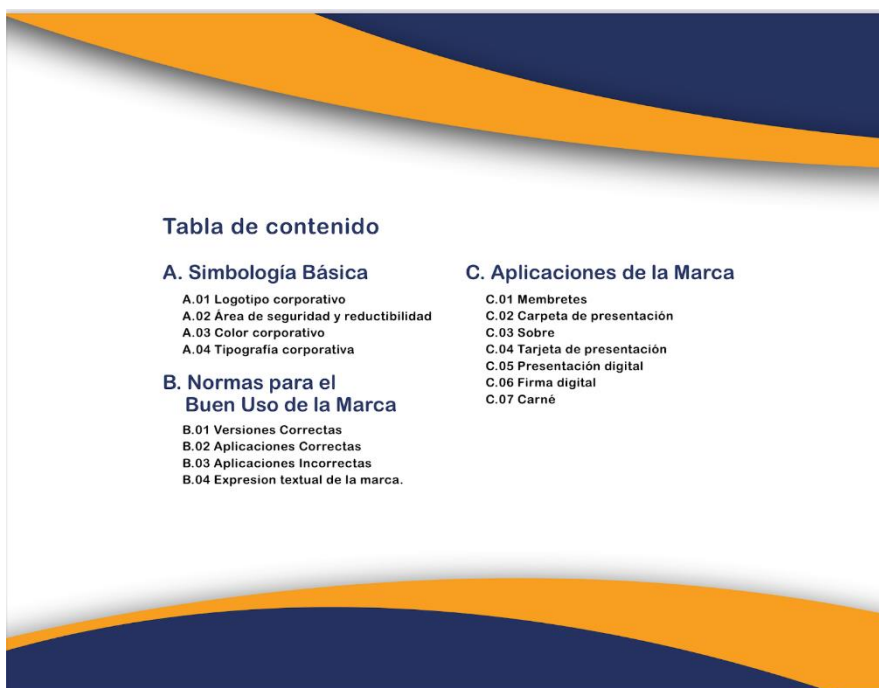


Tabla de contenido que muestra los elementos que conforman el manual de imagen corporativa de la escuela LAVOSI.



A. Simbología básica

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca LAVOSI se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

La marca LAVOSI está construida a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto.

Portada de apartado A que corresponde a la simbología básica.



A.01 Logotipo Corporativo

El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.01 donde se muestra el logo corporativo y elementos que lo conforman.

A.02

Área de seguridad y reductibilidad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al centro de la letra "O".

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 1 in. de ancho.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.02 donde se muestra el área de seguridad que se representa con el dentro de la letra "O" y reductibilidad de 1 pulgada.

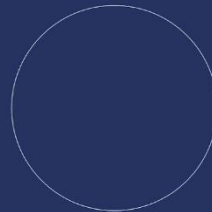
A.04

Colores Corporativo

Las referencias de color de LAVOSI son los Pantones aquí especificados.

Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.

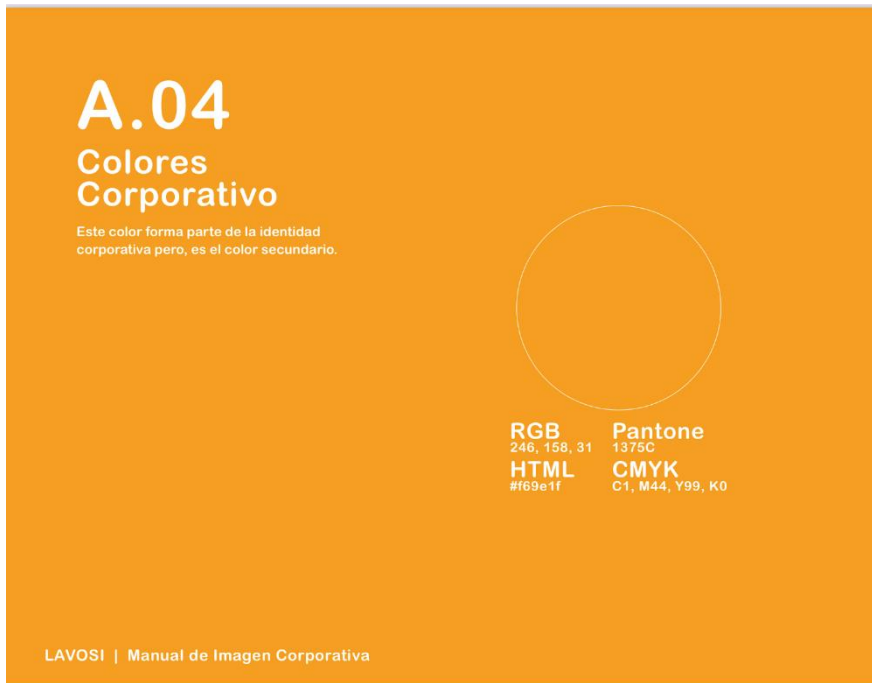


RGB
37, 51, 97
HTML
#253361

Pantone
2119C
CMYK
C97, M88, Y34, K24

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.04 de colores corporativos en sus diversas versiones.



Apartado A.04 color corporativa secundario con sus diversas versiones.



Apartado A.05 tipografía corporativa principal con sus diversas versiones.

A.05

Tipografía Secundaria

Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página Web, o los textos editados por la empresa se utilizará la tipografía Arial.

Arial Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,:;&%)

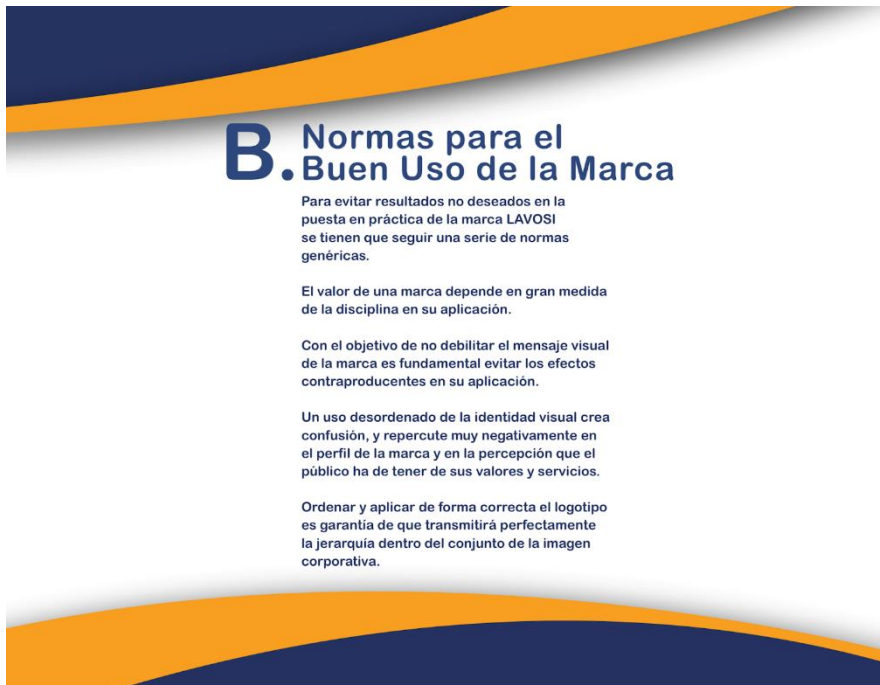
Arial Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,:;&%)

Arial Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,:;&%)

Arial Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,:;&%)

Arial Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,:;&%)

Apartado A.05 tipografía corporativa secundaria con sus diversas versiones.



Portada del apartado B que corresponde a las normas para el buen uso de la marca.

B.01

Versiones Correctas

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.

Versión Secundaria



Versión principal



Versión principal negativo



Versión blanco y negro



Versión blanco y negro negativo



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado B.01 de las versiones correctas del uso del logotipo.

B.02

Aplicaciones Correctas

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

Fondo de color no corporativo oscuro



Fondo de color no corporativo claro



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico oscuro claro



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado B.02 de las aplicaciones correctas del logotipo en fondos de color obscuro y claro, del mismo modo se muestra con fondos de fotografía obscuro y claro.

B.03

Aplicaciones Incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estostamaños y proporciones.

Aplicación incorrecta color



Deformación



Ocultación



Porcentajes de color



Espaciado incorrecto



Tipografía incorrecta



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado B.03 de las aplicaciones incorrectas del logotipo.

B.03

Aplicaciones Incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estostamaños y proporciones.

Aplicación incorrecta color



"Donde el silencio tiene voz y voto"

Deformación



"Donde el silencio tiene voz y voto"

Tamaños incorrectos



"Donde el silencio tiene voz y voto"

Tipografías incorrectas



"Donde el silencio tiene voz y voto"

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado B.03 de las aplicaciones incorrectas del logo secundario.

B.04

Expresión Textual de la Marca

Cuando la marca LAVOSI esté mecanografiada se escribirá tal y como se muestra en el ejemplo.

Escritura correcta

Ejemplo de cómo se escribe la marca LAVOSI

Escritura incorrecta

~~Ejemplo de cómo no se escribe la marca Lavosi~~

Escritura correcta

~~Ejemplo de cómo no se escribē la marca lavosi~~

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.04 de la expresión textual de la marca.



Portada del apartado C donde se muestran las diversas aplicaciones de la marca.

C.01 Membretes

Tamaño
Membrete tamaño carta
(21,59 cm x 27,94 cm).
Márgenes
Margen superior de 4 cm,
márgenes del lado izquierdo,
derecho e inferior de 2,5 cm.
Texto
Estilo y tamaño de fuente
sugerido: Arial Rounded 11 puntos.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.01 que corresponde a la hoja membretada con sus especificaciones.

C.02 Carpeta de Presentación

Especificaciones
Carpeta de presentación tamaño
carta (22 cm x 30 cm cerrado) a
dos cuerpos y con un bolsillo.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.02 de la carpeta de presentación, mostrada a dos cuerpos con especificaciones.

C.03

Sobre

Especificaciones
Sobre tamaño oficio (11,4 x
16,2 cm cerrado),



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.03 del sobre con especificaciones del tamaño.

C.04

Tarjeta de Presentación

Especificaciones
Tarjeta de presentación
tamaño 8,7 cm x 5,4 cm.
A dos caras.
Se debe organizar la
información en el siguiente
orden:
- Logotipo
- Nombre y cargo
- Teléfonos
- Correo electrónico
- Redes sociales.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.04 de las tarjetas de presentación con especificación de tamaños y orden en el que se muestra la información.

C.05

Presentación Digital

Tamaño
Tamaño pantalla ancha (16:9).

Títulos
Estilo de fuente Arial Rounded Extra Bold, con interletraje de -20%.
Tamaño 90 puntos.
Primera línea o primera palabra en bold. Color blanco para fondos oscuros y el azul secundario para fondos claros.

Subtítulos
Estilo de fuente Arial Rounded, Regular. Tamaño 40 puntos y en mayúsculas sostenidas. Color blanco o amarillo para fondos oscuros y azul para fondos claros.

Texto de párrafo
Estilo de fuente Arial Rounded Light, Tamaño de 22 a 26 puntos.
Color blanco para fondos oscuros y el azul secundario para fondos claros.

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.05 de la presentación digital, con especificación del uso de la tipografía para o que son títulos, subtítulos y texto del párrafo.

C.06

Firma Digital

Orden de la firma digital:

- Logotipo
- Nombre
- Cargo
- Correo electrónico
- Teléfonos
- Dirección
- Redes sociales.

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.06 de la firma digital y el orden de la información que la conforma.

C.07

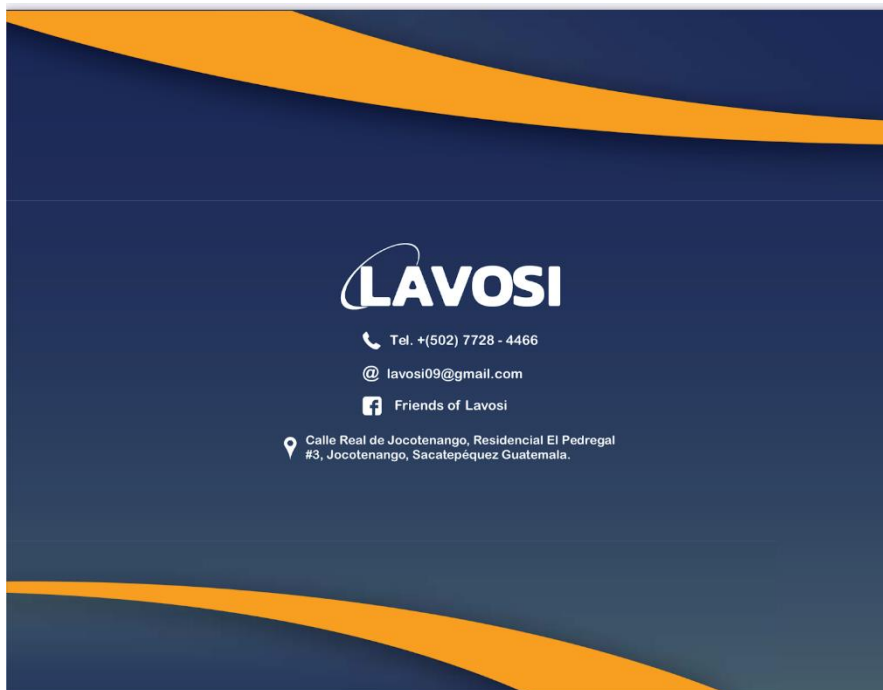
Carné

Formato
Tamaño 5,5 cm x 8,5 cm.
Estilo tipográfico
Fuente Arial Rounded
Orden
- Logotipo
- Foto
- Nombre
- Cargo
Al respaldo el logotipo con información adicional.
Correa
Correa azul oscuro con el logotipo en blanco.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.07 del carné con especificación de tamaños y orden de los elementos.



Contraportada del manual de imagen corporativa de la escuela para niños sordos

LAVOSI.

Capítulo VIII: Validación Técnica

Capítulo VIII: Validación técnica

El trabajo de investigación es mixto de investigación, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través del enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del diseño.

La herramienta que se utilizará es una encuesta de respuestas múltiples que se aplicará al cliente, cinco personas, hombres y mujeres del grupo objetivo y a cuatro expertos en el área de comunicación y diseño.

8.1 Población y muestreo.

Para validar este proyecto se le realizará una encuesta a 10 personas, que se dividirán en tres grupos.

Cliente: La validación se hará con dos representantes de la escuela para niños sordos LAVOSI. Álvaro de León Cruz (director) y Álvaro Ernesto de León (Sub director).

Expertos: Profesionales con experiencia en el área de comunicación y diseño gráfico. Dentro de este grupo se tomará la validación de 4 licenciados de la facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Galileo.

Grupo Objetivo: hombres y mujeres entre los 20 a 50 años con un nivel socioeconómico C3 y D1. Que cuente con estudios universitarios en diseño gráfico y/o comunicación.

8.2 Método e instrumentos.

La evaluación requiere un instrumento de investigación que proporcione resultados que respalden la funcionalidad del proyecto. Se escogió la encuesta como instrumento de validación, que es un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa, que permita indagar

opiniones y percepciones según los resultados de cada encuesta, para luego realizar los cambios necesarios en el proyecto.



Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Tesis

Género: F / M

Experto:

Nombre:

Edad: _____

Cliente:

Profesión:

Grupo Objetivo:

Puesto:

Años de experiencia en el mercado:

Encuesta de Validación del Proyecto

DISEÑO DE UN MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN CORRECTA DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LAVOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021

Antecedentes:

LAVOSI se fundó en 2009, a partir de la necesidad de una opción educativa para niñas y niños sordos en el área de Sacatepéquez. El fundador de la LAVOSI es Álvaro de León Cruz, padre de un hijo sordo, Álvaro Ernesto de León. La vivencia con su hijo les motivó a iniciar una escuela específica para niñas y niños sordos en Jocotenango.

En un acercamiento con la escuela LAVOSI, se identificó que carecen de un manual de imagen corporativa para estandarizar la aplicación correcta del logotipo en los diferentes materiales impresos y digitales.

Instrucciones:

En base con la información anterior, observe la pieza gráfica y según su criterio, se le agradecerá responder las siguientes preguntas.

Parte Objetiva

1. ¿Considera que es necesario diseñar un manual de imagen corporativa para establecer el uso adecuado del logotipo de la escuela para niños sordos LAVOSI?

Si No
2. ¿Considera que es necesario investigar información sobre el diseño de manuales de imagen corporativa a través de una recopilación de estudios de imagen de ONG 's para definir los elementos necesarios en la elaboración del manual de imagen corporativa de la escuela LAVOSI?

Si No
3. ¿Considera que es necesario recopilar información de la escuela LAVOSI a través de los miembros y coordinador de la organización para así implementar los elementos adecuados en la elaboración del manual de imagen corporativa?

Si No
4. ¿Considera necesario proponer las diferentes aplicaciones de la identidad corporativa que identifique gráficamente a la escuela LAVOSI a través de métodos que sean reconocidos por sus colaboradores?

Si No
5. ¿Considera necesario diagramar el contenido del manual de imagen corporativa para que se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilitarles a los usuarios la lectura de la información?

Si No

Parte Semiológica

6. ¿Considera que los colores utilizados en el manual de imagen corporativa son?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados
7. ¿Considera que el diseño del manual de imagen corporativa para la escuela LAVOSI es?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados
8. ¿Considera que el orden de los elementos en el manual es?

Muy adecuados Poco adecuados Nada adecuados
9. ¿Considera que la tipografía utilizada en el manual de imagen corporativa es legible?

Muy legible Poco legible Nada legible

10. ¿Considera que la distribución proporcional de los espacios en el manual de imagen corporativa se percibe como?

Muy Ordenada Ordenada Desordenada

Parte Operativa

11. ¿Según su criterio el contenido del manual de imagen corporativa es?

Muy útil Poco útil Nada útil

12. ¿Considera que el tamaño del manual de imagen corporativa es?

Muy apropiado Poco apropiado Nada apropiado

13. ¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del manual de imagen corporativa?

Muy conveniente Poco conveniente Nada conveniente

14. ¿Considera que el manual es de?

Mucha utilidad Poca utilidad Nada de utilidad

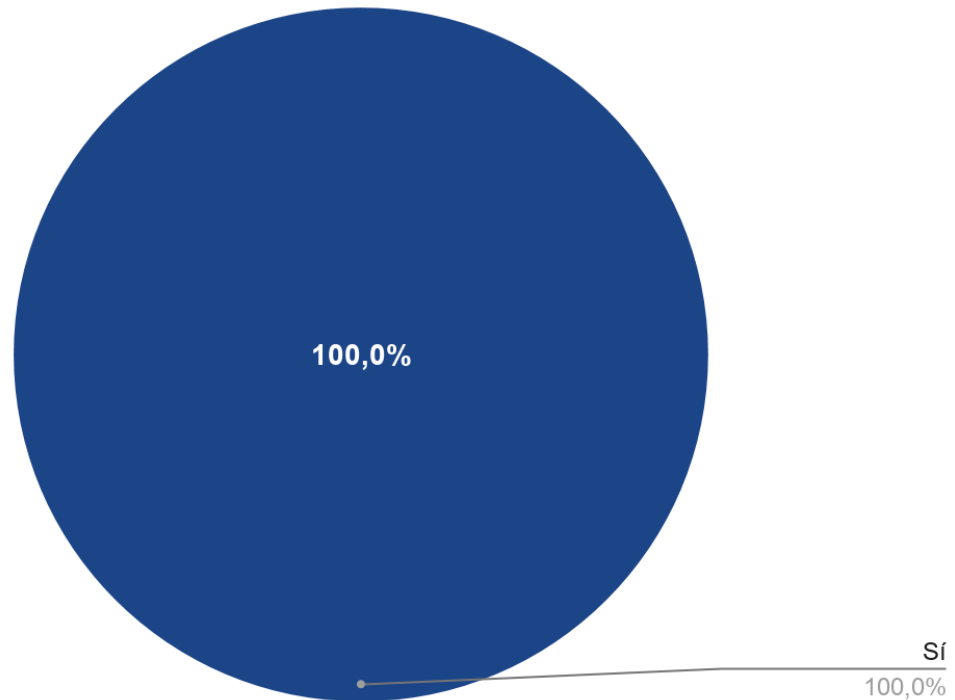
Observaciones

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta, Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica que considere necesaria y que esté orientada a mejorar la efectividad del manual de imagen corporativa puede hacerlo en el siguiente espacio:

Gracias por contribuir al proyecto de tesis: “DISEÑO DE UN MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN CORRECTA DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LAVOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021” su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

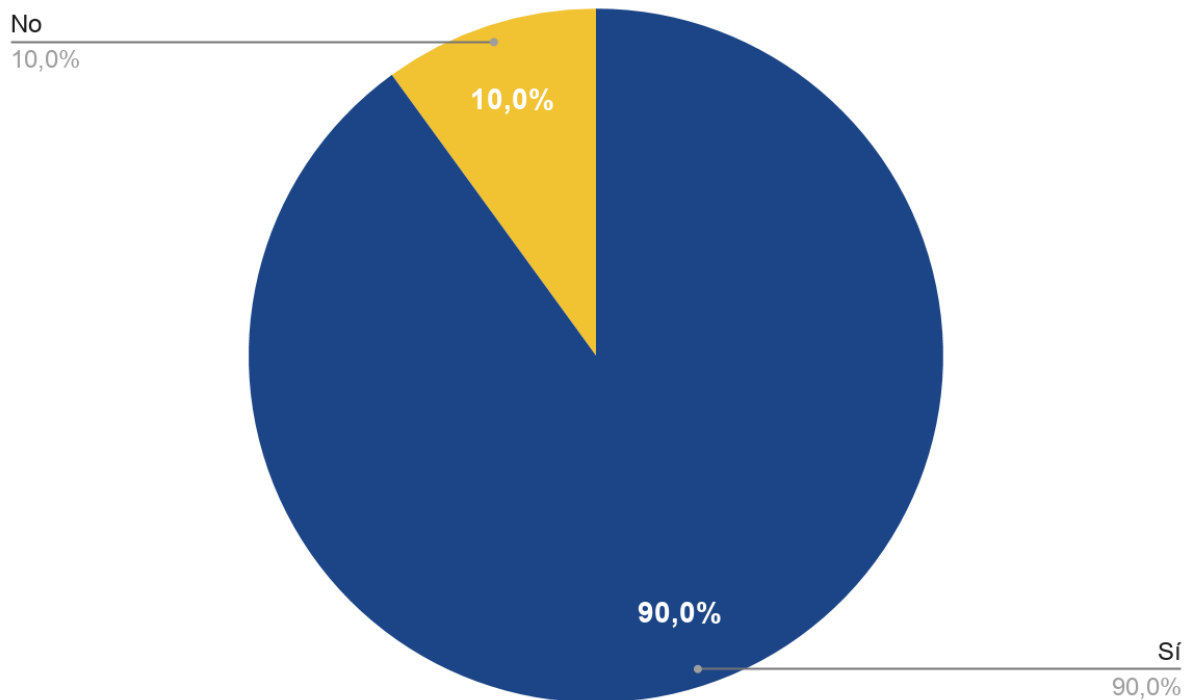
8.3 Resultados e interpretación de resultados.

1. ¿Considera que es necesario diseñar un manual de imagen corporativa para establecer el uso adecuado del logotipo de la escuela para niños sordos LAVOSI?



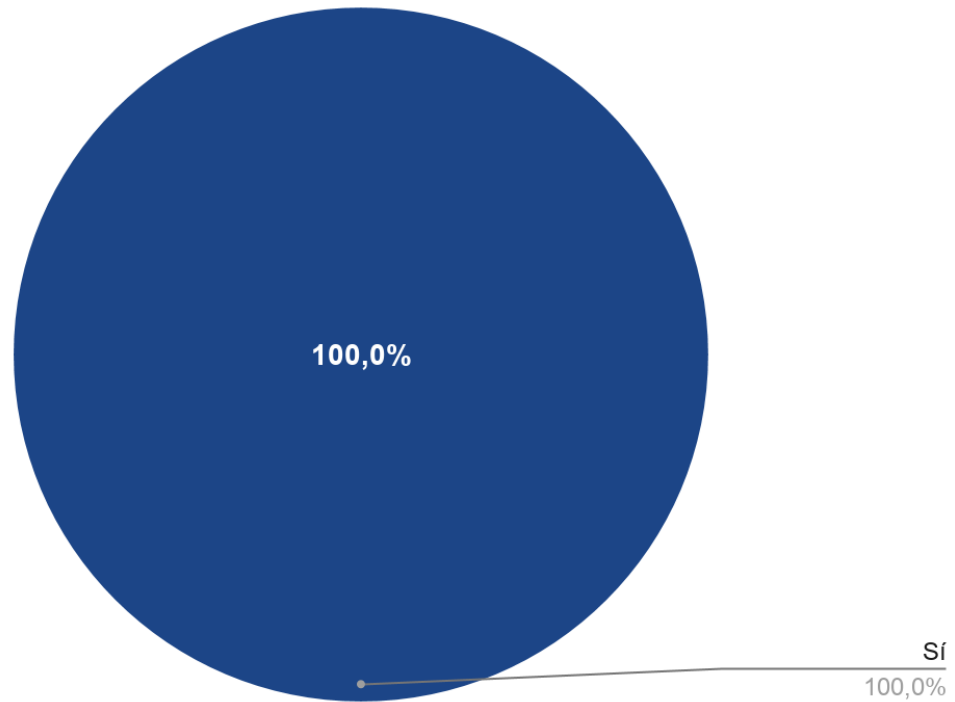
El 100% de los encuestados considera que sí es necesario el diseño de un manual de imagen corporativa para establecer el uso adecuado del logotipo.

2. ¿Considera que es necesario investigar información sobre el diseño de manuales de imagen corporativa, a través de una recopilación de estudios de imagen de ONG 's para definir los elementos necesarios en la elaboración del manual de imagen corporativa de la escuela LAVOSI?



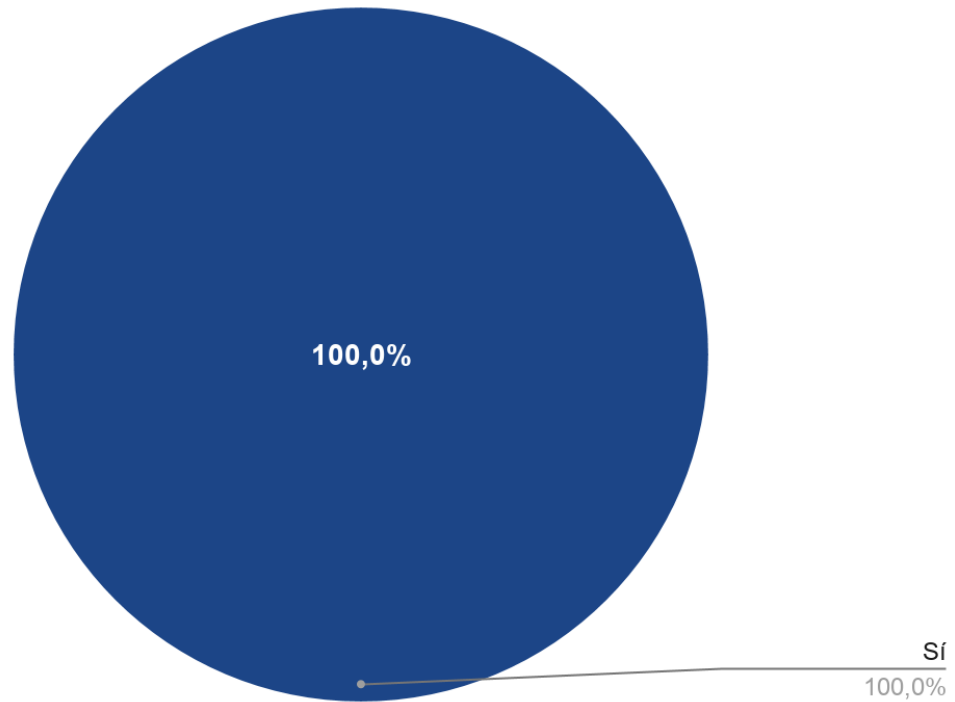
El 90% de las personas encuestadas consideró necesaria la investigación de información sobre el diseño de manuales de imagen corporativa, a través de una recopilación de estudios de imagen de ONG 's para definir los elementos necesarios en la elaboración del manual de imagen corporativa de la escuela LAVOSI. Únicamente el 10 % no lo consideró necesario.

3. ¿Considera que es necesario recopilar información de la escuela LAVOSI a través de los miembros y coordinador de la organización para así implementar los elementos adecuados en la elaboración del manual de imagen corporativa?



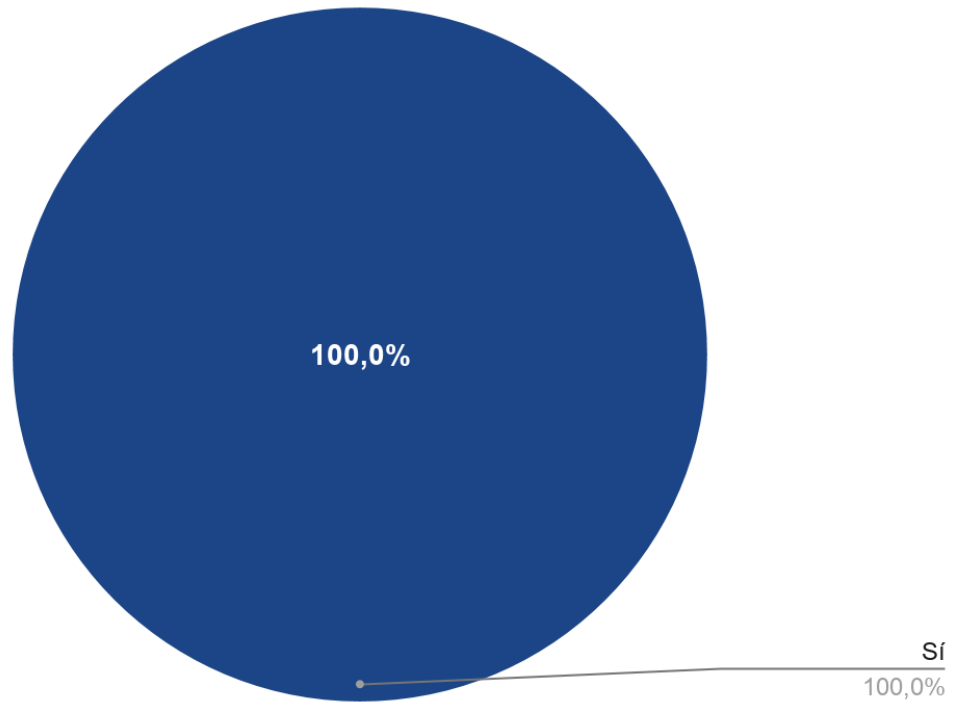
El 100% de los encuestados consideró necesaria la recopilación de información de la escuela LAVOSI a través de los miembros y coordinadores de la organización para así implementar los elementos adecuados en la elaboración del manual de imagen corporativa.

4. ¿Considera necesario proponer las diferentes aplicaciones de la identidad corporativa que identifique gráficamente a la escuela LAVOSI a través de métodos que sean reconocidos por sus colaboradores?



El 100% de los encuestados consideró necesario proponer las diferentes aplicaciones de la identidad corporativa que identifique gráficamente a la escuela LAVOSI a través de métodos que sean reconocidos por sus colaboradores.

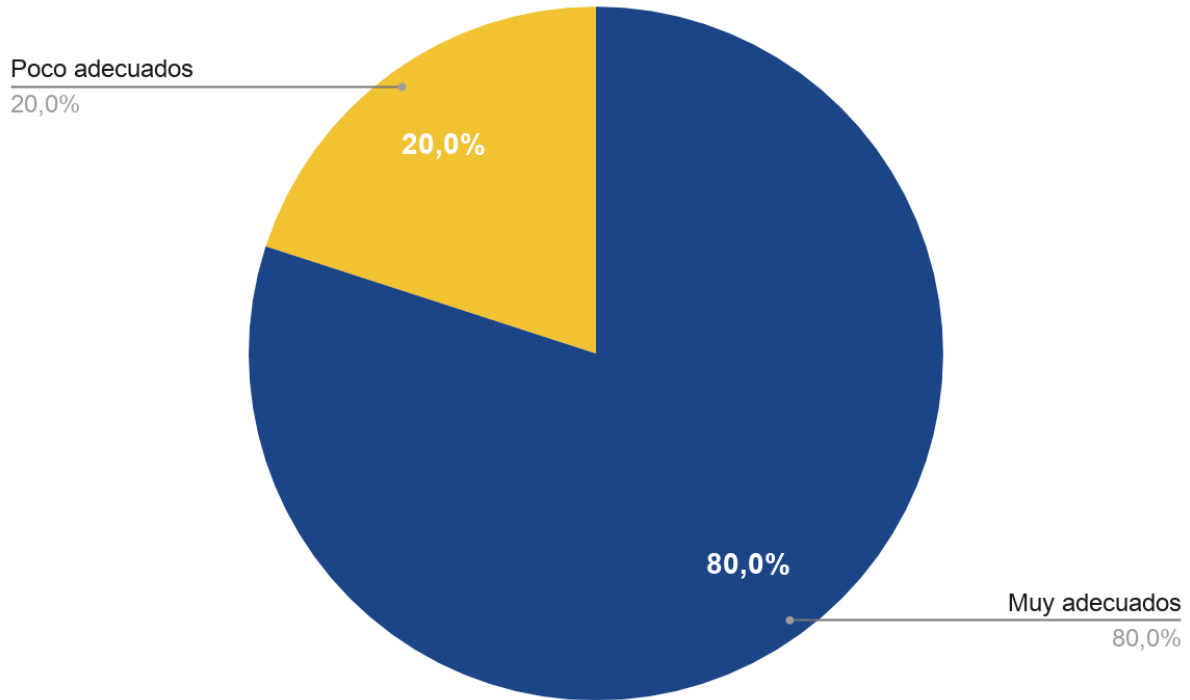
5. ¿Considera necesario diagramar el contenido del manual de imagen corporativa para que se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilitarles a los usuarios la lectura de la información?



El 100% de los encuestados consideró necesario diagramar el contenido del manual de imagen corporativa para que se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilitarles a los usuarios la lectura de la información.

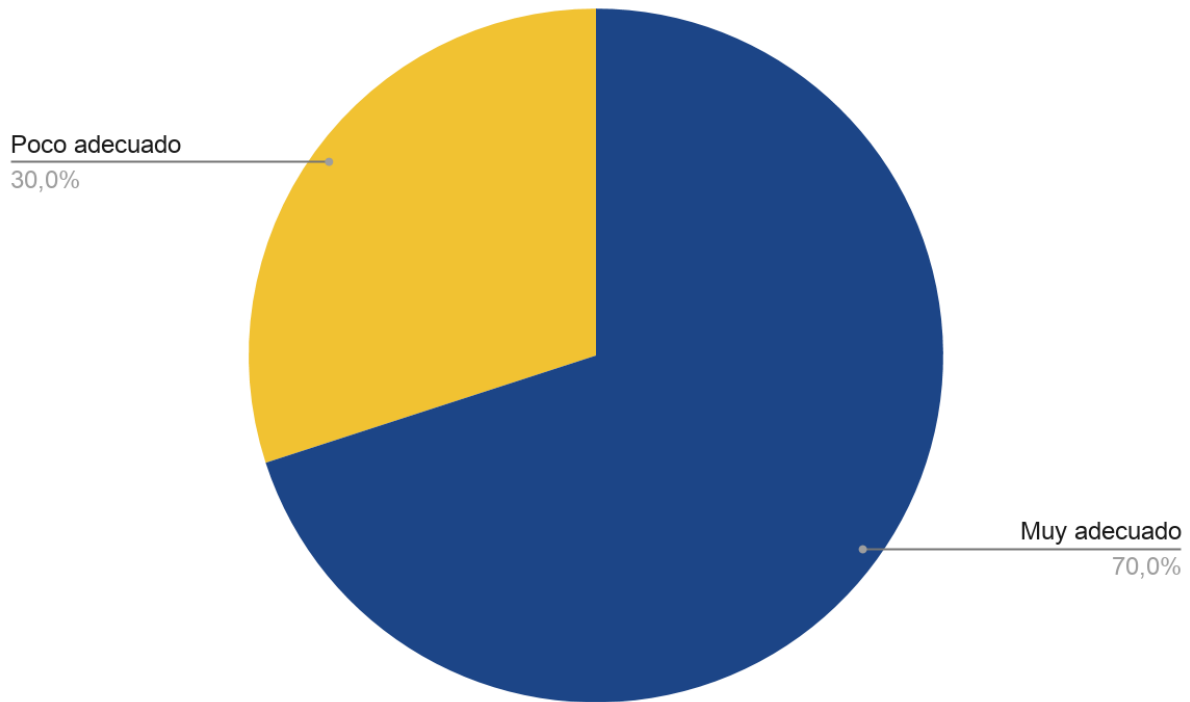
Parte Semiológica

6. ¿Considera que los colores utilizados en el manual de imagen corporativa son?



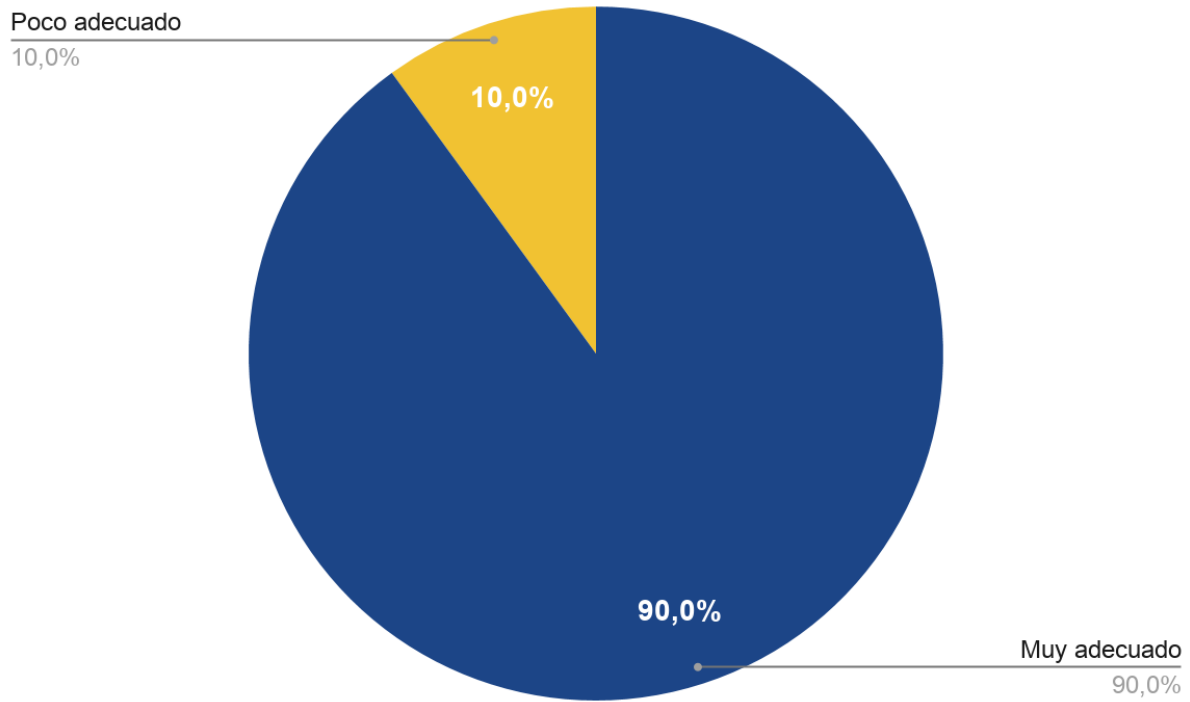
El 80% de los encuestados consideró que los colores utilizados en el manual de imagen corporativo son muy adecuados. 20% considera que los colores utilizados son poco adecuados.

7. ¿Considera que el diseño del manual de imagen corporativa para la escuela LAVOSI es?



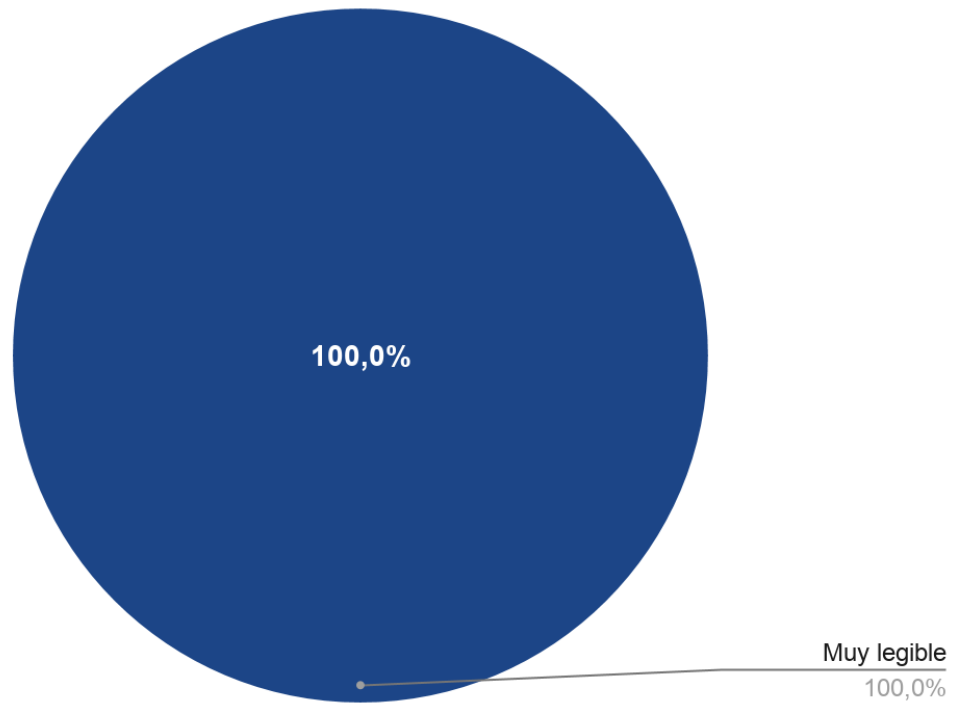
El 70% de los encuestados considera que el diseño del manual de imagen corporativa para la escuela LAVOSI es muy adecuado. El 30% considera que el diseño del manual es poco adecuado.

8. ¿Considera que el orden de los elementos en el manual es?



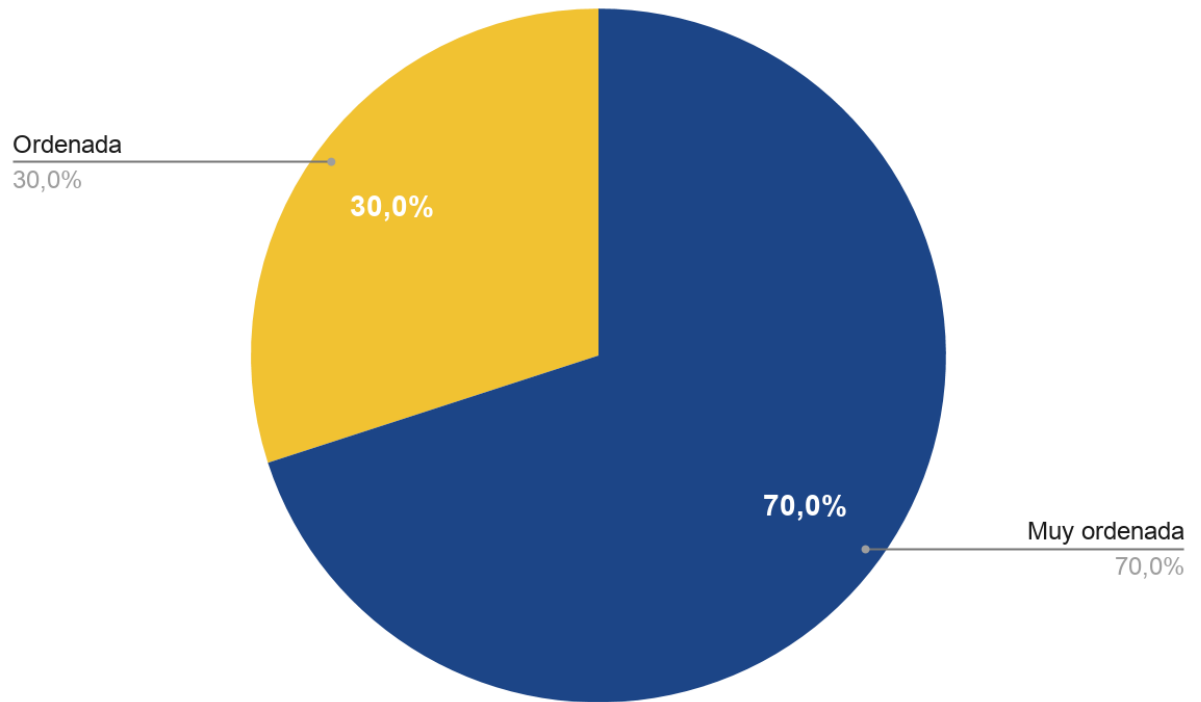
El 90% de los encuestados considera que el orden de los elementos en el manual es muy adecuado. Solamente el 10% considera que el orden de los elementos es poco adecuado.

9. ¿Considera que la tipografía utilizada en el manual de imagen corporativa es legible?



El 100% de los encuestados considera que la tipografía utilizada en el manual de imagen corporativa es muy legible.

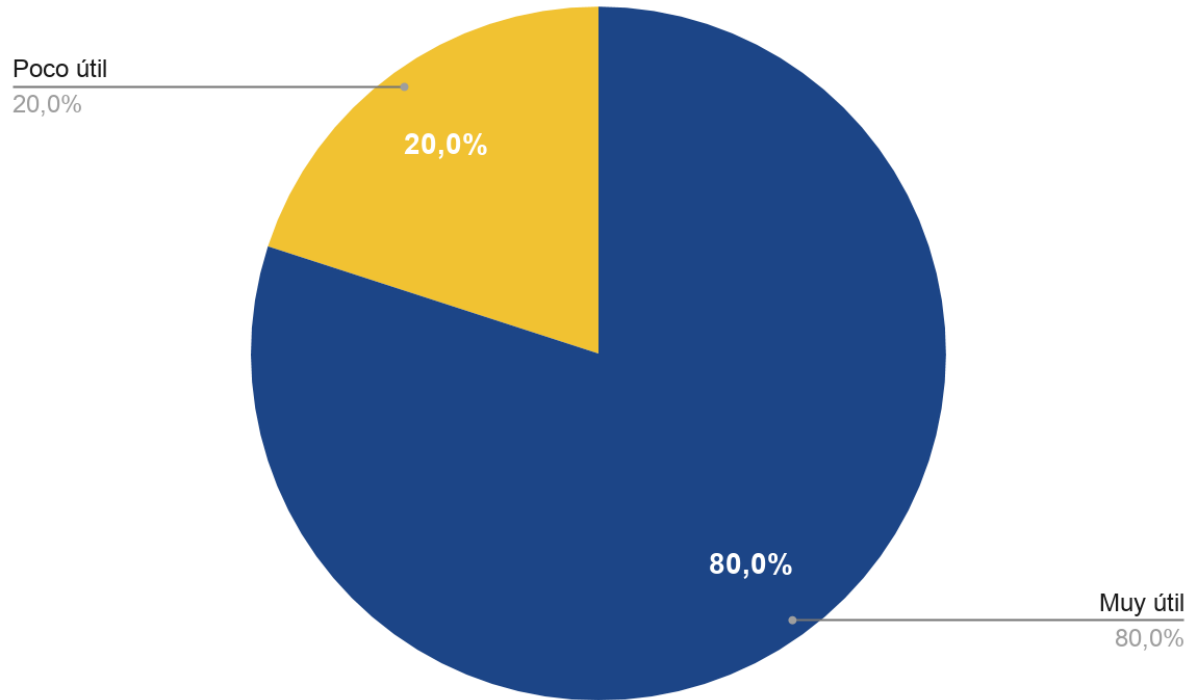
10. ¿Considera que la distribución proporcional de los espacios en el manual de imagen corporativa se percibe como?



El 70% de los encuestados considera que la distribución proporcional de los espacios en el manual de imagen corporativa se percibe como muy ordenado. Únicamente el 30% considera que la distribución proporcional del espacio es ordenada.

Parte Operativa

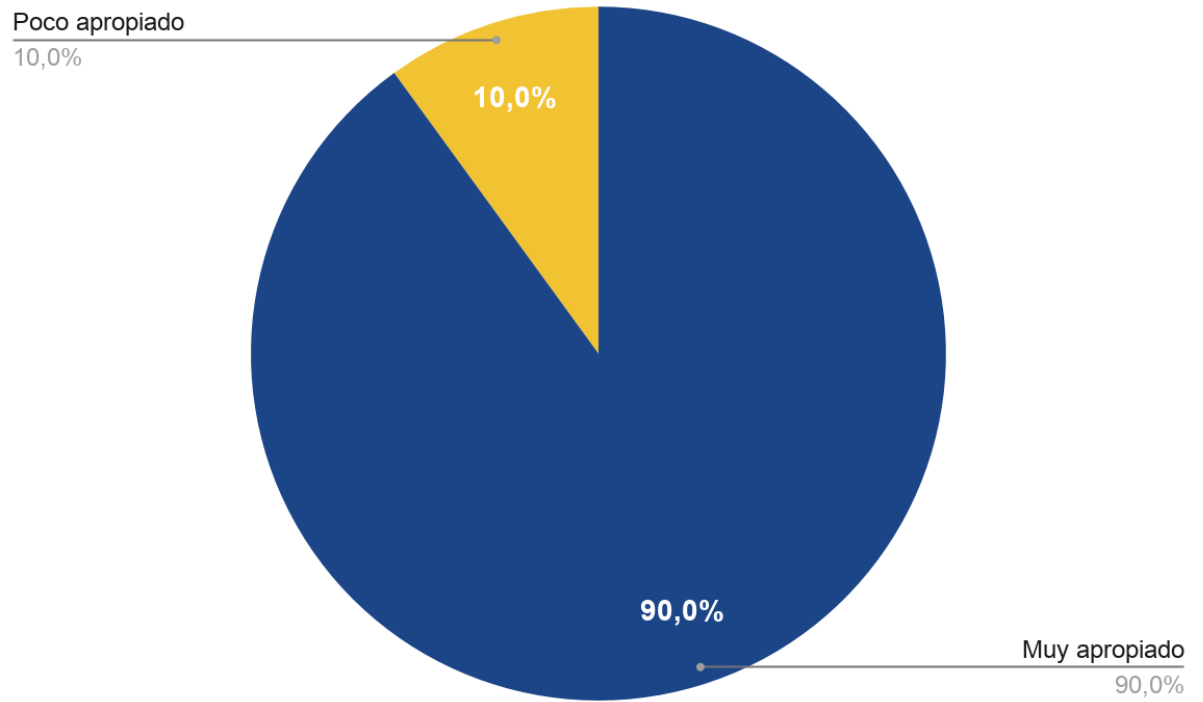
11. ¿Según su criterio el contenido del manual de imagen corporativa es?



El 80% de los encuestados consideró que el contenido del manual corporativo es muy útil.

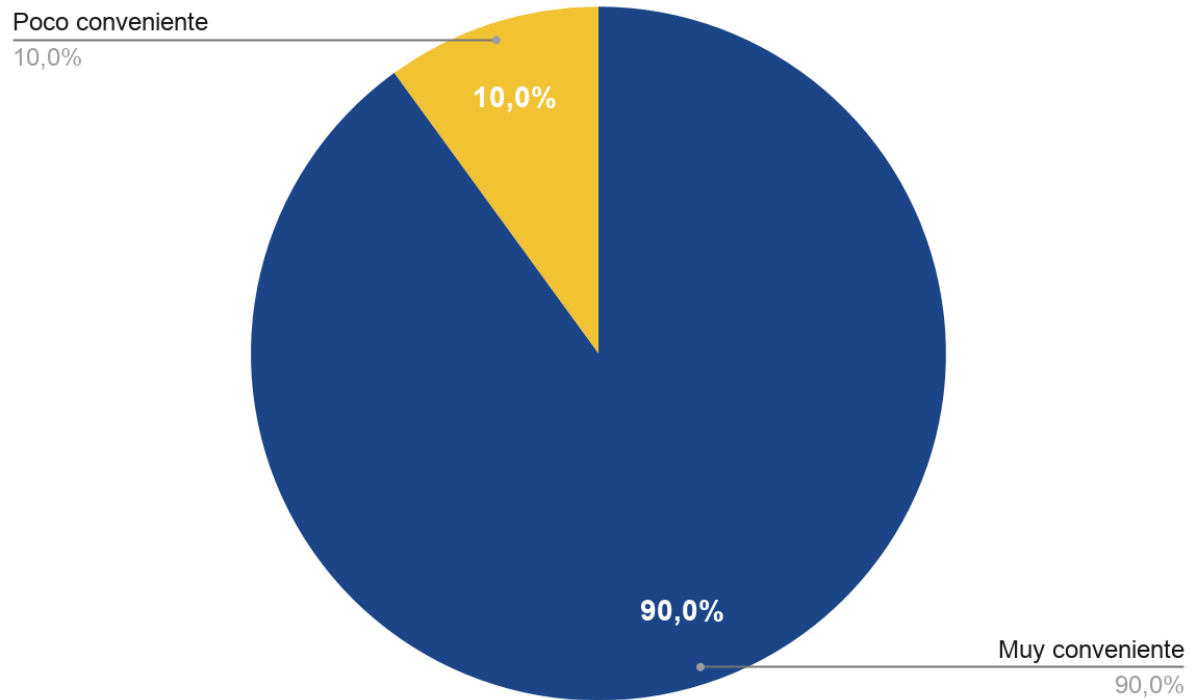
20% considera que el contenido del manual de imagen corporativa es poco útil.

12. ¿Considera que el tamaño del manual de imagen corporativa es?



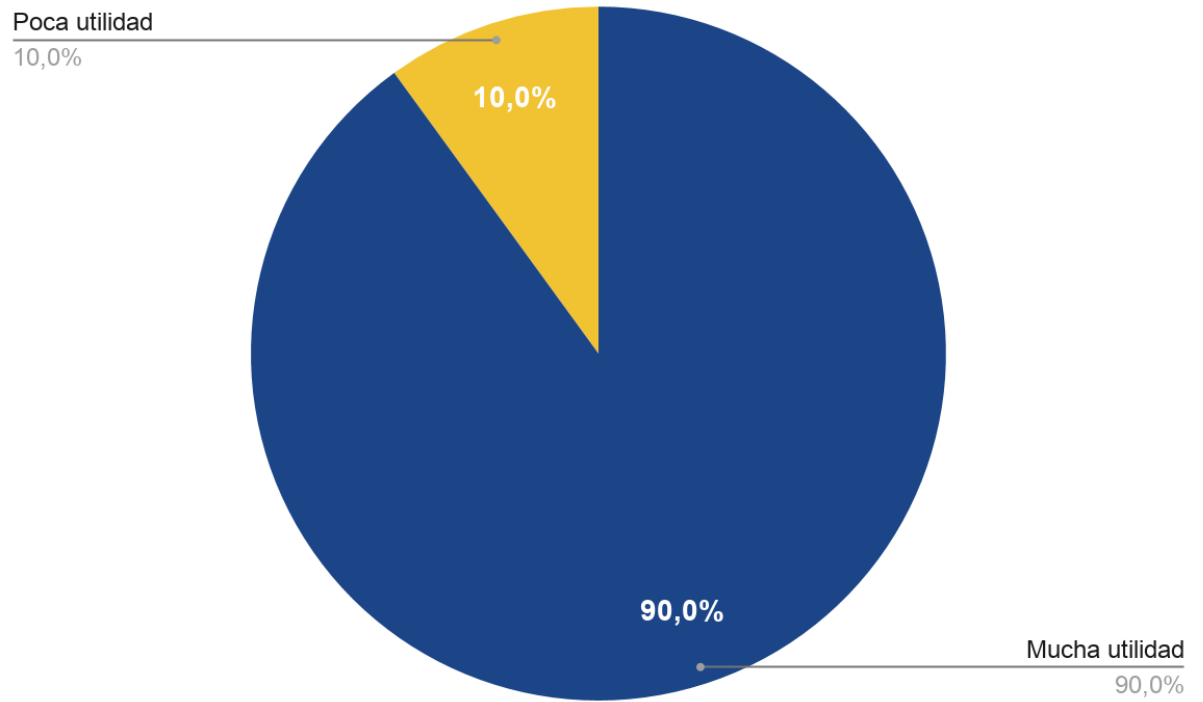
El 90% de los encuestados considera que el tamaño del manual de imagen corporativa es muy apropiado. Únicamente el 10% de los encuestados considera que el tamaño de la imagen corporativa es poco apropiado.

13. ¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del manual de imagen corporativa?



El 90% de los encuestados considera que es muy conveniente producir una versión impresa de la imagen corporativa. Solamente el 10% considera que es poco conveniente su producción impresa.

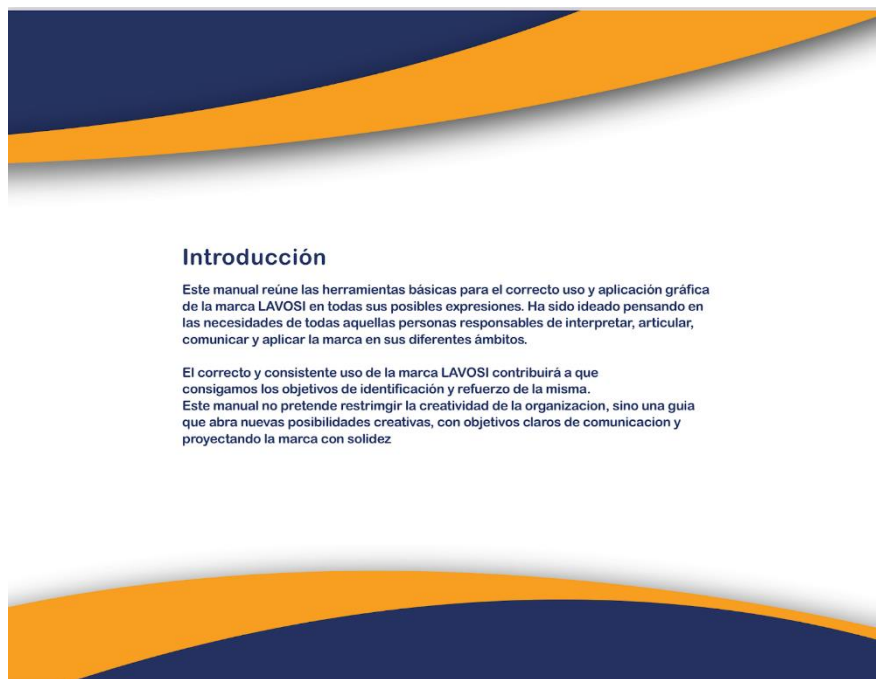
14. ¿Considera que el manual es de?



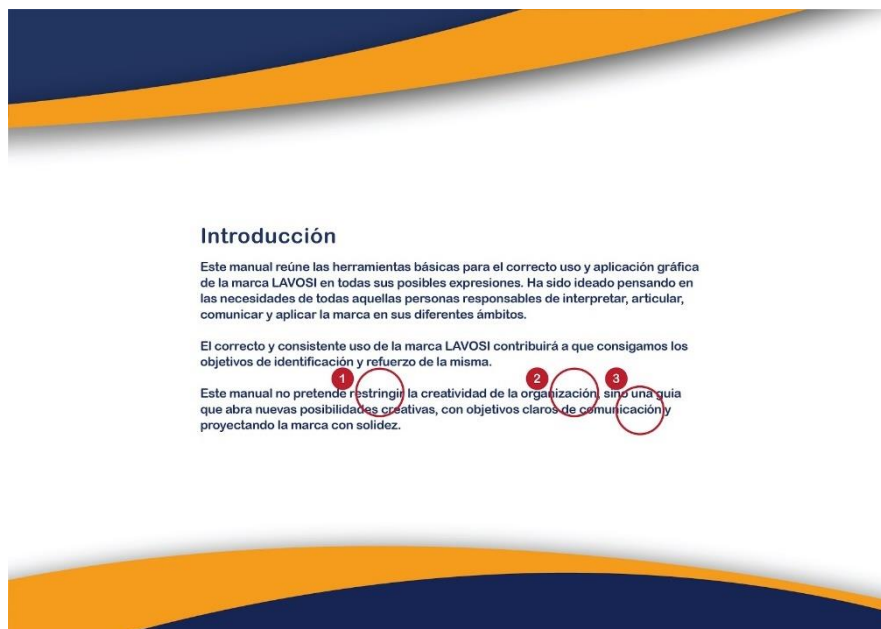
El 90% de los encuestados considera que el manual es de mucha utilidad. 10% de los encuestados considera que es de poca utilidad.

8.4 Cambios con base a los resultados.

Antes



Después



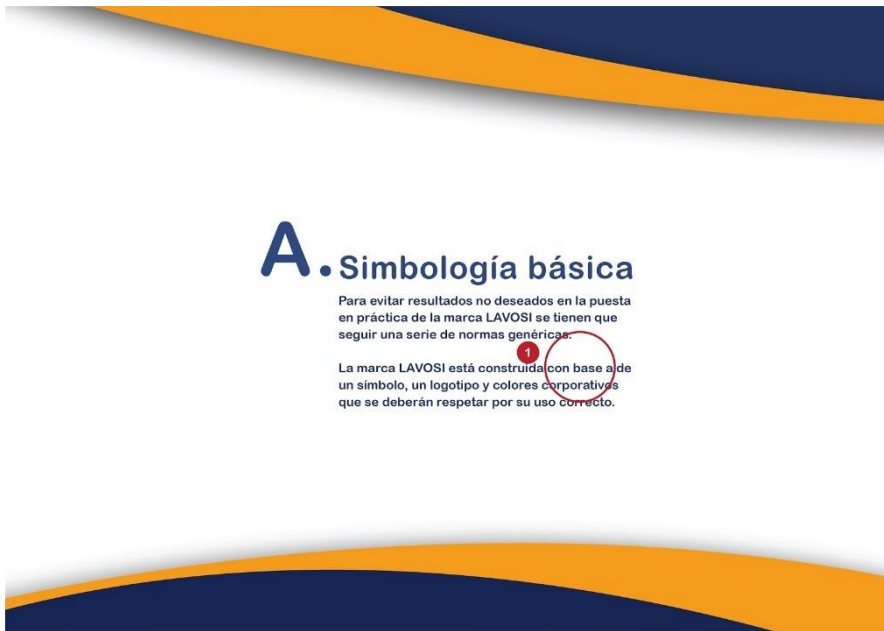
1. Se realizó una corrección de ortografía de la palabra “restrimgir” a “restringir”.
2. Se realizó una corrección de ortografía de la palabra “organizacion” a “organización”.

3. Se realizó una corrección de ortografía de la palabra “comunicacion” a “comunicación”.

Antes



Después



1. Se realizó una sustitución de la frase “a base de” por ‘con base a’.

Antes

A.02

Área de seguridad y reductibilidad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al centro de la letra "O".

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 1 in. de ancho.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Después

A.03

Área de seguridad y reductibilidad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al centro de la letra "O".

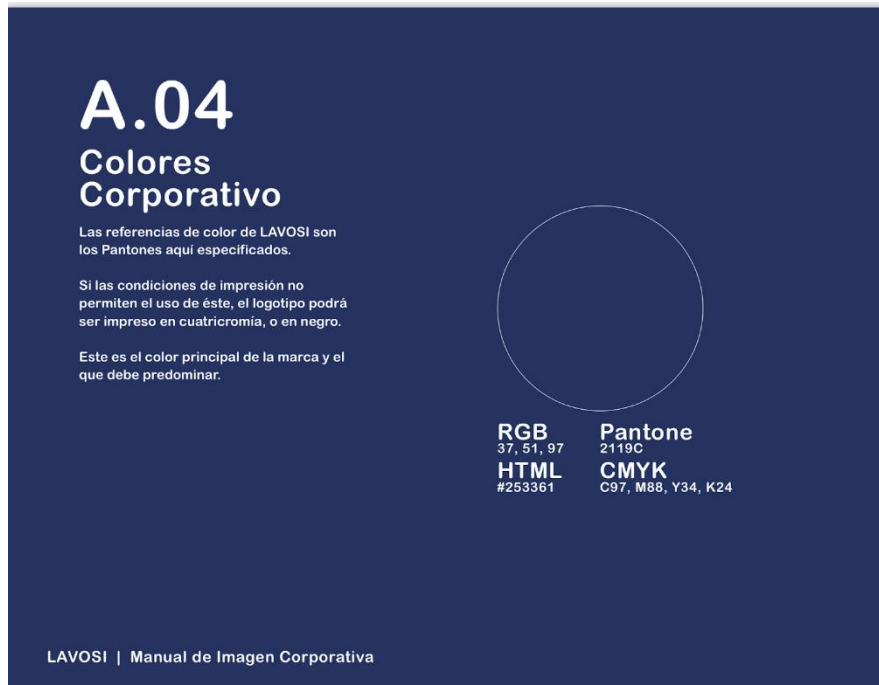
El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 1 pulgada de ancho.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

1. Se cambió la abreviación de "in." por "pulgadas".

Antes

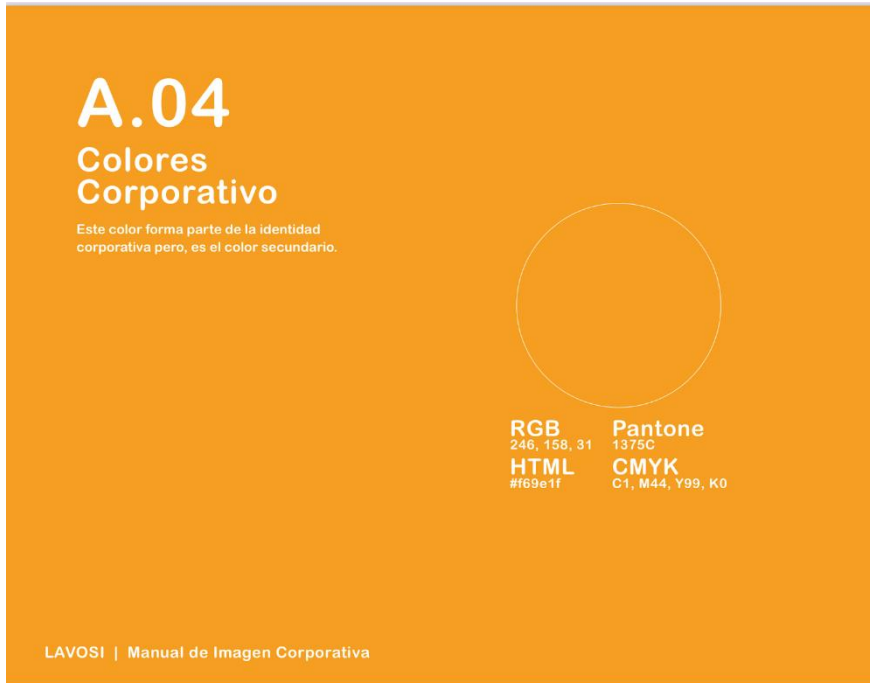


Después

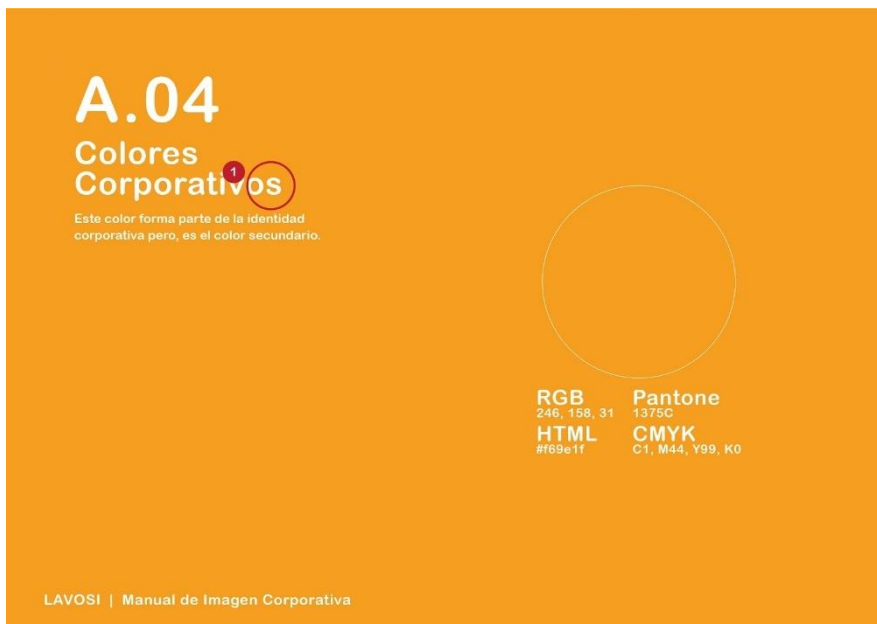


1. Se agregó la “s” a “corporativo”.

Antes



Después



1. Se agregó la “s” a “corporativo”.

Antes

B.03

Aplicaciones Incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estostamaños y proporciones.

Aplicación incorrecta color

LAVOSI

Deformación

LAVOSI

Ocultación

LAVOSI

Porcentajes de color

LAVOSI

Espaciado incorrecto

LAVOSI

Tipografía incorrecta

LAVOSI

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Después

B.03

Aplicaciones Incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estostamaños y proporciones.

Aplicación incorrecta color

LAVOSI

Deformación

LAVOSI

Ocultación

LAVOSI

Porcentajes de color

LAVOSI

Espaciado incorrecto

LAVOSI

Tipografía incorrecta

LAVOSI

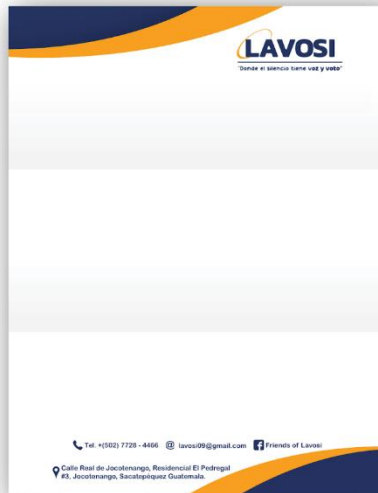
LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

1. Se ajustó el espacio de separación entre los elementos.

Antes

C.01 Membretes

Tamaño
Membrete tamaño carta
(21,59 cm x 27,94 cm).
Márgenes
Margen superior de 4 cm,
márgenes del lado izquierdo,
derecho e inferior de 2,5 cm.
Texto
Estilo y tamaño de fuente
sugerido: Arial Rounded 11 puntos.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Después

1 C.01 Hoja Membretada

Tamaño
Membrete tamaño carta
(21,59 cm x 27,94 cm).
Márgenes
Margen superior de 4 cm,
márgenes del lado izquierdo,
derecho e inferior de 2,5 cm.
Texto
Estilo y tamaño de fuente
sugerido: Arial Rounded 11 puntos.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

1. Se cambio la palabra “membrete” por “hoja membretada”

Se le añadió lo que es la misión y visión de la escuela para niños sordos LAVOSI.

Visión:

Ver una Guatemala más justa, donde sus habitantes sean prójimos entre sí, compartiendo la esencia de la práctica de los valores, propiciando las mismas oportunidades de trabajo a todos en igualdad de condiciones, sin distinción de los conceptos que nos separan; en cada amanecer se respire paz y el ansia de contribuir con el desarrollo.

Misión:

Ejercer nuestra labor profesional docente, enmarcada dentro de los principios y valores, necesarios para ser ejemplo de las generaciones que se nos han encomendado formar. no escatimar esfuerzo alguno en afán de favorecer a nuestros estudiantes, en aras de hacer de ellos personas útiles a su comunidad y su país.

Se le añadió la construcción y modulación del logotipo.

A.02 Construcción y Modulación

El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X.

Se establece como unidad de medida, de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Se agregó un uniforme corporativo con dos versiones adjunto con sus especificaciones.

C.08 Uniformes

Camisetas de algodón tipo polo o cuello redondo de color azul.

Los logos pueden ir bordados o en serigrafía (screen) usando los colores corporativos y usando las referencias de color Pantone. Se puede confeccionar las camisetas con un diseño personalizado o usar los logos en prendas en un color aproximado al azul institucional.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Capítulo IX: Propuesta grafica final

Capítulo IX: Propuesta gráfica final

En base a los resultados de la validación, las sugerencias y las recomendaciones, se realizaron los cambios necesarios para mejorar el diseño del manual de imagen corporativa de la escuela para niños sordos LAVOSI y así cumplir su función de estandarizar la aplicación correcta del logotipo en los diversos materiales impresos y digitales.

Portada – 794px x 1123px.



Visión – 794px x 1123px.



Visión:

Ver una Guatemala más justa, donde sus habitantes sean prójimos entre sí, compartiendo la esencia de la práctica de los valores, propiciando las mismas oportunidades de trabajo a todos en igualdad de condiciones, sin distinción de los conceptos que nos separan; en cada amanecer se respire paz y el ansia de contribuir con el desarrollo.

Misión – 794px x 1123px.



Misión:

Ejercer nuestra labor profesional docente, enmarcada dentro de los principios y valores, necesarios para ser ejemplo de las generaciones que se nos han encomendado formar. No escatimar esfuerzo alguno en afán de favorecer a nuestros estudiantes, en aras de hacer de ellos personas útiles a su comunidad y su país.

Introducción – 794px x 1123px

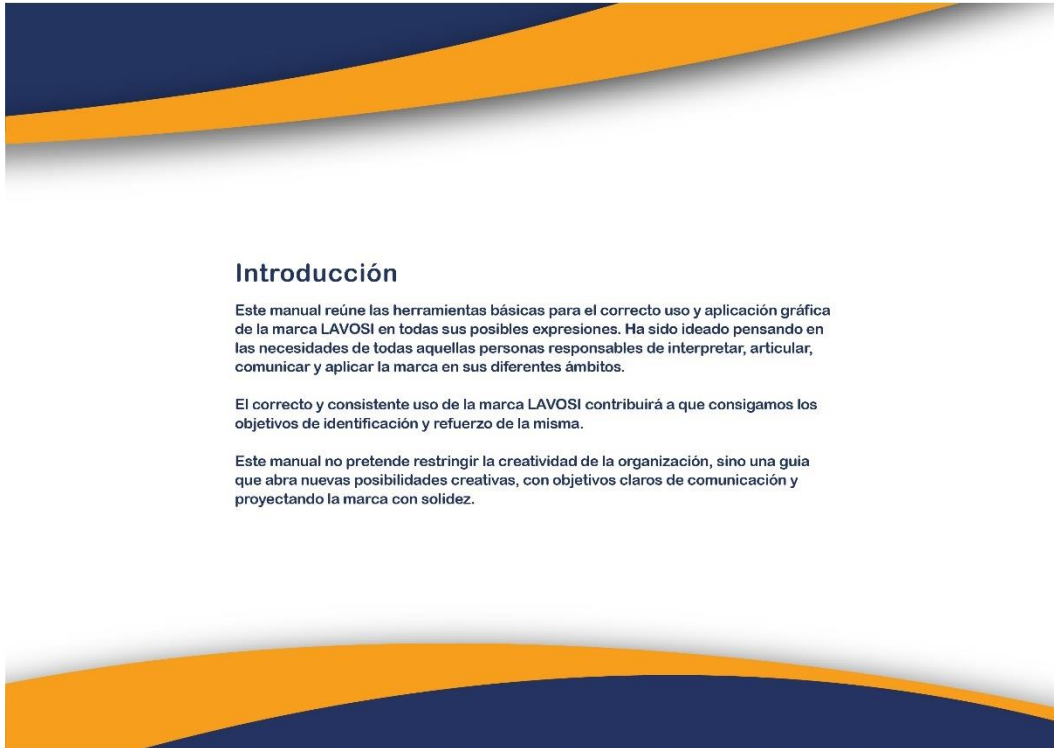
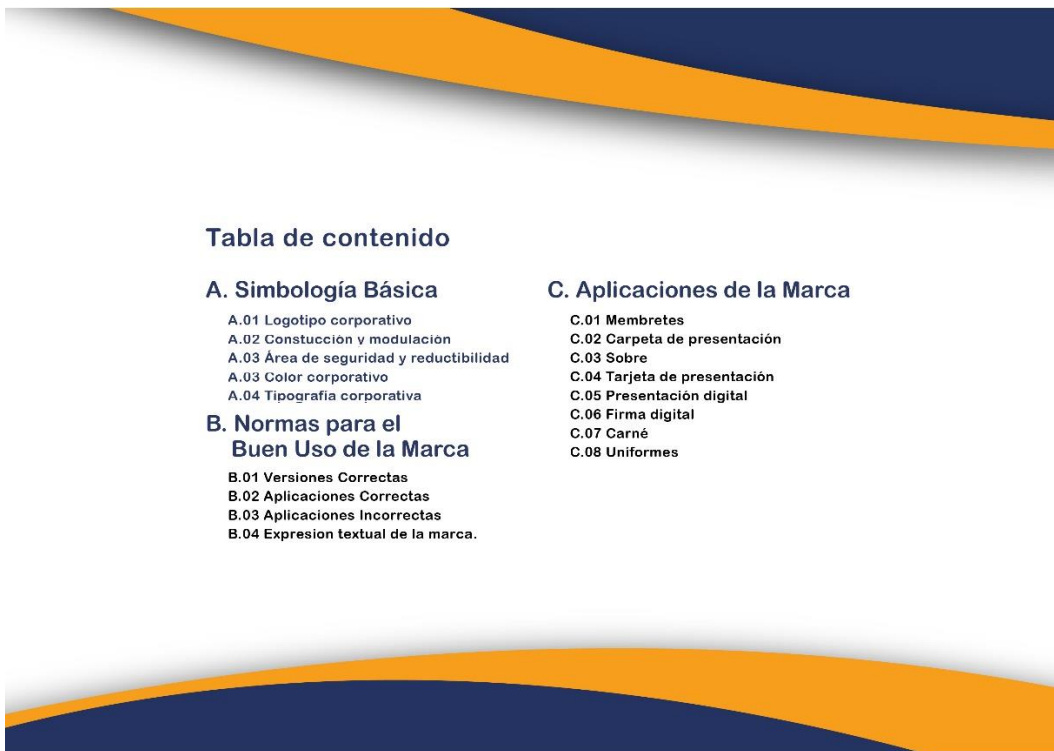


Tabla de contenido – 794px x 1123px



Portada de apartado A Simbología básica – 794px x 1123px.



Apartado A.01 Logotipo corporativo – 794px x 1123px.



Apartado A.02 Construcción y modulación – 794px x 1123px.

A.02 Construcción y Modulación

El logotipo se inscribe y construye sobre una superficie modular proporcional al valor X.

Se establece como unidad de medida, de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.03 Áreas de seguridad y reductibilidad – 794px x 1123px.

A.03 Área de seguridad y reductibilidad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al centro de la letra "O".

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 1 pulgada de ancho.



LAVOSI
1 pulgada

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.04 Colores corporativos – 794px x 1123px.

A.04
Colores Corporativos

Las referencias de color de LAVOSI son los Pantones aquí especificados.

Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.

RGB
37, 51, 97

Pantone
2119C

HTML
#253361

CMYK
C97, M88, Y34, K24

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.01 Colores corporativos – 794px x 1123px.

A.04
Colores Corporativos

Este color forma parte de la identidad corporativa pero, es el color secundario.

RGB
246, 158, 31

Pantone
1375C

HTML
#f69e1f

CMYK
C1, M44, Y99, K0

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.05 Tipografía corporativa – 794px x 1123px.

A.05

Tipografía Corporativa

La tipografía corporativa es la familia Arial Roundes MT en su versiones Light, Regular, Bold y Extra Bold

Ésta será la utilizada por los estudios y agencias de diseño. Cuando ésta no sea posible se utilizará la secundaria.

Arial Roundes MT Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Arial Roundes MT Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Arial Roundes MT Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Arial Roundes MT Extra Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado A.05 Tipografía secundaria – 794px x 1123px.

A.05

Tipografía Secundaria

Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página Web, o los textos editados por la empresa se utilizará la tipografía Arial.

Arial Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Arial Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

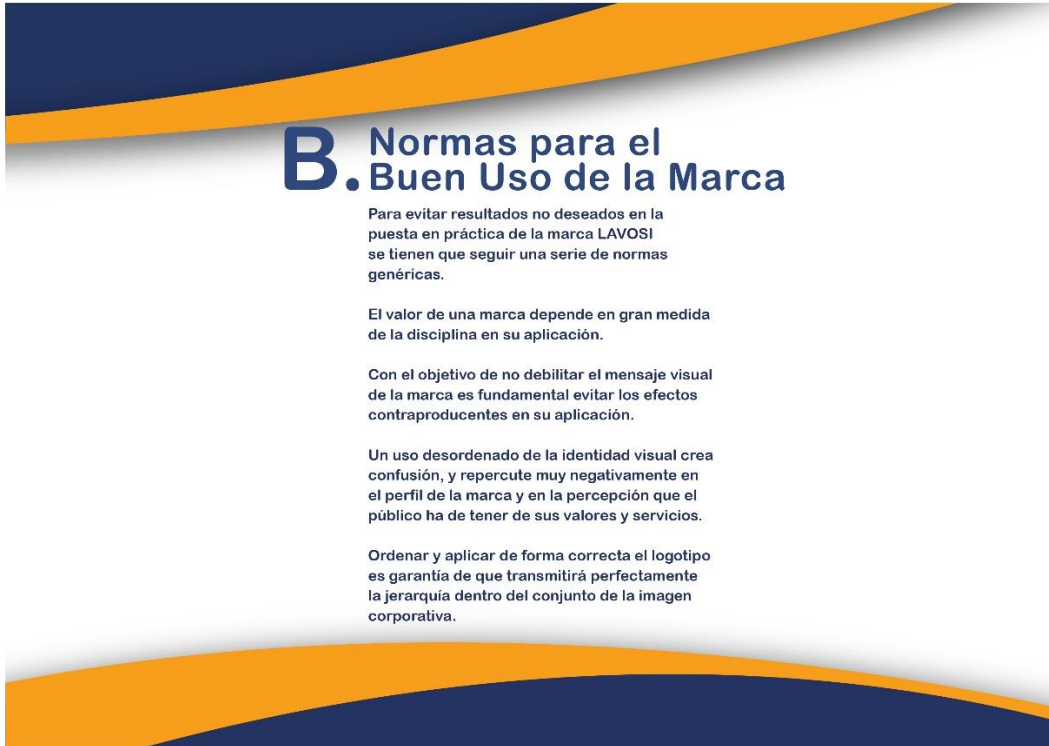
Arial Bold Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Arial Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Arial Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Portada apartado B Normas para el buen uso de la marca – 794px x 1123px.



Apartado B.01 Versiones correctas – 794px x 1123px.



Apartado B.02 Aplicaciones correctas – 794px x 1123px.

B.02

Aplicaciones Correctas

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.

Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

Fondo de color no corporativo oscuro



Fondo de color no corporativo claro



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico claro



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado B.03 Aplicaciones incorrectas – 794px x 1123px.

B.03

Aplicaciones Incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estostamaños y proporciones.

Aplicación incorrecta color



Porcentajes de color



Deformación



Espaciado incorrecto



Ocultación



Tipografía incorrecta



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado B.03 Aplicaciones incorrectas – 794px x 1123px.

B.03

Aplicaciones Incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estostamaños y proporciones.

Aplicación incorrecta color




"Donde el silencio tiene voz y voto"

Deformación



"Donde el silencio tiene voz y voto"

Tamaños incorrectos



"Donde el silencio tiene voz y voto"

Tipografías incorrectas



"Donde el silencio tiene voz y voto"

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado B.04 Expresión textual de la marca – 794px x 1123px.

B.04

Expresión Textual de la Marca

Cuando la marca LAVOSI esté mecanografiada se escribirá tal y como se muestra en el ejemplo.

Escritura correcta

Ejemplo de cómo se escribe la marca LAVOSI

Escritura incorrecta

~~Ejemplo de cómo no se escribe la marca Lavosi~~

Escritura correcta

~~Ejemplo de cómo no se escribē la marca lavosi~~

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Portada del apartado C Aplicaciones de marca– 794px x 1123px.



C. Aplicaciones de Marca

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca LAVOSI en diferentes soportes deben seguir una serie de normas genéricas. Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

Apartado C.01 Hoja membretada – 794px x 1123px.

C.01 Hoja Membretada

Tamaño
Membrete tamaño carta
(21,59 cm x 27,94 cm).

Márgenes
Margen superior de 4 cm,
márgenes del lado izquierdo,
derecho e inferior de 2,5 cm.

Texto
Estilo y tamaño de fuente
sugerido: Arial Rounded 11
puntos.



Tel. +502 7728-4486 @ lavosi09@gmail.com Friends of Lavosi
Calle Real de Jocotenango, Residencial El Pedregal
13, Jocotenango, Sacatepéquez, Guatemala.

LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.02 Carpeta de presentación – 794px x 1123px.



Apartado C.03 Sobre– 794px x 1123px.



Apartado C.04 Tarjetas de presentación – 794px x 1123px.

C.04

Tarjeta de Presentación

Especificaciones
Tarjeta de presentación
tamaño 8,7 cm x 5,4 cm.
A dos caras.
Se debe organizar la información en el siguiente orden:

- Logotipo
- Nombre y cargo
- Teléfonos
- Correo electrónico
- Redes sociales.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.05 Presentación digital – 794px x 1123px.

C.05

Presentación Digital

Tamaño
Tamaño pantalla ancha (16:9).

Titulos
Estilo de fuente Arial Rounded Extra Bold, con intertraje de -20%.
Tamaño 90 puntos.
Primera línea o primera palabra en bold. Color blanco para fondos oscuros y el azul secundario para fondos claros.

Subtítulos
Estilo de fuente Arial Rounded, Regular. Tamaño 40 puntos y en mayúsculas sostenidas. Color blanco o amarillo para fondos oscuros y azul para fondos claros.

Texto de párrafo
Estilo de fuente Arial Rounded Light, Tamaño de 22 a 26 puntos.
Color blanco para fondos oscuros y el azul secundario para fondos claros.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.06 Firma digital – 794px x 1123px.

C.06

Firma Digital

Orden de la firma digital:

- Logotipo
- Nombre
- Cargo
- Correo electrónico
- Teléfonos
- Dirección
- Redes sociales.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.07 Carne – 794px x 1123px.

C.07

Carné

Formato
Tamaño 5,5 cm x 8,5 cm.
Estilo tipográfico
Fuente Arial Rounded
Orden

- Logotipo
- Foto
- Nombre
- Cargo

Al respaldo el logotipo con información adicional.
Correa
Correa azul oscuro con el logotipo en blanco.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Apartado C.08 Uniformes – 794px x 1123px.

C.08

Uniformes


Camisetas de algodón tipo polo o cuello redondo de color azul.

Los logos pueden ir bordados o en serigrafía (screen) usando los colores corporativos y usando las referencias de color Pantone. Se puede confeccionar las camisetas con un diseño personalizado o usar los logos en prendas en un color aproximado al azul institucional.



LAVOSI | Manual de Imagen Corporativa

Contra portada – 794px x 1123px.



Tel. +(502) 7728 - 4466

@ lavosi09@gmail.com

f Friends of Lavosi

Calle Real de Jocotenango, Residencial El Pedregal
#3, Jocotenango, Sacatepéquez Guatemala.

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración

Para poder estimar el tiempo de elaboración se tomaron en cuenta los siguientes aspectos. La recopilación de información con un tiempo empleado de 22 horas y el proceso de diseño con un tiempo empleado de 44 horas, con un total de tiempo de elaboración empleado de 66 horas trabajadas. Siendo un total de coste por hora trabajada de Q 1650.00.

10.2 Plan de costos de producción.

En los costos de producción se toman en cuenta la digitalización de los bocetos y la propuesta final del manual de imagen corporativa para la escuela de niños sordos LAVOSI. En esta etapa se toma en cuenta lo que es la validación de la propuesta la elaboración de los artes la implementación del manual finalizado. En este proceso se trabajó un total de 7 días, empleando 5 horas día. El tiempo de producción se resume en 35 horas, con un costo total de Q 875.00.

10.3 Plan de costos de reproducción.

La reproducción del manual no tendrá ningún costo ya que se entregará de manera digital a las autoridades de la escuela para niños sordos LAVOSI.

10.4 Plan de costos de distribución.

La distribución del manual no tendrá ningún costo ya que las mismas autoridades de la escuela para niños sordos serán los encargados de ello.

10.5 Margen de utilidad.

Para el proyecto realizado únicamente se contará con un margen de utilidad de 10% en base al costo de elaboración y producción del manual de imagen corporativa de la escuela para niños sordos LAVOSI.

| Descripción | Costo |
|------------------------|------------------|
| Margen de utilidad 10% | Q. 250.00 |
| Total | Q. 250.00 |

10.6 IVA.

| Descripción | Costo |
|-----------------------|--------------------|
| IVA | Q. 333.00 |
| Total, con IVA | Q. 3,108.00 |

10.7 Cuadro con resumen general de costos.

A continuación, se presenta el cuadro con el total general de los costos del proyecto, tomando en cuenta el IVA que consta del 12% sobre el total de los costos presentados anteriormente.

| Descripción | tiempo en días | tiempo en horas | costo (Q. 25.00 c/h) |
|------------------------|----------------|-----------------|----------------------|
| Elaboración | 12 días | 66 hrs | Q. 1,650.00 |
| Producción | 7 días | 35 hrs | Q. 875.00 |
| Reproducción | 0 semanas | 0 hrs | Q. 0.00 |
| Distribución | 0 semanas | 0 hrs | Q. 0.00 |
| Margen de utilidad 10% | | | Q. 250.00 |
| Sub Total | 19 días | 100 hrs | Q. 2,775.00 |
| IVA 12% | | | Q. 333.00 |
| Gran total | 19 días | 100 hrs | Q. 3,108.00 |

Se concluye que, en base a los costos, el valor determinado de la elaboración y de la producción del proyecto para la escuela para niños sordos LAVOSI tendrá un valor de Q.3,108.00.

Se tuvo una consideración especial con relación a la elaboración ya que se está trabajando con una fundación.

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

11.1 Conclusiones

Se diseñó un manual de imagen corporativa para estandarizar el correcto uso y aplicación de los elementos gráficos de la escuela para niños sordos LAVOSI.

Se diagramó el diseño del manual de imagen corporativa para facilitar la interpretación del contenido.

En conclusión, se puede afirmar que sí fue posible la elaboración del manual de imagen corporativa para la escuela de niños sordos LAVOSI.

En este sentido, se considera que toda la información recopilada con el cliente, con relación a sus necesidades, permitió fundamentar el contenido de la elaboración del manual de imagen corporativa de una forma viable.

En cuanto a lo a lo abordado con anterioridad, se puede concluir también que la investigación relacionada con las tendencias para diseño del manual de imagen corporativa fue de mucha utilidad para aplicarlas en el desarrollo de este proyecto.

11.2 Recomendaciones

Se recomienda recopilar información y antecedentes de la institución con la cual se va a trabajar, para que de ese modo se desarrolle el contenido en base a las necesidades y funciones más apropiadas para su aplicación.

Tener en cuenta realizar investigaciones sobre la diagramación que facilite y propicie una lectura sencilla y fluida dentro del manual. así como el uso de imágenes que ejemplifiquen el uso de la marca.

Se recomienda la organización correcta del tiempo que se emplea en la realización del manual de imagen corporativa, para que el producto final sea de gran utilidad.

Agregar al manual de imagen corporativa cualquier tipo de información que cambie en el futuro o algún cambio en el logotipo y la imagen de la escuela.

Capítulo XII: Conocimiento general

Capítulo XII: Conocimiento general

12.2 Demostración de conocimientos



Infografía en la cual se informa de los conocimientos adquiridos y utilizados para la elaboración del proyecto.

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIII: Referencias

A

Adrián, R. (2020, 30 marzo). *Estudiante*. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/estudiante/>

Adrián, R. (2020b, abril 24). *Tipografía*. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/tipografia/>

Adrián, Y. (2020, 27 julio). *Educación Primaria*. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/educacion-primaria/>

Álvarez, C. (2020, 4 agosto). *Lingüística*. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/linguistica/>

Álvarez, C. (2020b, noviembre 26). *Pintura*. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/pintura/>

Arte povera. (s. f.). masdearte. Información de exposiciones, museos y artistas.

<https://masdearte.com/movimientos/arte-povera/>

Attention Required! | Cloudflare. (s. f.). Interceramic.

<https://interceramic.com/mx/blog/tendencia-diseno-geometrico/>

Azofeifa-Bolaños, J. B. (s. f.). *Evolución conceptual e importancia de la andragogía para la optimización del alcance de los programas y proyectos académicos universitarios de desarrollo rural*. UNA.

<https://www.redalyc.org/jatsRepo/1941/194150012023/html/index.html>

Azzerboni, C. (2014, 27 mayo). *Variables tipográficas*. Tipoblog.

<http://www.catedracosgaya.com.ar/tipoblog/2014/variables-tipograficas/>

C

Canive, T. (2020, 17 septiembre). *¿Cuáles son las funciones y elementos de la comunicación humana?* | Sinnaps. Gestor de proyectos online. <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/funciones-elementos-de-la-comunicación>

Cervantes, B. V. M. (s. f.). *Literatura, cultura, intercultural. Reflexiones didácticas para la enseñanza de español, lengua extranjera* / Antonio Mendoza. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/literatura-cultura-intercultural-reflexiones-didacticas-para-la-ensenanza-de-espanol-lengua-extranjera--0/html/a41b0aab-b550-4929-b9af-facfee4bc019_2.html

Concepto de escuela - Definición en DeConceptos.com. (2021). Concepto de escuela.

<https://deconceptos.com/ciencias-sociales/escuela>

Concepto de pedagogía — Definicion.de. (s. f.). Definición.de. <https://definicion.de/pedagogia/>

D

Definición de Antropología. (s. f.). Definición ABC.

<https://www.definicionabc.com/ciencia/antropologia.php>

Definición de arte — Definicion.de. (s. f.). Definición.de.

[https://definicion.de/arte/#:%7E:text=El%20arte%20\(del%20lat%C3%ADn%20ars,%20%20emociones%20percepciones%20y%20sensaciones.](https://definicion.de/arte/#:%7E:text=El%20arte%20(del%20lat%C3%ADn%20ars,%20%20emociones%20percepciones%20y%20sensaciones.)

Definición de cubismo — *Definicion.de.* (s. f.). Definición.de. <https://definicion.de/cubismo/>

Definición de dibujo a mano alzada — *Definicion.de.* (s. f.). Definición.de.

<https://definicion.de/dibujo-a-mano->

[alzada/#%3A%7E%3Atext=Se%20llama%20dibujo%20a%20mano,herramienta%20para%20realizar%20los%20trazos.](https://definicion.de/dibujo-a-mano-#%3A%7E%3Atext=Se%20llama%20dibujo%20a%20mano,herramienta%20para%20realizar%20los%20trazos.)

Definición de diseño — *Definicion.de.* (2008). Definición.de. <https://definicion.de/disenio/>

Definición de diseño industrial — *Definicion.de.* (s. f.). Definición.de.

<https://definicion.de/disenio-industrial/>

Definición de Educación Formal. (2015). Definición ABC.

<https://www.definicionabc.com/general/educacion-formal.php>

Definición de Hiperrealismo. (s. f.). Definición ABC.

<https://www.definicionabc.com/social/hiperrealismo.php>

Definición de semiología — *Definicion.de.* (s. f.). Definición.de. <https://definicion.de/semiologia/>

Diseño publicitario. (s. f.). FotoNostra. Recuperado 7 de enero de 2021, de

<https://www.fotonostra.com/grafico/publicitario.htm>

E

Eltikoia, V. T. L. E. (2010, 10 julio). *Discapacidad Auditiva: Clasificación e influencia en el desarrollo del niño.* Docentes Libres de Mar del Plata.

<https://docenteslibresmdq.com/2010/07/10/discapacidad-auditiva-clasificacion-e-influencia-en-el-desarrollo-del-nino/>

Espacio Logopedico. (2020). *Desarrollo del Lenguaje Oral. (Parte 1) - espacioLogopedico*.
EspacioLogopedico.com.

<https://www.espaciologopedico.com/revista/articulo/616/desarrollo-del-lenguaje-oral-parte-1.html>

Expresionismo abstracto e Informalismo: las cinco diferencias. (2017, 16 febrero). masdearte.

Información de exposiciones, museos y artistas.

<https://masdearte.com/especiales/expresionismo-abstracto-e-informalismo-las-cinco-diferencias/>

G

G. (2011). *¿Lengua de señas? – Cultura Sorda. ¿Lengua de señas?* <https://cultura-sorda.org/lengua-de-senas/>

García-Allen, J., & García-Allen, J. (2020, 5 enero). *Psicología del color: significado y curiosidades de los colores*. Psicología y Mente.

<https://psicologiaymente.com/miscelanea/psicologia-color-significado>

giovanni.guillen , Monografias.com. (s. f.). *Cibernética - Monografias.com*. monografias.com.

Recuperado 7 de enero de 2021, de

<https://www.monografias.com/trabajos/cibernetica/cibernetica.shtml>

H

Haslam, A. (2005). *Tipografía. Función, forma y diseño*. Dialnet.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=311671#:~:text=La%20tipograf%C3%ADa%20se%20ocupa%20de,encaminados%20a%20transmitir%20un%20mensaje.>

I

I. (2019a, enero 15). *Diseño gráfico*. CasandraSoft IT Solutions. <https://casandrasoft.com/disenografico/>

L

La psicología como ciencia. (s. f.). UNAP.

<https://www.unapiquitos.edu.pe/contenido/opiniones/La-psicologia-como-ciencia.php>

Lászlo Moholy-Nagy. (2008, 11 agosto). El Historial del Diseño.

<https://carocostas.wordpress.com/2008/05/14/moholy-nagy-laszlo/>

M

M. (2019a, agosto 7). *Qué es diseño gráfico: para qué sirve y en qué se basa*. Esneca.

<https://www.esneca.com/blog/que-es-disenografico/#:~:text=Dise%C3%B1o%20gr%C3%A1fico%20es%20todo%20aquello,diversos%20dispositivos%20digitales%20y%20tecnol%C3%B3gicos.>

Maria, F. S. (2020, 15 junio). *Diseño Editorial - Definición y Etapas*. Staff Creativa.

<https://www.staffcreativa.pe/blog/disen-editorial->

definicion/#:%7E:text=El%20Dise%C3%B1o%20Editorial%20es%20la,el%20exterior%20de%20los%20textos

Martínez, A. (2020, 10 noviembre). *Dibujo*. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/dibujo/>

Mayab, L. A. (s. f.). *Diseño de Modas: ¿De qué se trata la carrera y en qué puedes trabajar?*

Anáhuac Mayab. [https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/disenode-modas-de-que-se-trata-la-carrera-y-en-que-puedes-](https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/disenode-modas-de-que-se-trata-la-carrera-y-en-que-puedes-trabajar#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20de%20modas%20es%20la%20aplicaci%C3%B3n%20de%20los%20principios,a%20la%20prenda%20o%20accesorio.)

[trabajar#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20de%20modas%20es%20la%20aplicaci%C3%B3n%20de%20los%20principios,a%20la%20prenda%20o%20accesorio.](https://merida.anahuac.mx/licenciaturas/blog/disenode-modas-de-que-se-trata-la-carrera-y-en-que-puedes-trabajar#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20de%20modas%20es%20la%20aplicaci%C3%B3n%20de%20los%20principios,a%20la%20prenda%20o%20accesorio.)

mediatrader. (2019, 21 julio). *Guía práctica para la mezcla de colores*. *Consumer*.

<https://www.consumer.es/bricolaje/guia-practica-para-la-mezcla-de-colores.html>

Minimalismo. (s. f.). HA! <https://historia-arte.com/movimientos/minimalismo>

Morin, A. (2020, 22 octubre). *Maestros de educación especial: Una guía para padres*.

Understood - For learning and thinking differences. <https://www.understood.org/es-mx/school-learning/special-services/special-education-basics/special-education-teachers-guide-for-parents>

Munoz, A. E. (2016, 29 junio). *diseño esqueumórfico Archives*. el blog de dice.

<http://www.dicecomunicacion.com/blog/tag/disenoesqueumorfico/>

P

Parduelles, M. (2015, 9 noviembre). *Psicología del consumidor* • gestiopolis.

<https://www.gestiopolis.com/psicologia-del-consumidor/>

Porporatto, M. (2016, 2 octubre). *Significado de Maestro - Qué es, Definición y Concepto*. Que

Significado. <https://quesignificado.com/maestro/>

Posmoderno, Diseño. (s. f.-b). portaldearte.cl.

<http://www.portaldearte.cl/terminos/posmoderno.htm>

Proceso de comunicación / Koiwe. (2020). koiwe.

http://www.koiwerrhh.com.ar/comunicaciones_proceso.html#:~:text=El%20proceso

[%20b%C3%A1sico%20de%20comunicaci%C3%B3n,que%20se%20le%20ha%20transmitido.](http://www.koiwerrhh.com.ar/comunicaciones_proceso.html#:~:text=El%20proceso%20b%C3%A1sico%20de%20comunicaci%C3%B3n,que%20se%20le%20ha%20transmitido.)

Q

¿Qué es la educación especial? (2019). Educacion. [http://edu.jalisco.gob.mx/educacion-](http://edu.jalisco.gob.mx/educacion-especial/que-es-la-educacion-especial#:~:text=La%20Educaci%C3%B3n%20Especial%20es%20una,en%20el%20enfoque%20de%20la)

[especial/que-es-la-educacion-](http://edu.jalisco.gob.mx/educacion-especial/que-es-la-educacion-especial#:~:text=La%20Educaci%C3%B3n%20Especial%20es%20una,en%20el%20enfoque%20de%20la)

[especial#:~:text=La%20Educaci%C3%B3n%20Especial%20es%20una,en%20el%20enf](http://edu.jalisco.gob.mx/educacion-especial/que-es-la-educacion-especial#:~:text=La%20Educaci%C3%B3n%20Especial%20es%20una,en%20el%20enfoque%20de%20la)

[oque%20de%20la](http://edu.jalisco.gob.mx/educacion-especial/que-es-la-educacion-especial#:~:text=La%20Educaci%C3%B3n%20Especial%20es%20una,en%20el%20enfoque%20de%20la)

¿Qué es la pérdida de audición? (para Niños) - Nemours KidsHealth. (20d. C.). KidsHealth.

<https://kidshealth.org/es/kids/hearing-impairment-esp.html>

¿Qué es la Psicología organizacional? (2020, 2 julio). BLOG | UTEL.

<https://www.utel.edu.mx/blog/estudia-en-linea/que-es-la-psicologia->

[organizacional/#:%7E:text=Esta%20rama%20de%20la%20psicolog%C3%ADa,a%20tra
v%C3%A9s%20de%20estrategias%2C%20motivaciones](#)

¿*Qué es la Sociología?* (2020, 12 junio). Cisolog. <https://cisolog.com/sociologia/que-es-la-sociologia/>

Qué es y qué busca el pop art: autores y aportaciones. (2019, 26 agosto). masdearte.

Información de exposiciones, museos y artistas. <https://masdearte.com/especiales/pop-art-ser-trivial-ser-sofisticado/>

Quiroga, E. (2020, 10 julio). *¿Qué es la Discapacidad Auditiva?* Hablemos de Neurociencia.

<https://hablemosdeneurociencia.com/discapacidad-auditiva/>

R

R. (2018, 11 septiembre). *¿Qué es el diseño de interiores?* Cursos de Gráfico, Web y Revit en Madrid - Escuela ESDIMA. <https://esdima.com/que-es-el-diseno-de-interiores/>

R. (2020a, marzo 7). *Vanguardismo.* Características.

<https://www.caracteristicas.co/vanguardismo/>

Redacción ConceptoDefinicion.de. (2019, 22 julio). *Diseño Textil.* Concepto de - Definición de.

<https://conceptoDefinicion.de/disenio-textil/>

S

S. (2018c, septiembre 30). *Significado de Artes visuales.* Significados.

<https://www.significados.com/artes-visuales/>

S. (2018b, febrero 16). *Significado de Pedagogía*. Significados.

<https://www.significados.com/pedagogia/>

S. (2019c, junio 6). *Artes Visuales*. Concepto. <https://concepto.de/artes-visuales/>

S. (2020, 16 septiembre). *Comunicación*. Concepto. <https://concepto.de/comunicacion/>

S. (2020a, agosto 1). *Teoría del Color*. Concepto. <https://concepto.de/teoria-del-color/>

S. (2019, 29 noviembre). *Aprendizaje*. Concepto. <https://concepto.de/aprendizaje-2/>

Sánchez, A. (2019, 3 septiembre). *Educación*. Concepto de - Definición de.

<https://conceptodefinicion.de/educacion/>

T

T. (2016, 29 julio). *Arte Conceptual* *Contenido1 Arte Conceptual2 ¿Qué es el arte*

conceptual?2.1 Origen del arte Saber Más. Tipos de arte. <https://tiposdearte.com/que-es-el-arte-conceptual/>

T. (2017, 18 noviembre). *¿Qué es el arte digital?Contenido1 ¿Qué es el arte digital?2 Arte*

digital Saber Más. tipos de arte. <https://tiposdearte.com/que-es-el-arte-digital/>

Torres, A., & Torres, A. (2021, 5 enero). *Teoría de la Gestalt: leyes y principios fundamentales*.

Psicología y Mente. <https://psicologiaymente.com/psicologia/teoria-gestalt>

Torres, J. (2020, 7 agosto). *Definición de Comunicación según 5 Autores*. Lifeder.

<https://www.lifeder.com/definicion-comunicacion-autores/>

U

Un día más en el trabajo. (s. f.). Proceso Comunicación.

http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/contenido_tiposcom.htm

W

W. (2012, 17 octubre). *Que es Diseño Web?* Web Design and more.

<https://webdesignerandmore.wordpress.com/2012/09/25/que-es-diseno-web/#:~:text=El%20dise%C3%B1o%20web%20es%20una,los%20clientes%20interact%C3%A1n%20con%20ella.>

World Health Organization. (2016, 21 septiembre). *Discapacidades.* Organización Mundial de la Salud.

<https://www.who.int/topics/disabilities/es/#:~:text=Discapacidad%20es%20un%20t%C3%A9rmino%20general,las%20restricciones%20de%20la%20participaci%C3%B3n.>

X

Xyz, D. (2018, 2 noviembre). *Psicología de la Comunicación.* Definición XYZ.

<https://www.definicion.xyz/2017/11/psicologia-de-la-comunicacion.html>

Capítulo XIV: Referencias

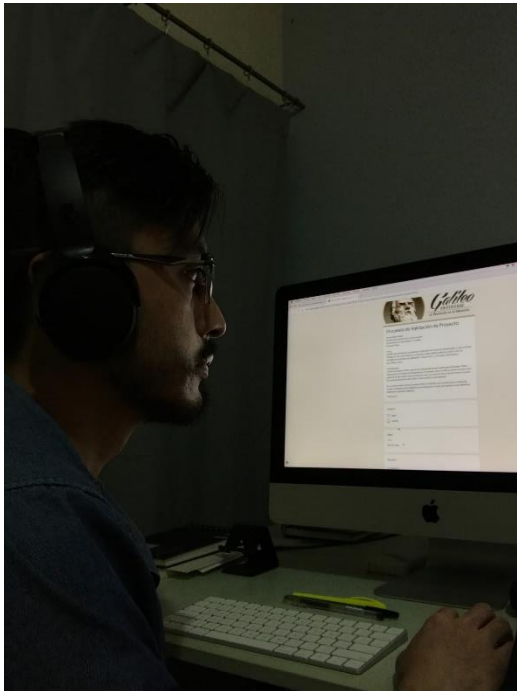
Capítulo XIV: Anexos

14.1 Fotografías de Validación (expertos).



Licenciado Rolando Barahona

Catedrático. Facultad de Comunicación de la Comunicación. Universidad Galileo



Licenciado Carlos Jiménez.

Catedrático. Facultad de Comunicación de la Comunicación. Universidad Galileo

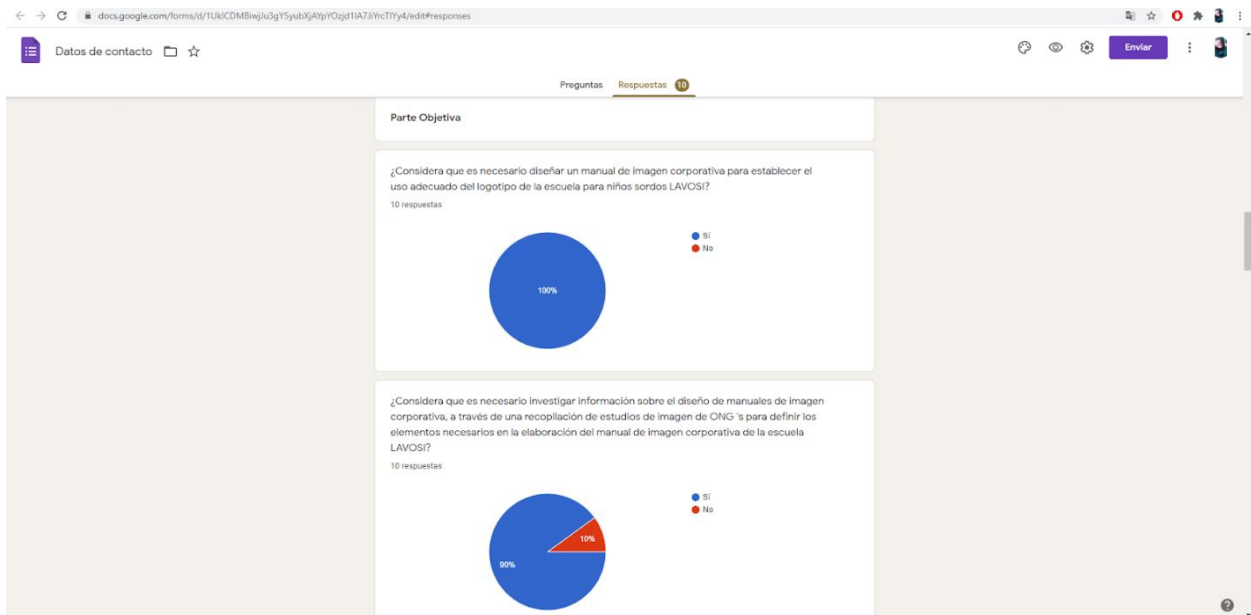


Licenciado Karla López

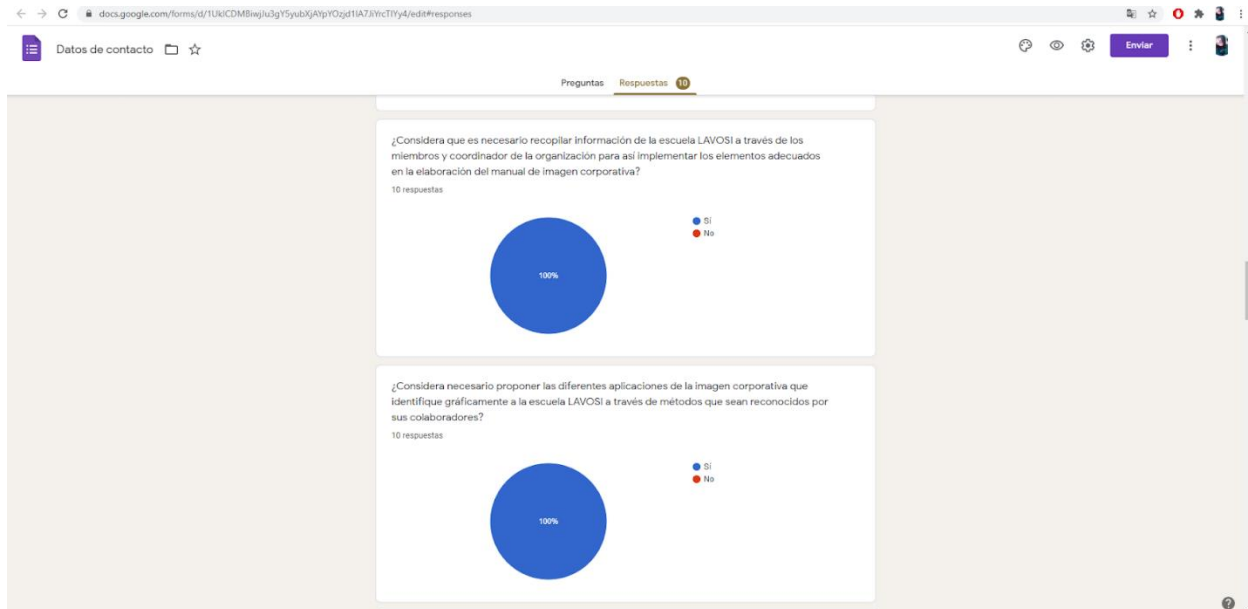
Coordinadora Académica. Facultad de Comunicación de la Comunicación. Universidad Galileo.

14.2 Resultados de validación (Google Forms)

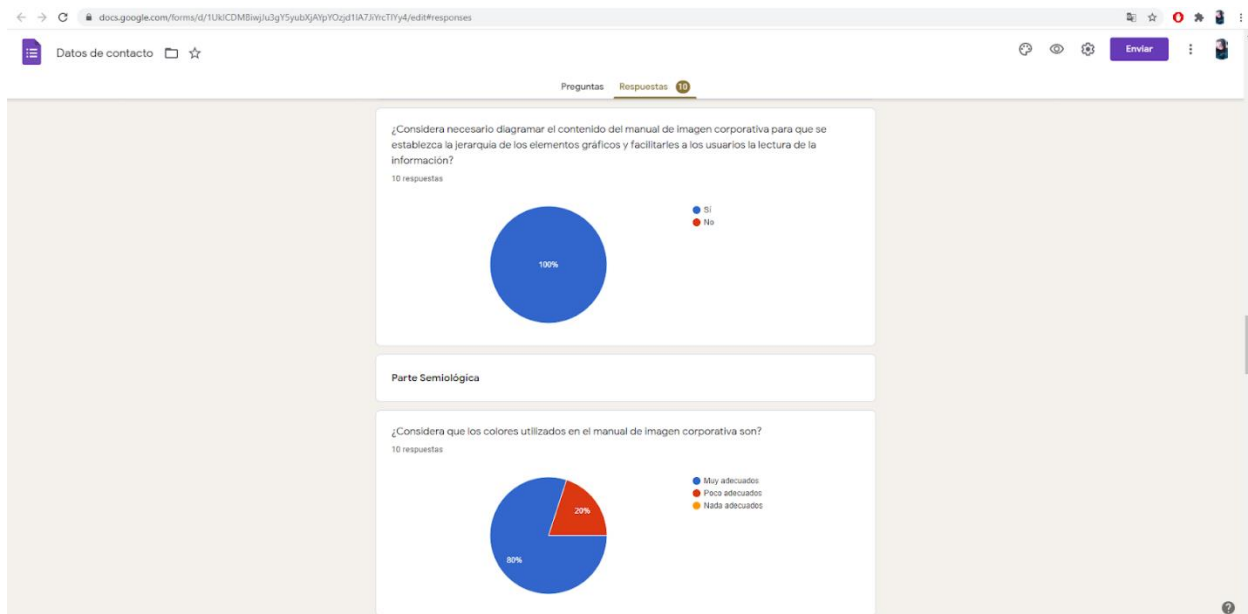
14.2.1 Pregunta 1 - 2



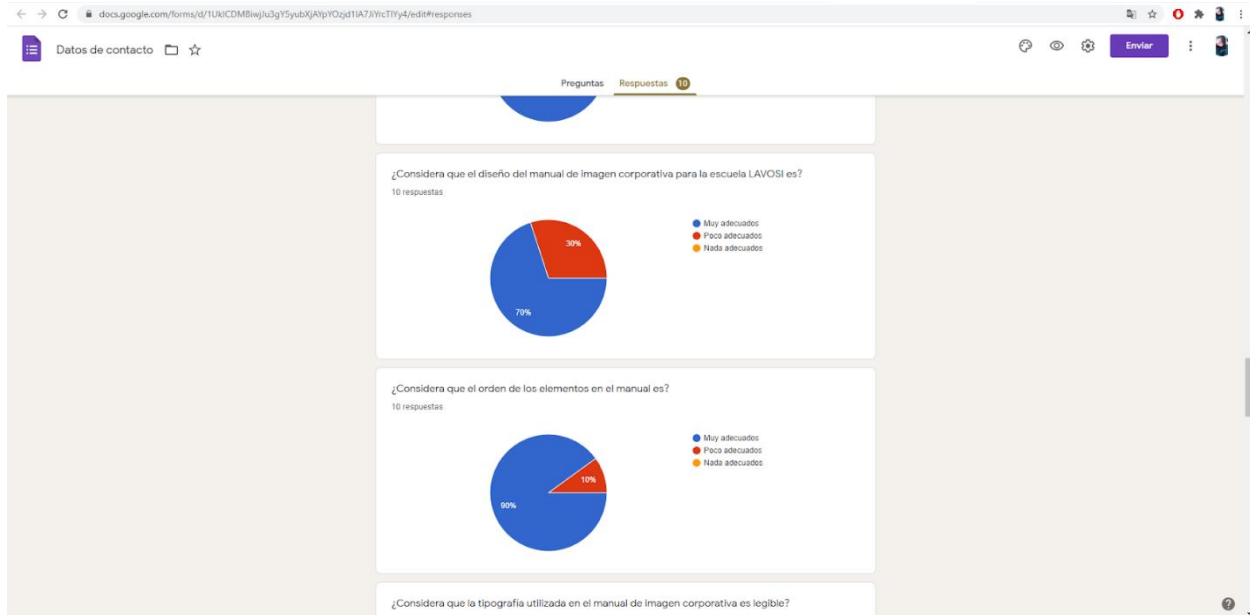
14.2.2 Pregunta 3 - 4



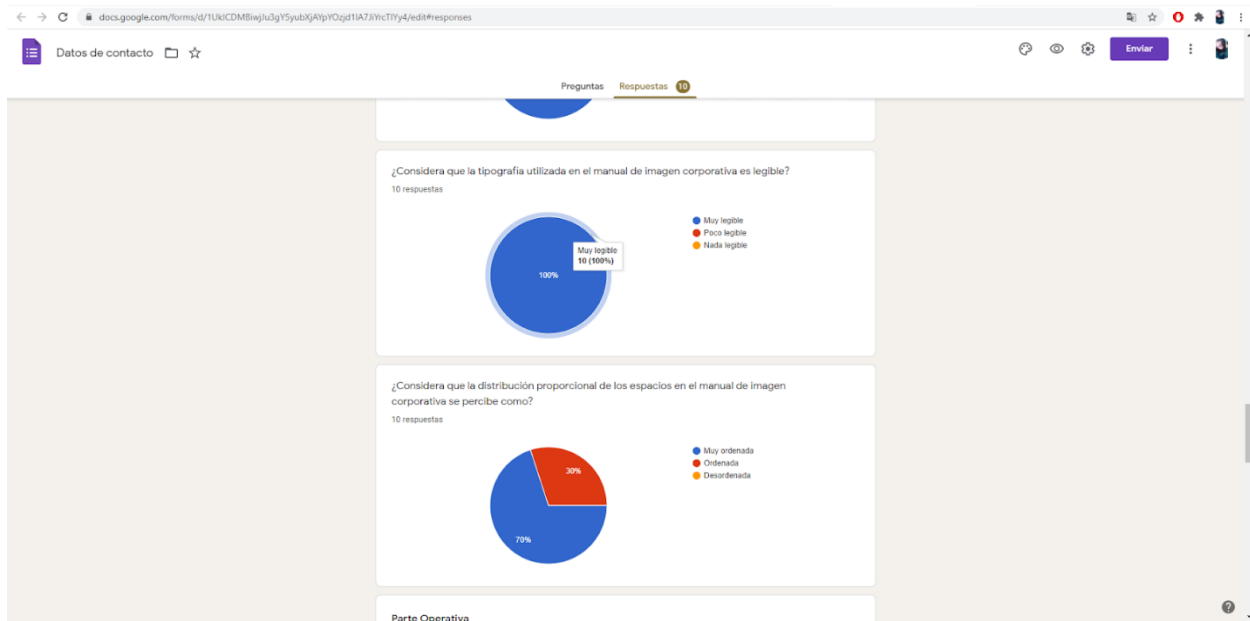
14.2.3 Pregunta 5 - 6



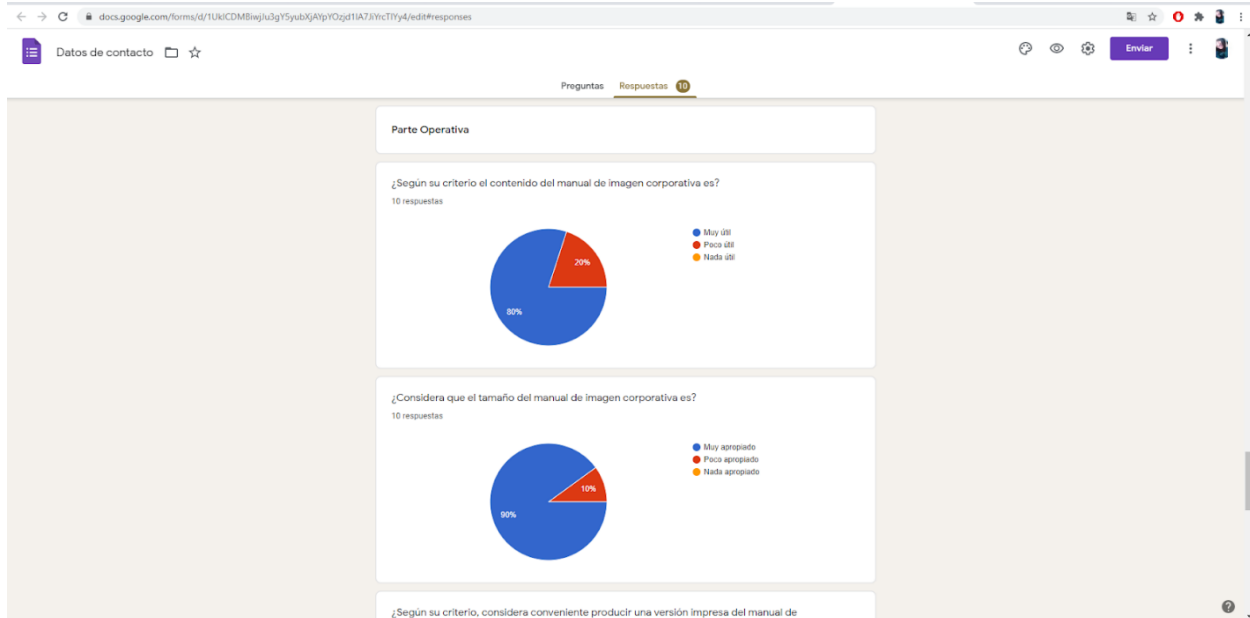
14.2.4 Pregunta 7 - 8



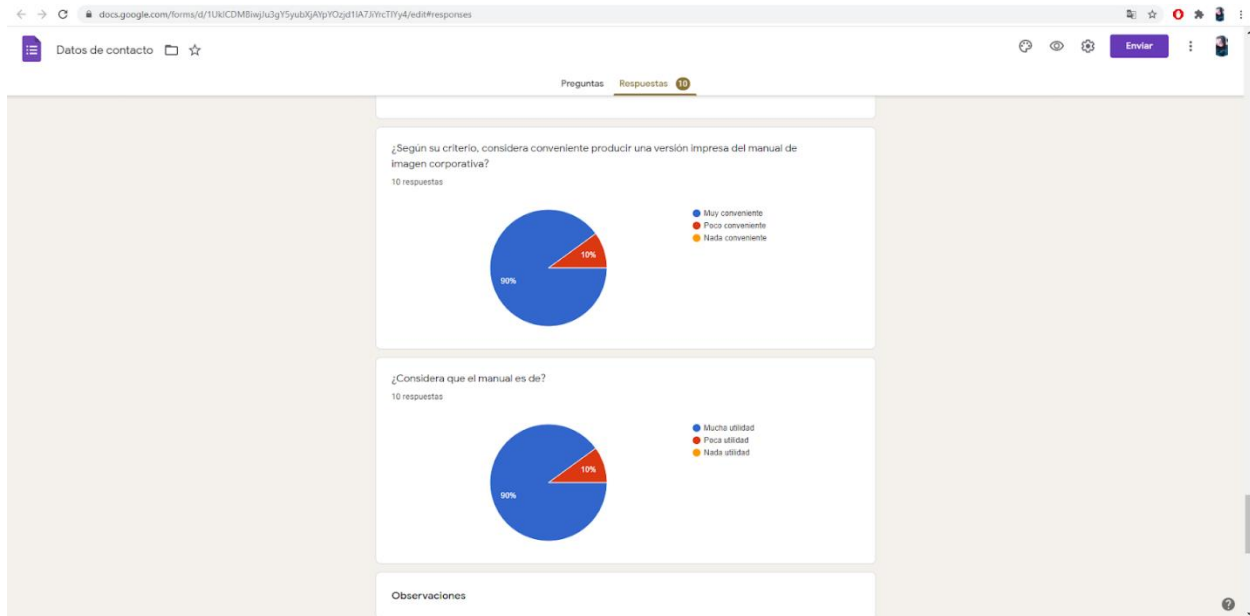
14.2.5 Pregunta 9 - 10



14.2.6 Pregunta 11 - 12




14.2.7 Pregunta 13 - 14



14.3 Encuesta

14.3.1 Introducción, género



Sección 1 de 2

Encuesta de Validación de Proyecto

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto Tesis

Tema:
DISEÑO DE UN MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN CORRECTA DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LAVOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021

Antecedentes:
LAVOSI se fundó en 2009, a partir de la necesidad de una opción educativa para niñas y niños sordos en el área de Sacatepéquez. El fundador de la LAVOSI es Álvaro de León Cruz, padre de un hijo sordo, Alvaro Ernesto de León. La vivencia con su hijo les motivó a iniciar una escuela específica para niñas y niños sordos en Jocotenango.



En un acercamiento con la escuela LAVOSI, se identificó que carecen de un manual de imagen corporativa para estandarizar la aplicación correcta del logotipo en los diferentes materiales impresos y digitales.

Genero *

Mujer

Hombre

14.3.2 Edad, nombre, profesión, años de experiencia en el mercado, perfil

| |
|--|
| Edad * Mes, día, año  |
| Nombre * Texto de respuesta corta |
| Profesión * Texto de respuesta corta |
| Años de experiencia en el mercado Texto de respuesta corta |
| Perfil * <input type="checkbox"/> Cliente <input type="checkbox"/> Experto <input type="checkbox"/> Grupo objetivo |
| Después de la sección 1 Ir a la siguiente sección  |

14.3.3 Instrucciones, parte objetiva, pregunta 1 - 3

Instrucciones:

En base con la información anterior, observe la pieza gráfica y según su criterio, se le agradecerá responder las siguientes preguntas.

Parte Objetiva

Descripción (opcional)

¿Considera que es necesario diseñar un manual de imagen corporativa para establecer el uso adecuado del logotipo de la escuela para niños sordos LAVOSI? *

Sí

No

¿Considera que es necesario investigar información sobre el diseño de manuales de imagen corporativa, a través de una recopilación de estudios de imagen de ONG 's para definir los elementos necesarios en la elaboración del manual de imagen corporativa de la escuela LAVOSI? *

Sí

No

¿Considera que es necesario recopilar información de la escuela LAVOSI a través de los miembros y coordinador de la organización para así implementar los elementos adecuados en la elaboración del manual de imagen corporativa? *

Sí

No

14.3.4 Pregunta 4, parte semiológica pregunta 5 - 6

⋮

¿Considera necesario diagramar el contenido del manual de imagen corporativa para que se establezca la jerarquía de los elementos gráficos y facilitarles a los usuarios la lectura de la información? *

Sí

No

Parte Semiológica

Descripción (opcional)

¿Considera que los colores utilizados en el manual de imagen corporativa son? *

Muy adecuados

Poco adecuados

Nada adecuados

¿Considera que el diseño del manual de imagen corporativa para la escuela LAVOSI es? *

Muy adecuados

Poco adecuados

Nada adecuados

14.3.5 Pregunta 7 - 9

¿Considera que el orden de los elementos en el manual es? *

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

¿Considera que la tipografía utilizada en el manual de imagen corporativa es legible? *

- Muy legible
- Poco legible
- Nada legible

¿Considera que la distribución proporcional de los espacios en el manual de imagen corporativa se percibe como? *

- Muy ordenada
- Ordenada
- Desordenada

14.3.6 Parte operativa, pregunta 10 - 13

| |
|--|
| <p>Parte Operativa</p> <p>Descripción (opcional)</p> |
| <p>¿Según su criterio el contenido del manual de imagen corporativa es? *</p> <p><input type="radio"/> Muy útil</p> <p><input type="radio"/> Poco útil</p> <p><input type="radio"/> Nada útil</p> |
| <p>¿Considera que el tamaño del manual de imagen corporativa es? *</p> <p><input type="radio"/> Muy apropiado</p> <p><input type="radio"/> Poco apropiado</p> <p><input type="radio"/> Nada apropiado</p> |
| <p>¿Según su criterio, considera conveniente producir una versión impresa del manual de imagen corporativa? *</p> <p><input type="radio"/> Muy conveniente</p> <p><input type="radio"/> Poco conveniente</p> <p><input type="radio"/> Nada conveniente</p> |

14.3.7 Pregunta 14, observaciones, agradecimiento

¿Considera que el manual es de?

Mucha utilidad

Poca utilidad

Nada utilidad

Observaciones
Descripción (opcional)

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta, Si en dado caso usted tiene alguna sugerencia, comentario o crítica que considere necesaria y que esté orientada a mejorar la efectividad del manual de imagen corporativa puede hacerlo en el siguiente espacio:

Texto de respuesta larga

Gracias por contribuir al proyecto de tesis: "DISEÑO DE UN MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA PARA ESTANDARIZAR LA APLICACIÓN CORRECTA DEL LOGOTIPO DE LA ESCUELA PARA NIÑOS SORDOS LAVOSI, EN LOS DIFERENTES MATERIALES IMPRESOS Y DIGITALES. LA ANTIGUA GUATEMALA, GUATEMALA 2021" su opinión será tomada en cuenta para la realización de cambios en dicho proyecto.

Descripción (opcional)

14.4 Cuadro de tendencias

14.4.1 Variables de tipografía / Combinación de colores



Variables de tipografía

Tipografía bold; Este tipo de tipografías en negrita consiguen dar al diseño un enfoque moderno, e incluso pueden utilizarse con efectos tridimensionales.

Composición asimétrica; La diagonal y lo asimétrico consiguen captar la atención del público y transmitir incluso mensajes con mayor audacia.

Variables de logos; La tendencia de las diferentes variaciones del mismo logo a crecido en los últimos años y poder así poderse diferenciar.

Combinación de colores

Cambio de color; Es la creación del logo oficial o apartados que representan a la marca, esto es algo que se puede dar por medio del cambio de color de la imagen pero no en el contraste de fondos.

Regla 60/30/10; Consiste en darle todo el protagonismo al color más fuerte, que ocupará el 60% del diseño. Los otros dos se repartirán el resto entre un 30% y un 10%. Se trata de jerarquizar el diseño y la información a través del uso del color

Opuestos; Utilizar un color muy potente y llamativo, como puede ser un rojo, se suaviza visualmente si lo combinas con uno suave y tenue, como un gris claro.

Complementarios; En la teoría del color, como hemos citado ya, hay ciertos colores complementarios que son los que están opuestos en el círculo cromático. Se consideran complementarios si al mezclarlos adecuadamente ofrecen un tercer color neutral. Y estos tres colores pueden funcionar perfectamente juntos en un mismo diseño.

Degradado; Utilizar un único color en diferentes grados de transparencia. Así, aunque apuestes todo a un color, podrás hacer combinaciones y jerarquizaciones claras.



14.4.2 Minimalismo / Formas geométricas



Minimalismo

Sigue las características propias del estilo: la abstracción, la economía de lenguaje, purismo estructural y funcional, orden, reducción, síntesis, sencillez y concentración. La reducción de las formas a lo elemental así como la predilección por emocionar a través de la mínima expresión es una de las bases de los diseñadores de este movimiento.

Formas Geométricas.

Juega con la estética, creando conjuntos visuales llamativos
Presta especial atención a los colores que escojas
Utilízalo en conjunto con otras tendencias de las que ya hemos hablado, tales como cromados, colores neón, glossy, etc
Puedes jugar con los degradados para dar cierto volumen a tus polígonos
No te limites únicamente a objetos 2D, puedes incorporar elementos 3D dentro de la misma gráfica



14.5 Infografía de conocimiento general

