

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

"Rediseño de la identidad gráfica, material informativo y divulgativo para el Orquideario Landivariano."

PROYECTO DE GRADO

**ESTEFANI JOSEFINA LAINES MEDRANO**  
CARNET 11331-14

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2018  
CAMPUS CENTRAL

**UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**  
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

"Rediseño de la identidad gráfica, material informativo y divulgativo para el Orquideario Landivariano."

PROYECTO DE GRADO

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE  
ARQUITECTURA Y DISEÑO

POR  
**ESTEFANI JOSEFINA LAINES MEDRANO**

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO DE DISEÑADORA GRÁFICA EN EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2018  
CAMPUS CENTRAL

## **AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR**

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.  
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO  
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO  
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.  
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS  
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

## **AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO**

DECANO: MGTR. CRISTIÁN AUGUSTO VELA AQUINO  
VICEDECANO: MGTR. ROBERTO DE JESUS SOLARES MENDEZ  
SECRETARIA: MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ  
DIRECTOR DE CARRERA: MGTR. GUSTAVO ADOLFO ORTIZ PERDOMO

## **NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN**

LIC. ANA ISABEL CAHUEX SOLANO

## **TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN**

MGTR. MARIA DENISE BROLO ROMERO  
LIC. CARLOS ROBERTO HUN MARTINEZ  
LIC. JESSICA PAOLA PÉREZ ESPINOZA

# CARTA DEL ASESOR



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño  
Departamento de Diseño Gráfico  
Teléfono: (502) 2426 2626 ext. 2428  
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16  
Guatemala, Ciudad. 01016

Reg. No. DG.149-2018

Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de  
Arquitectura y Diseño a los dieciseis días del mes de julio de  
dos mil dieciocho.

Por este medio hacemos constar que el(la) estudiante **ESTEFANI JOSEFINA LAINES MEDRANO**, carné **1133114**, cumplió con los requerimientos del curso de Proyecto de Grado en Diseño Gráfico.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Presentación de Proyecto de Grado, previo a optar al grado académico de Licenciado(a).

Lic. Ana Isabel Cahúex Solano  
ASESORA DE PROYECTO

# ORDEN DE IMPRESIÓN



Universidad  
Rafael Landívar  
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
No. 031432-2018

## Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Proyecto de Grado de la estudiante ESTEFANI JOSEFINA LAINES MEDRANO, Carnet 11331-14 en la carrera LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO, del Campus Central, que consta en el Acta No. 03173-2018 de fecha 17 de octubre de 2018, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"Rediseño de la identidad gráfica, material informativo y divulgativo para el Orquideario Landivariano."

Previo a conferírsele el título de DISEÑADORA GRÁFICA en el grado académico de LICENCIADA.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 20 días del mes de noviembre del año 2018.



MGTR. EVA YOLANDA OSORIO SANCHEZ DE LOPEZ, SECRETARIA  
ARQUITECTURA Y DISEÑO  
Universidad Rafael Landívar

# DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Con el corazón lleno de felicidad, quiero agradecer y dedicar el siguiente proyecto a quiénes principalmente formaron parte de este camino.

Agradezco a Dios, por su infinito amor, por guiarme y bendecirme en cada paso que doy, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad. Gracias por haberme permitido culminar esta etapa tan importante de mi vida.

A mi mamá Josefina, por el apoyo y motivación que me brinda en todo momento, por sus consejos, sus valores, pero más que nada, por su amor. A mi papá Esteban, por los ejemplos de perseverancia, constancia y humildad que lo caracterizan, por acompañarme e impulsarme a luchar por mis sueños.

A mi abuelito Miguel, que desde el cielo me ilumina y me fortalece. A mi abuelita Juana, por ser mi inspiración, gracias por enseñarme a disfrutar cada detalle de la vida.

A mi hermano Geovanni, por su cariño, paciencia y apoyo incondicional, por ser mi compañero de risas y aventuras.

A mis amigos, por permitirme aprender más de la vida a su lado, por la complicidad en cada lágrima y en cada sonrisa.

A todas aquellas personas, por su compañía y alentarme a lo largo de esta etapa.

Gracias a todos por cada experiencia vivida.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	10	5.1 SUJETO DE ESTUDIO EXPERTO EN DISEÑO	76
1. FAMILIARIZACIÓN CON EL CLIENTE Y EL PROYECTO	11	5.2 OBJETO DE ESTUDIO CASO ANÁLOGO	80
2. COMPRENSIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD	15	5.3 EXPERIENCIA DESDE DISEÑO	85
3. OBJETIVOS	17	6. GRUPO OBJETIVO	89
4. MARCO DE REFERENCIA	19	7. CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO	98
4.1 PROFUNDIZAR EN LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE	20	8. DISEÑO DEL CONCEPTO	102
4.2 ANÁLISIS DE ANTECEDENTES	28	8.1 BÚSQUEDA DEL CONCEPTO	103
4.3 ANÁLISIS DE ANTECEDENTES DE LA COMPETENCIA	36	8.2 FUNDAMENTACIÓN DE LA IDEA	124
4.4 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DEL TEMA	43	9. CODIFICACIÓN DEL MENSAJE	128
4.5 SUJETO DE ESTUDIO EXPERTO EN EL TEMA	55	10. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	138
5. MARCO TEÓRICO DE DISEÑO	58	11. BOCETAJE PARA DEFINIR LA PROPUESTA PRELIMINAR	150

11.1 PROPUESTA PRELIMINAR	216
12. VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA DEL DISEÑO PRELIMINAR	224
12.1 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	226
12.2 CAMBIOS DE VALIDACIÓN	231
13. PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN	241
14. PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN	273
14.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	274
14.2 INFORME TÉCNICO	282
14.3 PRESUPUESTO DE DISEÑO	285
14.4 PRESUPUESTO DE REPRODUCCIÓN	286
15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	287
16. REFERENCIAS	290
17. ANEXOS	294

# RESUMEN EJECUTIVO

Las orquídeas constituyen la familia más diversa de la flora en Guatemala, representada por más de mil especies. Su importancia como objeto de investigación en el país proviene del hecho de que también es la familia de flora más amenazada, debido a la degradación, agotamiento y contaminación de hábitats naturales, así como por los cambios climáticos.

La Universidad Rafael Landívar uno de sus propósitos va más allá de la educación superior, se enmarca en la responsabilidad social y el impacto que tiene el ser humano con el medio ambiente. Por lo que a través del Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA), surge la iniciativa “Conservación de Orquídeas de Guatemala”.

Dentro del Orquideario Landivariano se desarrollan trabajos científicos y educativos. Uno de sus principales objetivos es fomentar el conocimiento de las especies para su conservación, dirigido a la comunidad landivariana.

La problemática que existe es el reconocimiento del establecimiento, debido a que, dentro del rango de estudiantes, personal docente y administrativo no tienen conocimiento sobre su existencia y el trabajo que realizan.

El proyecto consiste en el desarrollo del rediseño de la identidad gráfica, material informativo y divulgativo que a través de una estrategia gráfica e implementación de determinados canales de comunicación pueda generar un alto impacto que atraiga a la comunidad, enfocado en proyectar e incentivar la importancia del establecimiento y su temática.

# INTRODUCCIÓN

Actualmente, a nivel nacional existen pocas instituciones que se preocupen por la conservación de la riqueza que ofrece Guatemala, especialmente, en la diversidad de flora, como el caso de las orquídeas, que forman parte de las especies con mayor amenaza. Por esto, se considera que el Orquideario Landivariano forma parte proactivamente del movimiento de la conservación y apreciación de las especies.

Dado a que las presentes generaciones mantienen una relación constante con la naturaleza, para el Orquideario Landivariano es importante llamar la atención de la comunidad landivariana. Se considera que, al proporcionarle mayor información sobre el tema de las orquídeas, esta comunidad puede generar mayor empatía y promover una coexistencia de armonía y conciencia respecto a esta especie de flora en Guatemala.

No obstante, la comunidad landivariana no cuenta con un reconocimiento y familiarización sobre la existencia del Orquideario. Ya que el involucramiento de los estudiantes, personal docente y administrativo en dicho movimiento es deficiente. Por ello, en el presente trabajo se buscó implementar una propuesta que logre solventar el problema de comunicación, creando un afianzamiento y memorabilidad del Orquideario Landivariano ante el usuario, y así mismo generar interés sobre la temática.

# 01.

# FAMILIARIZACIÓN

## CON EL CLIENTE Y EL PROYECTO

Guatemala cuenta con una significativa diversidad de flora y fauna, entre las cuales las orquídeas son la especie que predominan dentro de las familias de plantas; las orquídeas son organismos claves dentro de los ecosistemas y son muy sensibles a los cambios que ocurren dentro de su ambiente, por lo que el estado que atraviesa la ciudad de Guatemala afecta su subsistencia posicionándolas como una de las especies más amenazadas del país. A raíz de dicha problemática el Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA) de la Universidad Rafael Landívar desarrolló la iniciativa “Conservación de Orquídeas en Guatemala” el cual tiene como objetivo promover el conocimiento y ser parte de la conservación biológica del país.

El instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA) es una instancia académica creada por la Universidad Rafael Landívar, para impulsar la investigación científica sobre la situación actual del ambiente natural. El IARNA pretende realizar aportes que contribuyan al mantenimiento de los procesos ecológicos y a la revitalización del medio ambiente, por lo que es necesario generar conocimiento sobre la interacción de la sociedad con la naturaleza. El trabajo del IARNA se desarrolla a través de la investigación, proyección y formación para cada una de sus distintas

áreas de proyección como el perfil ambiental de Guatemala, cuentas ambientales, orquideario landivariano, arboreto landivariano y monitoreo climático.

El Orquideario Landivariano fue creado por el IARNA a través de la iniciativa “Conservación de Orquídeas en Guatemala” para contribuir con la protección de la familia de plantas más amenazada de la región, que se enmarca en la línea de investigación referente a la conservación y restauración del entorno natural. Se encarga de aspectos como el cuidado y la reproducción de la colección de más de 200 orquídeas ubicadas en el campus central, utilizando técnicas de micro propagación in vitro con la finalidad de reintroducir cada especie en su hábitat natural.

El Orquideario es un espacio que se establece con el objetivo de poner al alcance del público una muestra de la riqueza y diversidad de las orquídeas; por lo que cuenta con un espacio con fines educativos y recreativos para dar a conocer la diversidad de especies y la importancia para su conservación. En este lugar se realizan recorridos con estudiantes, personal landivariano y público en general.

El impulso de dar a conocer información sobre las especies, tiene como finalidad aumentar y fortalecer el valor que asignan los guatemaltecos a la conservación de la diversidad biológica del país. La responsabilidad social es un eje activista de la Universidad Rafael Landívar, donde la educación ecológica y el fomento de una cultura para la protección medio ambiental es un factor que impulsa a los estudiantes, personal docente y administrativo a ser parte de la conservación del ecosistema.

A través de la situación que afronta Guatemala sobre la constante amenaza de la biodiversidad de la flora y fauna, especialmente hacia la familia de las orquídeas existen pocas asociaciones que se encargan de su protección y conservación.

Asociación Guatemalteca de Orquideología – AGO, es una entidad que se encarga de estimular y fomentar el cultivo, propagación y conservación de toda clase de orquídeas nacionales y extranjeras, a través de programas de educación e investigación, por lo que abarca temas no solamente sobre orquídeas, sino también sobre el medio ambiente, debido a que concientizar a las personas sobre el cuidado del ecosistema, logra favorecer la conservación de la flora.

Orquigonia – Reserva Natural y Centro de Conservación de Orquídeas, es un proyecto de rescate y conservación de orquídeas, donde generan acciones para reproducir y propagar diversas especies evitando su extinción; cuentan con talleres educativos como medio para concientizar a los visitantes sobre la importancia

de la conservación de las especies, a través de un recorrido donde se puede observar y aprender de la gran biodiversidad de Guatemala.

Actualmente el Orquideario dentro de la comunidad landivariana se encuentra en el anonimato, debido a que no existe una estrategia de reconocimiento eficiente; han desarrollado enlaces con el Departamento de Comunicación de la Universidad Rafael Landívar donde publican anuncios en distintas plataformas, como en los monitores dentro de las instalaciones, así como mensajes dentro del portal, pero estos no alcanzan captar la atención de la comunidad y pasan desapercibidos.

Por consiguiente, los retos del diseño van más allá de la problemática, se dirigen hacia la interpretación de las necesidades, de lograr solucionar de manera estratégica cada punto de intervención. Además, cada fase logra enlazarse creando una codificación gráfica eficiente y funcional, por lo que se han definido las siguientes preguntas:

- ¿Cómo llegar a la comunidad landivariana de manera estratégica? ¿A través de qué medios?
- ¿Cómo lograr que las personas se interesen en el tema? ¿A través de qué procesos?
- ¿Cómo identificar el lenguaje visual que logre dar a conocer al orquideario?

Inicialmente, el Orquideario no cuenta con un alcance de reconocimiento dentro de la comunidad landivariana, por lo que las personas no asisten al orquideario y no conocen el trabajo que se realiza. Dado a la intervención del proyecto, posteriormente se puede medir la cantidad de personas que se comunican al establecimiento, y muestran interés por participar en los talleres, así como la cantidad de personas que ingresan a la página web del Orquideario.

El Orquideario no cuenta con un presupuesto establecido. Los fondos que obtienen para determinadas acciones provienen del Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA); por esto actualmente cuentan con solo una infraestructura donde desarrollan su trabajo.

No obstante, sí mantiene un enlace con el Departamento de Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, el cual se encarga de publicar mensajes en medios digitales.

# 02.

## COMPRENSIÓN Y DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD

# NECESIDAD

## ORQUIDEARIO LANDIVARIANO

El Orquideario Landivariano es un espacio que pone al alcance del público una muestra de la riqueza y diversidad de orquídeas que habitan en Guatemala dentro del campus central en la Universidad Rafael Landívar. Tiene como objetivo fomentar el conocimiento de las especies para su conservación, dirigido a la comunidad landivariana como estudiantes, personal docente y administrativo.

Sin embargo, actualmente este centro carece de una efectiva comunicación para darse a conocer y salir del anonimato. La comunidad landivariana no cuenta con un reconocimiento del proyecto debido a que la imagen que manejan no es eficiente. Por consiguiente, no existe un medio para incentivar el interés sobre el proyecto y la temática, así como la participación en los espacios de recreación y estudio que ofrecen.

# 03. OBJETIVOS

# OBJETIVOS

## ORQUIDEARIO LANDIVARIANO

- Rediseñar la identidad gráfica del Orquideario Landivariano, que represente e identifique el proyecto para facilitar su reconocimiento dentro de la comunidad landivariana, que abarca a estudiantes, personal docente y administrativo.
- Proponer material informativo y divulgativo para dar a conocer al Orquideario y su proyección dentro del campus, incentivando el interés sobre la conservación y apreciación de las orquídeas, y así mismo promover una participación proactiva en los espacios de estudio y recreación.

# 04. MARCO DE REFERENCIA

# 4.1

## PROFUNDIZAR EN LA INFORMACIÓN DEL CLIENTE

# INFORMACIÓN GENERAL DEL CLIENTE

- **Contacto:** Lda. María Mercedes López
- **Cargo:** Directora general
- **Empresa:** Orqueario Landivariano
- **Tel:** 24262626 ext. 2549
- **Dirección:** Universidad Rafael Landívar
- **URL:** <http://www.infoiarna.org.gt/orquideario-landivariano/>



Figura 1: Logotipo del Orquideario Landivariano

## OBJETIVOS

Su objetivo es promover el conocimiento y la conservación de orquídeas con distribución en Guatemala.

Las especies que residen en el Orquideario Landivariano han sido identificadas científicamente para el conocimiento de los visitantes. Así mismo, atiende aspectos relativos a la reproducción de las orquídeas, utilizando técnicas de micro propagación in vitro, con la finalidad de reintroducirlas en ecosistemas naturales donde históricamente se han distribuido.

Dentro del Campus universitario, se pretende que el orquideario incluya la mayor cantidad de especies dentro de su propia zona de vida y así mismo darlas a conocer a la comunidad landivariana.

## ¿CÓMO SURGE EL ORQUIDEARIO LANDIVARIANO?

López (2015), indica que el Orquideario Landivariano fue creado por el Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA) de la Universidad Rafael Landívar, a través de la iniciativa de Conservación de Orquídeas de Guatemala, la cual inició en el 2013 como un proyecto para contribuir con la conservación de la familia de plantas más amenazada de Guatemala, que se enmarca dentro del Programa de Investigación sobre Biotecnología.

El Proyecto “Conservación de Orquídeas en Guatemala” comenzó a desarrollarse en el campus central URL y, a partir del 2017, se expandió hacia el Campus La Verapaz y la Sede de Antigua Guatemala.

El Programa de Biotecnología es uno de 6 programas del IARNA establecido para contribuir a la generación de conocimiento tecnológico que aporte a la resolución de los principales problemas socio-ambientales de Guatemala. Dentro de estos principales problemas se reconoce que el país sufre de una deforestación acelerada que pone en peligro la diversidad de flora y fauna.

De acuerdo al análisis de la situación de la biodiversidad en Guatemala que se presentó en el Perfil Ambiental de Guatemala 2010-2012, la pérdida de bosques a nivel nacional es incontenible, a una tasa de deforestación anual del 1.0% durante el período 2006-2010, situación que pone en riesgo la sobrevivencia de las especies que dependen de los ecosistemas.

Las orquídeas se eligen como grupo meta de trabajo por considerarse de especial importancia ya que incluye numerosas especies amenazadas, y especies endémicas que son susceptibles a la aclimatación del país.

## ACERCA DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

En el portal académico de la Universidad Rafael Landívar (2017), se menciona que la universidad busca la excelencia académica, que significa “una calidad superior de ideas, principios y actuaciones de quienes, como profesores, administrativos y alumnos, puedan situarse por encima del simple cumplimiento material y rutinario de su deber”.

Su meta es ir más allá de formar profesionales altamente preparados en su disciplina y exitosos en su práctica. Impulsa a los alumnos a que sean agentes de cambio y propongan soluciones creativas y transparentes a beneficio del país.

Como objetivo fundamental se propone alcanzar la mejora académica continua y se postura por la calidad como rasgo diferenciador en los programas que brindan. Es una universidad comprometida con la formación integral, es decir, una formación que “une la pedagogía de la inteligencia y la del corazón”.

### MISIÓN

La Universidad Rafael Landívar es una institución de educación superior guatemalteca, independiente y no lucrativa, de inspiración cristiana, visión católica y de tradición jesuítica.

La Universidad en su búsqueda de la verdad por medio de sus funciones de investigación, docencia y proyección social, se compromete a contribuir al desarrollo integral y sostenible, transformando a la persona y la sociedad hacia dimensiones cada vez más humanas, justas, inclusivas y libres.

### VISIÓN

Para el 2020 la Universidad Rafael Landívar busca ser el mejor sistema universitario de la región, caracterizado por ser una comunidad académica con una identidad distintiva, motivada, comprometida y servicial. Ser reconocida por formar profesionales competentes, conscientes, compasivos y comprometidos. Al mismo tiempo, identificada por desarrollar investigación pertinente que incrementa el patrimonio intelectual y cultural que aporta soluciones a los desafíos del país y de la región. Además valorada por realizar incidencia y proyección social sustentada en la fe y la justicia.

## ACERCA DEL VRIP

Vicerrectoría de Investigación y Proyección de la Universidad Rafael Landívar (2017), indica que una de las vicerrectorías de la URL es la Vicerrectoría de Investigación y Proyección (VRIP), cuya labor se inspira en la investigación científica y propositiva en los ámbitos natural, social y humano.

El trabajo de la VRIP se encuentra enraizado en el pensamiento jesuita y arraigado en las más concretas realidades del país y la región. Sobre la base de condiciones materiales y capacidades intelectuales (conocimiento, habilidades, actitudes) adecuadamente gestionadas, propicia la generación de conocimientos y el debate científico, crítico y propositivo, tanto en la universidad como en espacios nacionales e internacionales. Todo esto, para cumplir los siguientes fines:

- Conocer la realidad de manera objetiva y crítica para transformarla, desde el modo universitario jesuita de proceder, hacia dimensiones sosteniblemente más justas, plurales, incluyentes y sensibles a todas las formas de vida.
- Nutrir los procesos de formación formal e informal que impulsa la universidad y otros actores estratégicos que comparten la visión universitaria landivariana.
- Mientras se concretan los fines anteriores, contribuir a incrementar el conjunto intelectual y cultural de la universidad, el país, la región y el mundo.

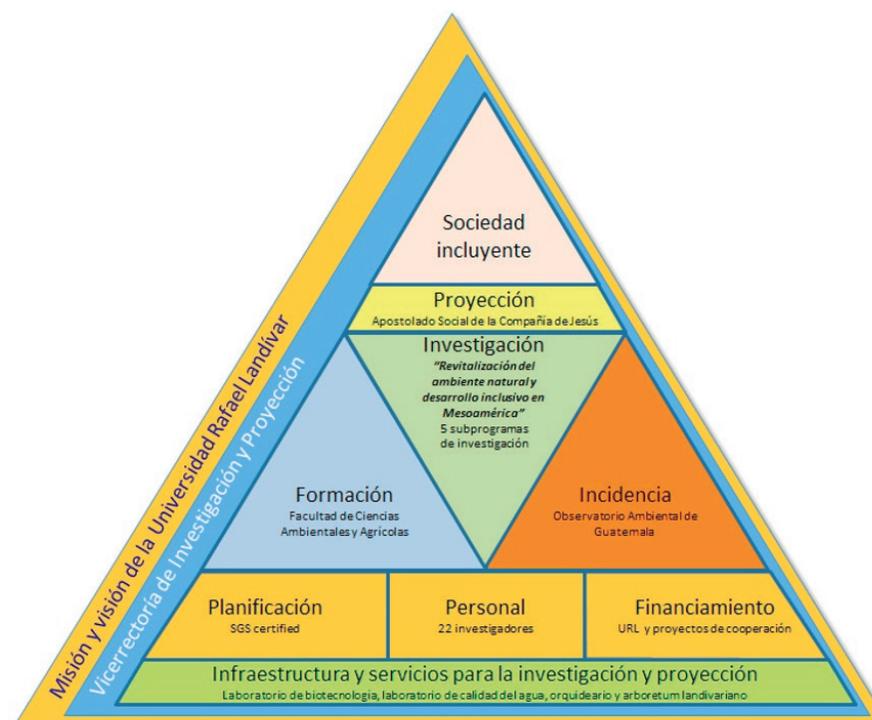


Figura 2: Esquema misión y visión de la Universidad Rafael Landívar a través de la Vicerrectoría de Investigación y Proyección.

## ACERCA DEL IARNA

El Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA) es uno de los seis institutos de investigación y proyección establecidos en la Universidad Rafael Landívar (URL), para impulsar procesos de generación de conocimientos. Dichos procesos, por un lado, retroalimentan la docencia landivariana y, por el otro, proveen soluciones para progresar de manera sostenida en las metas de desarrollo nacional.

Dentro del marco de los programas de investigación científico-críticos de la VRIP, el IARNA está a cargo del programa “Revitalización del ambiente natural y desarrollo inclusivo en Mesoamérica”, que pretende incidir en las políticas públicas ambientales para aportar a la revitalización de la naturaleza.

### PROGRAMA “REVITALIZACIÓN DEL AMBIENTE NATURAL Y DESARROLLO INCLUSIVO EN MESOAMÉRICA”

El programa se enfoca en el estudio sistémico de la situación actual del ambiente natural, y de los procesos que lo explican. También estudia las tendencias posibles, tanto a escala mesoamericana, como a escala nacional y territorial local. En este programa, el análisis de causalidades hace énfasis en la situación ambiental en general y su posible conservación.

## PROPÓSITO

Su propósito es fortalecer el conocimiento acerca del funcionamiento del subsistema natural y las interacciones entre el ambiente y las actividades económicas, las dinámicas socioculturales y las decisiones políticas en el ámbito institucional. También busca fortalecer procesos de desarrollo nacional que se reflejen en el acceso racional y equitativo a bienes y servicios estratégicos para avanzar hacia una sociedad justa, plural y sostenible.



Figura 3: Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad

# POLÍTICA AMBIENTAL DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

Gálvez (2018), indica que la Política Ambiental de la URL, tiene el propósito de estimular dinámicas institucionales y personales que conduzcan a la obtención de impactos favorables en los componentes ambientales y otras formas de vida, dentro y alrededor de los espacios utilizados por los campus y sedes de la universidad.

Se concreta dicho propósito político gradualmente en la medida en que se consolide un esquema de gestión institucional, que permita una convivencia armónica entre la comunidad universitaria y su entorno natural.

La política es una nueva acción de la universidad, que da continuidad y alberga los planteamientos contenidos en el Programa Ambiental del Campus Central de la URL, formulado por el Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA) y emitido formalmente en agosto de 2009.

## PROGRAMA AMBIENTAL DEL CAMPUS CENTRAL DE LA URL

Gálvez (2018), menciona que el área ambiental del programa incluye proyectos que van dirigidos a la correcta administración de los bienes y servicios naturales del campus universitario, incluyendo el agua, la energía, la atmósfera y la vegetación, principalmente.

Estos componentes ambientales, adecuadamente administrados, proveerán las condiciones para que la comunidad universitaria disfrute plenamente de un entorno saludable. Para concretar estas aspiraciones es necesario implementar acciones a nivel institucional, así como acciones que son responsabilidad de cada individuo que se desenvuelve en el campus, incluyendo a estudiantes, catedráticos, personal administrativo, de gestión académica y de mantenimiento, visitantes externos y proveedores.

## OBJETIVOS

- Armonizar las relaciones entre la naturaleza y los componentes sociales del campus universitario.
- Proteger y mejorar los componentes naturales del campus universitario.
- Eliminar o al menos minimizar el impacto negativo de la comunidad universitaria en los componentes naturales del campus universitario y su entorno inmediato.
- Mejorar los niveles de gestión institucional a favor de los componentes naturales del campus.
- Brindar un ejemplo de gestión ambiental replicable y adaptable a las realidades de otras sedes y campus de la universidad.

# PROYECTO DE CONSERVACIÓN DE ORQUÍDEAS

## COMPONENTES

- **CULTIVO DE TEJIDOS VEGETALES:**  
A través de este componente se ensayan técnicas de siembra y medios de cultivo in vitro con diferentes especies.
- **REINTRODUCCIÓN DE ESPECIES A ECOSISTEMAS NATURALES:**  
Las plantas que salen del laboratorio de cultivo in vitro se aclimatan en un invernadero con la finalidad de ser reintroducidas a bosques protegidos dentro de su distribución natural.
- **FORMACIÓN DE NUEVOS PROFESIONALES:**  
El proyecto recibe estudiantes del último año de la Facultad de Ciencias Ambientales y Agrícolas de la URL para hacer su trabajo de tesis o ser auxiliares de investigación.
- **EDUCACIÓN AMBIENTAL:**  
El Orquideario Landivariano es una colección de orquídeas expuestas al aire libre que tiene como finalidad dar a conocer a esta familia de plantas. Estudiantes y colaboradores landivarianos, así como público en general, aprenden sobre la importancia de esta familia, a través de las más de 200 especies exhibidas y de materiales y actividades de educación ambiental.



Figura 4: Orquideario Landivariano, área del bosque en el campus centra.



Figura 5: Orquideario Landivariano, especie en desarrollo.

**4.2**

**ANÁLISIS DE ANTECEDENTES  
ESTRATÉGICOS DE  
COMUNICACIÓN Y GRÁFICOS  
DEL CLIENTE**



Figura 6: Logotipo del Orquideario Landivariano.



Figura 8: Material informativo, tiro folleto.



Figura 9: Material informativo, retiro folleto.



Figura 7: Página web del Orquideario Landivariano.

# ANTECEDENTES GRÁFICOS

El Orquideario Landivariano inicialmente cuenta con pocos materiales gráficos, por lo que se generó un análisis de cada pieza como logotipo, material informativo y la plataforma web; la observación de las mismas ayuda a visualizar cómo el cliente se ha manejado con anterioridad, cuál ha sido el nivel estratégico que ha implementado o si no existe un tratamiento que respalde las piezas gráficas.

Se desarrolló una guía de observación para dicha evaluación sobre la línea gráfica y su implementación en los materiales previamente realizados. (Anexo No.2)

## ANÁLISIS LOGOTIPO



Figura 10: Logotipo del Orquideario Landivariano.



A raíz de guía de observación (Anexo No.2) se puede observar:

La identidad se ve representada a través de un imagotipo debido a que existe una implementación entre símbolo (isotipo) y tipografía, que presenta gráficamente el nombre del instituto acompañado de un símbolo para un mayor reconocimiento.

Las cualidades de un logotipo es ser simple, memorable, legible, atemporal y adaptable, por lo que el manejo de la identidad no cumple con la mayoría de las cualidades. Esto se debe a que no existe un tratamiento adecuado, ya que su única función es ser utilizado como identificador. Por esto, se considera que no cuenta con ningún significado representativo y no se constituye a través de un concepto que logre respaldar su valor.

El nivel de representación del isotipo se afianzó por medio de un símbolo que transmite la forma en general de una orquídea, por lo no se percibe un nivel de abstracción que logre cumplir con una de las cualidades para ser un logotipo efectivo como lo es la simplicidad. Asimismo, se dificulta su interpretación para dar a conocer que es una entidad con una proyección ambiental.



Figura 11: Logotipo del Orquideario Landivariano, versión no.2.



### COLOR

El logotipo utiliza dos variaciones de color como el amarillo que es uno de los colores que representa al Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA) y a la Universidad Rafael Landívar; y el color blanco, que es utilizado como segunda alternativa. No existe un color que identifique al Orquideario debido a que está arraigado a la identidad de dichas instituciones.

### TIPOGRAFÍA

La tipografía pertenece a la clasificación san serif; se puede observar que la implementación tipográfica no es adecuada debido a que se manejan distintas tipografías, distintos grosores, y las letras varían entre mayúsculas y minúsculas. Sus variaciones no crean una familiarización con el grupo objetivo, debido a que no se constituye como un logotipo estable.

### CONNOTACIÓN

El isotipo podría dar la sensación de la fluidez de la naturaleza debido a que se logra visualizar cómo las orquídeas se expanden y se desarrollan de manera progresiva.

### COMPOSICIÓN

El logotipo no consta de una composición preestablecida por lo que la manipulación entre símbolo y tipografía cambia constantemente dependiendo del soporte, lo que no permite visualizar un contraste entre los elementos y genera un desequilibrio visual. Dado a estas variaciones, no se desarrolla una estructura jerárquica y se crea una serie de espacios no contundentes. Como se puede observar, en la figura 10 y la figura 11, existen dos variaciones que no evocan unidad.

# ANÁLISIS MATERIAL INFORMATIVO



Figura 12: Material informativo, tiro folleto.

La pieza es un folleto informativo que abarca diversos temas como información general sobre quién es, qué hace y qué pretende hacer el Orquideario Landivariano, así como una síntesis sobre las orquídeas en Guatemala, su estado actual y su importancia. También incluye datos específicos sobre quiénes conforman dicha entidad.

La implementación de este material se da de manera digital e impreso. Se encuentra dentro de la página web del IARNA donde las personas pueden descargarlo para obtener mayor información; y, como medio impreso, se ubica dentro del área del laboratorio del Orquideario para que las personas que asisten, puedan adquirirlo.

Según la guía de observación (Anexo No.2) se puede observar:

## ELEMENTOS GRÁFICOS DE SOPORTE

Dentro del material se pueden observar diversos elementos que ayudan a darle forma a la información, así como la implementación del color, la tipografía y el manejo de fotografías, los cuales tienen su propia interpretación:

### COLOR

Los colores que predominan son el verde y el amarillo por lo que se despliega diversas tonalidades en relación al color que representa el Instituto IARNA, transmitiendo a las personas que se trata sobre temas ambientales. Sin embargo, no hace énfasis específicamente sobre la familia de flora como lo son las orquídeas.

El uso del verde y el amarillo genera saturación dentro de la pieza debido a que se alterna constantemente en el manejo de la tipografía y en la implementación de los fondos, donde no existe un ritmo contrastante dentro de la composición.



Figura 13: Material informativo, retiro folleto.

## TIPOGRAFÍA

La función de la tipografía es específicamente para trasladar la información. Las jerarquías de texto se diferencian por medio del uso de distintos tamaños y grosor de las letras, dado a que se utiliza la misma familia tipográfica; la funcionalidad de la tipografía no logra un nivel de interacción con la información, ya que crea un espacio saturado de contenido.

## FOTOGRAFÍA

El papel de la fotografía es reforzar el texto en conjunto dado a que muestra específicamente fotografías científicas sobre algunas especies de la familia de las orquídeas.

Las fotografías no acompañan el texto, no tienen una posición estratégica donde el receptor pueda apoyarse gráficamente para entender el contenido, al contrario, interrumpen constantemente la lectura visual.

## COMPOSICIÓN

La composición dentro de los espacios tiro y retiro se percibe a través de una jerarquía de divisiones dentro de los cuerpos de texto e información, así como divisiones que forman las fotografías.

Existe pocos espacios en blanco, lo que genera saturación entre los elementos. La construcción de retículas no permite visualizar un espacio agradable, por lo que la legibilidad y fluidez de la lectura constantemente se obstruye. Esto también se da por el uso espacios reducidos, ya que presenta sobrecarga de información.

## CONNOTACIÓN

El material a primera vista transmite un entorno ambiental, de manera que puede ser llamativo específicamente para personas que están en interesado sobre temas ambientales o naturaleza. El manejo del mensaje no se percibe gráficamente, dado que la información en aspectos positivos y negativos se transmiten únicamente por texto.

# ANÁLISIS PLATAFORMA WEB

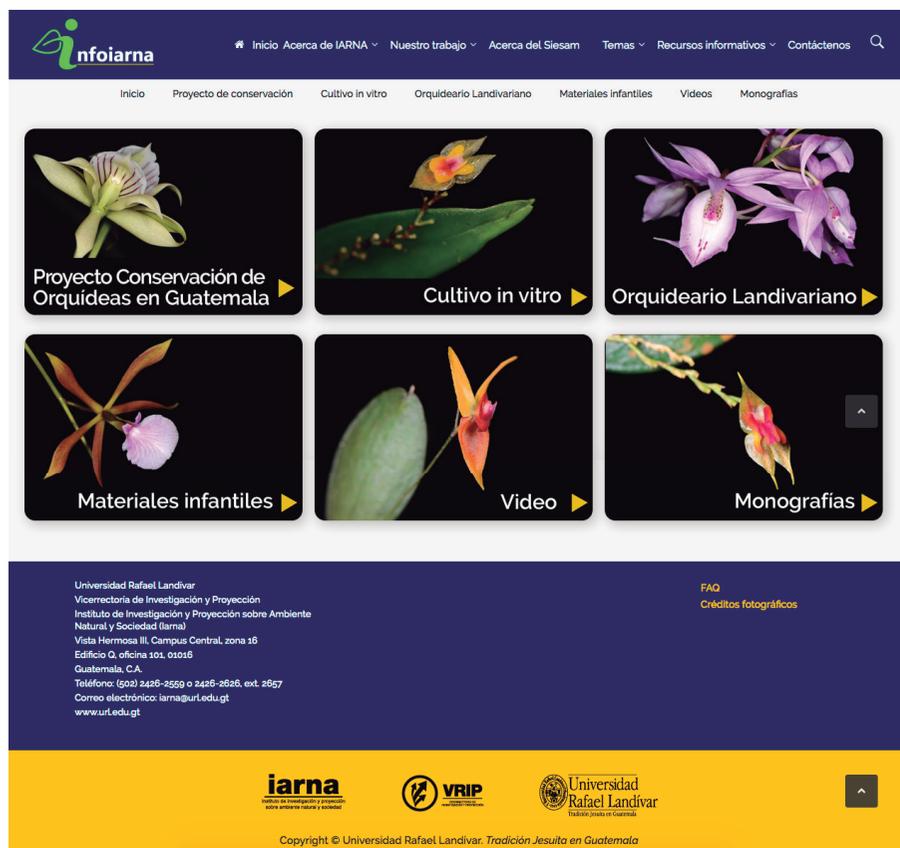


Figura 14: Plataforma web del Orquideario Landivariano, menú principal.



## Guía de observación y análisis de la plataforma web (Anexo No.2)

El Orquideario Landivariano no cuenta con una página web propia ya que forma parte de una de las programas del Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA), por lo que dentro de la página se encuentra una sección nombrada “Orquideario Landivariano”, que incluye un desglose de subsecciones con temas como quién es el Orquideario, cuál es su proyección, y qué trabajo realizan. También contiene documentos informativos sobre las orquídeas.

### COMPOSICIÓN

A pesar de que la composición se encuentra ordenada a simple vista, el uso de los espacios en las columnas es frecuentemente variado debido a que no se rige de una retícula que logre conectar todo el contenido. Se puede observar que utilizan las 12 columnas estándar para el diseño de una página web, los cuales están divididas en 3 para separar las subsecciones y por otra parte la información general sobre el contacto, no presenta unidad con la estructura de las divisiones anteriores.

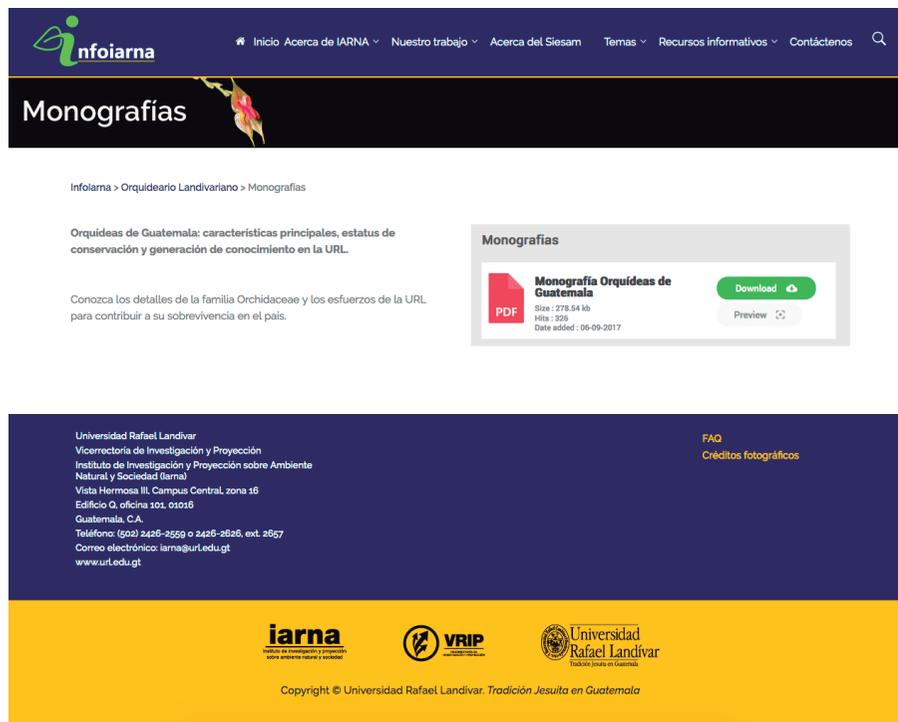


Figura 15: Plataforma web del Orquideario Landivariano, interior de una sección.

## ELEMENTOS GRÁFICOS DE SOPORTE

Los elementos gráficos que utilizan son el color, la tipografía y fotografías, por lo que no existe un nivel de iconografía que ayude a diferenciar visualmente las distintas subsecciones. Se percibe que todas hablan sobre el mismo tema, restándole importancia a cada elemento. Esto se da también por el nivel de fotografía que se emplea, debido a que todas muestran diversas especies de orquídeas y no transmiten el contenido de cada uno.

## COLOR

El manejo del color es contrastante debido a que no transmite un espacio saturado. De esta manera crea un entorno limpio y agradable para navegar.

## JERARQUÍA

Utiliza una misma familia tipográfica por lo que a través de distintos tamaños crean jerarquías visuales. El manejo del tamaño de las letras es legible, por lo que la lectura es eficiente para el usuario. Sin embargo, la implementación de una tipografía no favorece a la construcción de un espacio factible para que las personas se interesen en seguir navegando debido a que, a pesar de que la lectura es legible, el conjunto de todos los elementos se interpreta como un espacio más sobre información sin persuadir al usuario.

La plataforma no está correctamente constituida debido a que no existe un nivel estratégico para que las personas entren y se interesen sobre el tema. Manejan toda la información de manera estética y formal.

**4.3**

# **ANÁLISIS DE ANTECEDENTES DE LA COMPETENCIA**

## ASOCIACIÓN GUATEMALTECA DE ORQUIDEOLOGÍA - AGO



Figura 16: Logotipo Asociación Guatemalteca de Orquideología.

Se tomó en cuenta a la Asociación Guatemalteca de Orquideología como competencia directa debido a que su proyección va dirigida a la conservación de la familia de orquídeas y trabaja espacios para instruir a la comunidad guatemalteca sobre temas de orquídeas.

Su misión es estimular y fomentar el cultivo, propagación y la conservación de orquídeas nacionales y extranjeras, sobreponiendo el interés por el respeto y protección de las orquídeas nativas que se encuentran dentro de su propio entorno, a través de programas de educación e investigación para generaciones actuales y futuras.

Su visión es ser líderes a nivel nacional en el ámbito de las orquídeas, y ser reconocidos como líderes en la conservación sostenible de las orquídeas y sus hábitats.

Como objetivos tiene divulgar y promover el conocimiento y reproducción de las orquídeas, apoyar e iniciar proyectos de investigación y conservación, contar con una sede para coleccionar orquídeas que habitan en Guatemala, e influir en las políticas nacionales relacionadas con las orquídeas.

# ANTECEDENTES GRÁFICOS



Figura 17: Afiche exposición nacional de orquídeas 2018.



Figura 18: Afiche exposición nacional de orquídeas 2017.

Se desarrolló un análisis sobre los materiales gráficos con los que cuenta la Asociación Guatemalteca de Orquideología; para dicha evaluación se realizó una guía de observación (Anexo No.3) en la cual se explora el nivel estratégico visual que ha implementado para darse a conocer.

## MATERIAL PUBLICITARIO



Figura 19: Página web AGO.

# ANÁLISIS MATERIAL PUBLICITARIO



Figura 20: Afiche exposición nacional de orquídeas 2018.



La Asociación Guatemalteca de Orquideología anualmente realiza una exposición nacional de orquídeas, en la que ponen al alcance del público, aproximadamente 1,500 orquídeas para que las personas puedan admirar y aprender de ellas.

Año tras año el evento es anunciado gráficamente por la misma metodología. Como se puede observar en la edición 2018 y en la edición que se encuentra en la siguiente página del año 2017, no existe un nivel estratégico que permita diferenciar cada exposición con una personalidad llamativa sin dejar de cumplir el objetivo principal, que es dar a conocer el evento.

Según la guía de observación (Anexo No.3) se puede concluir los siguientes parámetros:

## COLOR

La paleta de color corresponde a la paleta de color de la fotografía de la especie de orquídea seleccionada según cada edición, por lo que visualmente logra transmitir que se trata sobre algún tema de flora y de esta manera las personas lo relacionan inmediatamente.

El manejo de las tonalidades crea un contraste, sin embargo, dentro de la composición no manejan un nivel estratégico para priorizar alguna información.

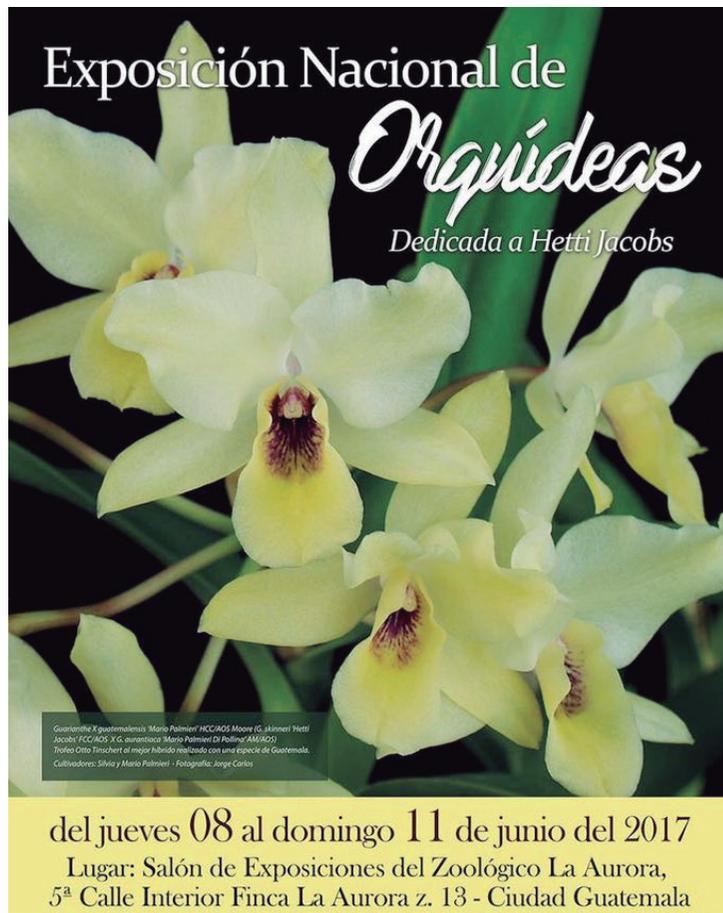


Figura 21: Afiche exposición nacional de orquídeas 2017.



## TIPOGRAFÍA

Se emplean diversas familias tipográficas. Debido a que las orquídeas transmiten movimiento y fluidez, se utiliza una tipografía cursiva para realzar la palabra “orquídeas”. Por otra parte, para la información sobre el evento se utiliza tipografía serif.

Las jerarquías de texto son diferenciadas por medio del uso de distintos tamaños de texto, pero la implementación de una combinación tipográfica atractiva lograría realzar la importancia de dicha publicación.

## FOTOGRAFÍA

La fotografía respalda el mensaje que se desea transmitir a las personas, debido a que es una exposición de orquídeas. De esta manera, se muestra una especie para que las personas se interesen sobre qué tipo de orquídea es y puedan observarlo físicamente. El manejo técnico de la fotografía es científica, por lo que se concentra principalmente en la especie, pero no existe un nivel de interacción con los otros elementos para generar una pieza atrayente.

## COMPOSICIÓN

La composición genera equilibrio por medio de diversas divisiones que logran diferenciar cada espacio de información, pero al momento de visualizar la pieza en conjunto, al título se le atribuye la misma importancia que a la fecha, por lo que puede pasar desapercibido sin que las personas alcancen a ver que se trata sobre una exposición.

# ANÁLISIS PLATAFORMA WEB



Figura 22: Plataforma web AGO, página principal.

La Asociación Guatemalteca de Orquideología cuenta con una plataforma web, pero que no está actualizada, por lo que existen distintas secciones que no tienen contenido alguno. La página contiene información sobre la asociación y algunas publicaciones sobre especies de orquídeas.

Guía de observación (Anexo No.3).

## COMPOSICIÓN

No existe una estructura preestablecida para que genere un contraste en conjunto, debido a que se utiliza numerosas filas con el manejo de diversas divisiones de columnas proporcionando un desequilibrio dentro de la navegación.

## COLOR

La tonalidad de verde aqua y mostaza son los que predominan dentro de la composición. Por esto, se percibe que no existe un tratamiento análogo sobre la temática, lo que desarrolla una paleta de color no contrastante y provoca saturación visual.



## MISIÓN

Estimular y fomentar el cultivo, propagación y la conservación de las orquídeas nacionales y extranjeras, sobreponiendo el interés por el respeto y protección de las orquídeas nativas que se encuentran creciendo en la naturaleza, a través de programas de educación e investigación para las generaciones actuales y futuras.

## VISION

- Ser líderes a nivel nacional en el ámbito de las orquídeas.
- Ser reconocidos como líderes en la conservación sostenible de las orquídeas y sus hábitats

## VALORES Y OBJETIVOS

- Tener pasión por las orquídeas
- Preservar la diversidad biológica
- Participar responsable y constantemente en la Asociación como tal
- Conservar y multiplicar el germoplasma de orquídeas
- Respetar los Estatutos de la AGO

## OBJETIVOS

- Incrementar el número de socios, su satisfacción y participación
- Divulgar y promover el conocimiento y reproducción de las orquídeas
- Fortalecer el reconocimiento nacional e internacional
- Apoyar e iniciar proyectos de investigación y conservación de orquídeas
- Apoyar la conservación y perpetuidad de las especies de orquídeas nacionales y sus híbridos
- Reconocer a personas con logros extraordinarios en orquídeas
- Promover un sistema de juzgamiento y registro nacional de orquídeas excepcionales
- Promover la creación de un herbario de la AGO
- Contar con una sede y un orquideario con una colección completa de las orquídeas de Guatemala
- Influir en las políticas nacionales e internacionales relacionadas con las orquídeas.



Figura 22: Plataforma web AGO, página principal.



NO EXISTE  
404

## Página no encontrada

La página solicitada no existe



Figura 22: Plataforma web AGO, página principal.

## JERARQUÍA

El manejo jerárquico del texto se distingue a través de las variaciones de tamaño de letras y a través del manejo de cajas de información que distingue una sección de la otra, proporcionando un entorno poco atractivo.

Se considera que no es una plataforma para que las personas puedan interactuar agradablemente. No consta de una base estratégica eficiente para transformarla gráficamente atractiva, abarcando parámetros sobre su funcionalidad.

4.4

RECOPIACIÓN DE  
**INFORMACIÓN**  
DEL TEMA

## MEDIO AMBIENTE Y BIODIVERSIDAD

Boada (2003), menciona que la extinción de especies de flora y fauna en el planeta ha sido un fenómeno natural a lo largo de décadas, por lo que actualmente la pérdida de la biodiversidad se debe a las actividades humanas. La flora representa aproximadamente el 90% del alimento mundial, donde se produce aceites, colorantes, papel, maderas, medicinas y muchos otros productos importantes para el desarrollo humano y social. Todas las actividades de la especie humana solo son consideradas para beneficio desde el punto de vista de la producción, que va en aumento para satisfacer cada vez más complicadas necesidades humanas. Sin embargo, se ha olvidado que la humanidad es parte del medio ambiente y que el futuro de presentes y de muchas generaciones depende de su cuidado.

### VALORES DE LA BIODIVERSIDAD

La biodiversidad presenta una dimensión científica, social, estética, ética y económica, y se presenta como valor digno de conservar y transmitir a las futuras generaciones, comenta Boada (2003). La biodiversidad es el mejor invento de la naturaleza debido a que se mantiene a sí misma, permitiendo regular la biosfera y afrontar los cambios que recibe día tras días.

El valor ecológico constituye la esencia del funcionamiento de los ecosistemas, donde son integradas por millones de especies que son

la base de la conservación de las condiciones ambientales necesarias. Una especie es el producto único e irremplazable de millones de años de evolución y tiene un valor independiente.



Figura 25: Manos ecoamigables, crecimiento de las plantas.

## VALORES PARA EL CUIDADO AMBIENTAL

Murrillo (2013), menciona que el problema del progresivo deterioro ambiental se le atribuye a ciertas formas de ver el mundo, donde la cultura es un término globalizador que incluye todo aquello que la humanidad ha incorporado en la naturaleza, con el fin de dominarla, transformarla y crear su propia cosmovisión.

Toledo (2003), indica que existen tres tipos de solidaridad que son un nuevo pacto para la rehabilitación de la naturaleza sobre las acciones sociales. Solidaridad espacial, se refiere a las acciones humanas que logran trascender sus intereses individuales o particulares. Solidaridad productiva, cuando las personas se suman a una iniciativa comunitaria. Solidaridad epistemológica, cuando diversos grupos sociales logran trabajar unida para un bien común.



Figura 26: Cultivar el ecosistema como la flora.

## LAS ORQUÍDEAS

Para Freuler (2006), “la orquídea es una flor, que desde tiempos inmemorables, ha despertado las más inimaginables pasiones en las personas, pues que ninguna familia de planta tiene una gama de flores tan diferentes y exquisitas”.

Díaz (2013), menciona que las orquídeas son consideradas como una de las familias más grandes del reino vegetal. La familia orquidácea comprende entre 25,000 a 30,000 especies repartidas en todos los sitios del planeta donde es posible la vida. Nauray (2013), dice que se distribuyen en todos los continentes, excepto en la Antártica, el

Ártico y los desiertos más secos de la tierra. Sin embargo, la mayor riqueza se halla en el trópico, sobre todo en Centro y Sudamérica donde según catálogos florísticos y cálculos aproximados, países como Colombia, Ecuador y Perú, superan ampliamente las 3,000 especies.

A pesar de ser tan abundantes, a las orquídeas se les ha calificado de raras, exóticas y misteriosas, menciona Díaz (2013). Esta percepción nace de la riqueza de especies que corresponde a una amplia gama de tamaños, formas y gran diversidad de su coloración.



Figura 27: Especie de orquídea dentro de su hábitat natural.

## MORFOLOGÍA DE LAS ORQUÍDEAS

La morfología es lo que define a las distintas especies de orquídeas expone Freuler (2006), puesto que estos ejemplares del mundo vegetal se dan prácticamente en todas las formas, colores y aromas.

- **MORFOLOGÍA FLORAL**

Díaz (2013), explica que todas las orquídeas tienen un patrón básico floral. La flor se desarrolla sobre el ovario; la capa más exterior de las partes florales tiene tres sépalos equidistantes, la siguiente capa tiene tres pétalos, dos de ellos los pétalos dorsales son iguales entre sí y diferentes al tercero; este tercer pétalo se llama labelo y es modificado para adquirir las más extrañas formas, ya que juega un papel muy importante en la polinización. Los órganos reproductores están fusionados en una estructura que recibe el nombre de columna.

- **MORFOLOGÍA VEGETATIVA**

Díaz (2013), menciona que en su morfología vegetativa, las orquídeas son muy variadas. Se tiene la presencia o ausencia de pseudobulbos que son estructuras de almacenamiento de nutrientes, de otros tipos de tallos, así como de diferentes raíces y hojas.

Las raíces de las orquídeas son altamente especializadas y capaces de captar las partículas de agua del ambiente; también establecen una relación muy estrecha con hongos microscópicos mediante la cual

ambos organismos se benefician. Esta relación llamada micorriza favorece el desarrollo de la planta y contribuye a su nutrición.

Los tallos en forma de carrizos se encuentran presentes principalmente en las especies terrestres. El tallo se transforma en un largo rizoma que da origen a tallos secundarios.

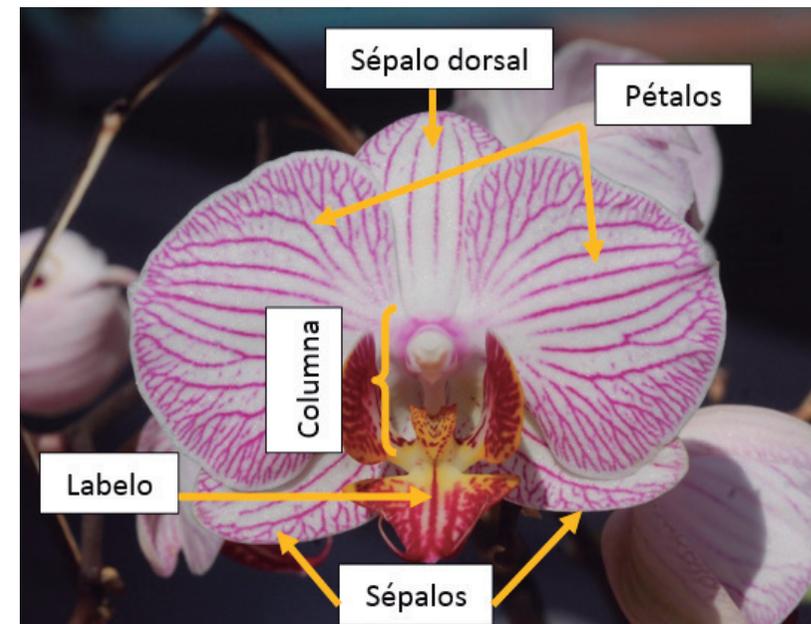


Figura 28: Morfología de las orquídeas.

## FORMAS DE CRECIMIENTO

En cuanto a la forma de crecimiento, según Díaz (2013), las orquídeas presentan dos tipos básicos: el monopodial y simpodial. El monopodial consiste en un solo eje de crecimiento, aquí el rizoma de la planta está cubierto de hojas y casi no se generan tallos secundarios; en la simpodial, la propagación vegetativa es lenta y la división de plantas tarda, su crecimiento continúa por el desarrollo de nuevos brotes próximos.

## ASPECTOS ECOLÓGICOS

Díaz (2013), menciona que las orquídeas crecen en todos los ambientes posibles, excepto en el desierto extremo y las nieves perpetuas. Sin embargo, son más abundantes en los trópicos.

Las orquídeas del trópico se desarrollan principalmente como epífitas, indica Nauray (2013), especialmente en los bosques nublados, debido a que la capa de velamen puede captar el agua de la misma humedad del aire.

Las orquídeas epífitas tienen dos ventajas para ser cultivadas: en general son resistentes a la sequía y tolerantes a diferentes climas, y la mayoría tienen una amplia distribución geográfica.

## DESARROLLO DE LAS ORQUÍDEAS

El elemento más importante para el desarrollo de las epífitas es la humedad; de hecho, la máxima diversidad de epífitas se alcanza en los bosques de niebla. Otro factor importante para su buen desarrollo es la cantidad de luz que reciben.

De acuerdo con la forma en la que viven, las orquídeas deben ser cultivadas considerando los siguientes aspectos:

- Sustratos que brinden a la planta soporte, un rápido flujo de agua y una buena ventilación para las raíces.
- Evitar utilizar tierra en orquídeas epífitas.
- Proveer nutrientes frecuentemente.

Las orquídeas tienen temporadas en las que crecen, florecen y descansan. En la mayoría de los casos crecen en temporada de lluvias, cuando no hay limitación de agua y pueden desarrollarse sin ningún problema.

## CLASIFICACIÓN TAXONÓMICA

- **Phylum:** Euphyta
- **División:** Angiospermae, son plantas abastecidas de flor y fruto
- **Clase:** Monocotiledóneas, son plantas que tienen una sola hoja embrionaria (un cotiledón)
- **Orden:** Gynandreae
- **Familia:** Orchidaceae

## CLASIFICACIÓN BIOLÓGICA

- **Epífitas:** son orquídeas que tienen raíces aéreas y crecen enclavadas a los árboles que utilizan como soporte.



Figura 29: Tipo de orquídea epífita.

- **Fuste:** es erguido y puede tener un largo de 10 m. Tiene formas típicas engrosamientos que contienen mucílagos apto para retener el agua y los elementos nutritivos.



Figura 30: Tipo de orquídea fuste.

- **Semi epífitas:** son plantas que viven sobre las ramas y sobre los troncos de otras plantas o que viven sobre las rocas cubiertas por una capa de fragmentos vegetales.



Figura 31: Tipo de orquídea semi epífita.

- **Terrestres:** son orquídeas comunes en los climas templados que crecen en el terreno y las raíces son firmes en la tierra de la que llevan los elementos nutritivos.



Figura 33: Tipo de orquídea terrestre.

- **Trepadoras:** son orquídeas arraigadas al suelo y a través de fustes volátiles se pegan a sustratos diferentes y tienen raíces de tipo aéreo.



Figura 32: Tipo de orquídea trepadora.

- **Orquídeas parásitos:** son orquídeas desabastecidas de clorofila que llevan una vida heterótrofa, alimentándose de material orgánico presente en el entorno como los hongos o materiales del terreno.



Figura 34: Tipo de orquídea parásito.

## ORQUÍDEAS EN GUATEMALA

López (2015) menciona que la familia Orchidaceae es la más diversa de las familias de plantas monocotiledóneas en Guatemala. Está representada por más de 800 especies, de las cuales por lo menos 41 son endémicas, es decir, de distribución exclusiva.

Se pueden encontrar cerca de la costa pacífica, según Castellanos (2014), en las laderas de las montañas y predominan en ecosistemas con una altitud entre 500 y 2,000 metros. Incluso en la cima de los volcanes a más de 3,000 metros de altura se pueden encontrar.

Las orquídeas que se ven en la zona este del país, donde hay seis meses de lluvia y seis meses secos son diferentes a las que se ven en la zona oeste, donde el ambiente es más húmedo. Las especies de la zona norte del país son completamente diferentes. La zona del centro, desde Alta Verapaz a Guatemala, se considera como la cuna de las orquídeas ya que crecen una diversidad de especies *Lycaste*.

En Guatemala es muy fácil cultivar algunas especies de orquídeas. Estas necesitan algo de sombra durante su crecimiento y unos rayos de sol al finalizar el día para mejorar su producción floral. El ambiente ideal para el humano también es el ambiente ideal para las orquídeas.

López (2015) menciona que la flor nacional de Guatemala es la Monja Blanca (*Lycaste skinneri*) perteneciente a la familia Orquidácea. Fue declarada flor nacional el 11 de febrero de 1934 y está protegida mediante un acuerdo gubernativo que prohíbe su colecta y exportación desde el 9 de agosto de 1946.

## ORQUÍDEAS EN ALTA VERAPAZ

López (2015) indica que la mayor diversidad de orquídeas en el país se encuentra en el departamento de Alta Verapaz, en donde se distribuye el 60% de todas las especies guatemaltecas registradas; le siguen Baja Verapaz, Zacapa, Izabal, Huehuetenango, Guatemala, Chimaltenango, Suchitepéquez y Petén.

## ESTADO ACTUAL EN GUATEMALA

La mayor parte de las especies de orquídeas del país se consideran amenazadas (López 2015) y están incluidas en los apéndices de la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Flora y Fauna Silvestres.

De un total de más de 800 especies, 125 se encuentran incluidas en la Lista de Especies de Flora Amenazada (lista roja) que publica el Consejo Nacional de áreas Protegidas (Conap). De estas 125 especies, 8 incluyendo la Monja Blanca están en la Categoría 1 de la lista, donde se ubican las de mayor grado de amenaza de extinción.

Las presiones directas a las que están sometidas las orquídeas se relacionan con los eventos que induce la deforestación. La tasa bruta de pérdida de bosques alcanza un poco más de 132,000 hectáreas por año, equivalente a una reducción anual de cobertura boscosa del 3.4%. Una hectárea es una superficie levemente superior a un campo de fútbol, lo que significa que en un día desaparecen 361 áreas del mismo tamaño, y cada hora que pasa se pierde una extensión equivalente a 15 campos de fútbol.

## CONSERVACIÓN DE ORQUÍDEAS EN GUATEMALA

Castellanos (2014) señala que desde hace años, numerosos expertos y aficionados alrededor del mundo han puesto sus ojos en Guatemala, contribuyendo a que el país sea conocido por su naturaleza a nivel global. Esto es porque muchas de las especies son endémicas, es decir, solo se encuentran en estado silvestre en nuestro país.

Al mismo tiempo, ha incrementado el mercado de orquídeas extraídas de la naturaleza. Castellanos (2014), menciona que es posible que en menos años de lo que se cree, se haya perdido la mayor parte de la diversidad que caracteriza al país.

López (2015) menciona que existe la iniciativa Conservación de Orquídeas de Guatemala, que se enmarca en la línea de investigación referente a la conservación y restauración del entorno natural, en donde su objetivo es promover la concientización e informar a los guatemaltecos sobre la conservación de orquídeas.

## IMPORTANCIA

López (2015) continúa mencionando que las orquídeas juegan diferentes roles dentro de los ecosistemas, entre ellos el de proveedoras de néctar y aceites esenciales para colibríes, murciélagos, mariposas, palomillas, abejas, abejorros y otros polinizadores. Sus hojas y pseudobulbo también proveen alimento para insectos y algunos mamíferos. Agregan estructura a los troncos de árboles y sustratos en donde crecen y constituyen una importante fuente de refugio para insectos, arañas y aves. Otro factor importante es que las orquídeas son utilizadas como especies indicadoras del estado de los ecosistemas. Su presencia o ausencia en determinadas áreas silvestres puede usarse para inferir sobre el estado de salud del lugar.

Castellanos (2014) menciona que el aumento de la demanda de orquídeas en países industrializados ofrece la oportunidad para el desarrollo de mercados de exportación, aunque actualmente, la recolección y venta de orquídeas silvestres está prohibida ya que muchas de ellas se encuentran en peligro de extinción. Las que se venden son principalmente los híbridos cultivados a partir de semillas en invernaderos.

## LA MONJA BLANCA

“Para Guatemala la monja blanca representa la paz, la belleza y el arte” López (2015)

Es la Flor Nacional de Guatemala y se celebra cada 11 de febrero a partir de 1934. Es una orquídea que se encuentra dentro de las 35,000 especies existentes, conocida por su nombre científico *Lycaste skinneri* o *Lycaste virginalis*. Aunque su número se ha reducido por la destrucción de su hábitat natural, la monja blanca se encuentra entre musgos o helechos polipodium en Alta Verapaz, montes de los Cuchumatanes y serranías de Izabal y Quiché; se reproducen

preferiblemente en climas húmedos alrededor de los 1,650 metros sobre el nivel del mar, y hace su hogar dentro de las ramas de los árboles altos, en busca de la luz solar.

La Monja Blanca es una planta hermafrodita que dentro de una cápsula, se producen millones de semillas. Los embriones dentro de las semillas requieren un cierto hongo para germinar, debido a esto para esta planta hay una tasa de propagación baja; la orquídea no florece durante los primeros quince años de su vida, luego florece cada año entre noviembre y abril.



Figura 35: Monja blanca, flor nacional de Guatemala.

## ORQUIDEARIO

Castellanos (2014) menciona que “Un Orquideario u Orchidarium, es un jardín botánico o zona dentro del jardín botánico, especializado en cultivo, preservación y exposición de plantas de orquídeas pertenecientes a la familia botánica de las Orchidaceae. Normalmente requieren unas condiciones muy específicas de temperatura y humedad, por lo cual se cultivan en invernaderos donde tienen estos parámetros controlados.”

## FUNCIONAMIENTO

Un orquideario es un espacio que se establece y se administra con el objetivo de poner al alcance del público una muestra de la riqueza y diversidad de las orquídeas presentes en una región determinada, según López (2015). Es una modalidad de conservación que, al mismo tiempo, provee condiciones para apoyar procesos de educación, investigación y recreación.



Figura 36: Orquideario.

# 4.5

## SUJETO DE ESTUDIO

# EXPERTO EN

# EL TEMA

# ENTREVISTA

## CONSULTA CON EL EXPERTO O ESPECIALISTA EN EL TEMA

**Fredy Archila Morales**



Figura 37: Fredy Archila, orquideólogo.

Se desarrolló una guía de entrevista (Anexo No.4), en el cual se establecen diversos parámetros que favorecen la comprensión de la temática desde un punto de vista profesional.

Fredy Archila es un agrónomo y botánico guatemalteco, especializado en orquídeas, que a lo largo de 28 años, ha desarrollado diversas investigaciones debido a que le apasiona descubrir y aportar a las ciencias botánicas mundiales sobre sus conocimientos.

Archila menciona que crecer dentro de un ambiente natural forjó su pasión hacia la naturaleza y las orquídeas. También lo motivó a ser parte de movimientos recreativos, como los scouts, donde desarrolló valores en temas relacionados con la conservación. Otra inspiración fue la influencia de su padre, quien es el fundador de la Orquigonia en Cobán Alta Verapaz.

Además, al darse cuenta que con el paso del tiempo, los ecosistemas se han visto afectados por diversos factores sociales y han perdido su riqueza natural, Archila sintió mayor motivación para actuar y cambiar esta situación.

Uno de los retos como comunidad es lograr un desarrollo sostenible. Al formar parte de los ecosistemas, se debe de asumir la responsabilidad y el compromiso de preservar, porque generalmente el ser humano se percibe como el dueño de todo y no mide las consecuencias a futuro, como es el caso de la explotación de recursos. En el caso de las orquídeas, actualmente pueden ser una fuente de ingreso económico, pero si no se resguarda dicha diversidad, se extinguirá y para sucesivas generaciones no existirá esa riqueza visual que aporta la flora.

Según Archila, Guatemala cuenta con una numerosa riqueza en orquídeas. A pesar de ser un país pequeño, es hogar de una amplia variedad de especies que en otros países no se pueden encontrar. Además, es llamativo internacionalmente el hecho de que algunas especies solo puedan florecer dentro del entorno del país, por lo que se puede concluir que Guatemala es centro de vida para la flora.

Las orquídeas no solo aportan beneficios dentro de los ecosistemas. También pueden ser utilizados como recursos medicinales, ornamentales, textiles y sagrados para algunas culturas. Su importancia no solo se encuentra en lo material. Por ello, merecen cuidado y respeto como las distintas especies de habitan en la tierra.

La familia de flora no es menos importante que factores económicos o sociales. La flora y la fauna merecen ser protegidos como todas las distintas especies. Para abarcar el tema sobre la conservación es importante saber que las orquídeas son vistas como una decoración

más, pero la compra de ciertas especies es ilegal, por lo que las personas no son conscientes del delito que se está cometiendo. Generalmente, el pensamiento de las personas sobre la flora es distante, por lo que si se compara la compra ilegal de especies de animales con especies de orquídeas, se llega a considerar que la flora vale menos, sin tomar en cuenta la importancia que tienen para la coexistencia de los ecosistemas.

Archila considera que se debe desarrollar material informativo que genere interés sobre el tema desde aspectos de conservación y apreciación, debido a que en nuestro país existe un número alto de coleccionistas, provocando que las especies no residan en su hábitat natural. Cabe mencionar que no se desea dar un mensaje erróneo, sobre esta actividad, pero es importante que las personas comprendan la diferencia entre la afición de coleccionar y el término conservar. Por otra parte, se busca transmitir un mensaje positivo en el que se establezca que para el desarrollo de las orquídeas, se requiere que vivan dentro de su ecosistema, de tal manera que puedan expandirse, recuperando un cierto porcentaje de las especies que los guatemaltecos han extraído a lo largo de los años.

Para poder llegar a una segmentación de jóvenes adultos, es necesario hablarles sobre términos generales de las orquídeas, desde diversos puntos estratégicos, dando a conocer los aspectos positivos y negativos. Además, se considera que los mensajes de alerta logran generar mayor interés; por otra parte, los mensajes positivos se pueden retomar por medio de los beneficios y la importancia de la especie dentro del medio ambiente.

# 5. MARCO TEÓRICO DE DISEÑO

## IDENTIDAD GRÁFICA

Pocasangre (2013) menciona que “Un buen diseño es un buen negocio”. La reciente globalización empuja a las empresas a llevar un manejo sistematizado de la identidad, para proyectar una imagen consistente en cualquier país en el que la empresa tenga presencia. La identidad corporativa pretende unificar todas las comunicaciones, organizándolas y traduciéndolas a un sistema eficiente, eficaz, coherente y homogéneo.

### LOS SIETE VECTORES DE LA IDENTIDAD

Pocasangre (2013) indica que suele dividirse en siete vectores para una efectiva identidad.

- **El nombre o la identidad verbal:** la identidad comienza con la concepción un nombre propio, el nombre o la razón social es el primer signo de identificación de la empresa.
- **El logotipo:** el nombre verbal se transforma visiblemente, el cual se incorpora en la memoria visual del usuario.
- **La identidad gráfica:** los símbolos icónicos de marca, los cuales son otra clase de signos de identidad, debido a que las imágenes son más fuertes para ser identificados.
- **La identidad cromática:** es más directa que la percepción de un símbolo, puesto que esta actúa no tanto como información sino como una señal, en donde el color corporativo posee una carga psicológica propia.

- **La identidad cultural:** son signos culturales o de una determinada cultura empresarial los cuales definen un estilo propio, un modo de comportamiento global de la institución, el modo de ser y de hacer de la empresa ante la sociedad.
- **Los escenarios de la identidad:** este se refiere a los escenarios de interacción con el usuario.
- **Indicadores objetivos de identidad:** son los datos de presentación institucional, para predeterminar si la identidad gráfica es eficiente y favorable.

### IDENTIDAD INSTITUCIONAL

Un programa de identidad debe ser la expresión gráfica, la síntesis visual de un proyecto. Toda institución debe tener, lo más explícito posible sus fines, su cultura y su filosofía corporativa.

Para lograr una imagen efectiva, las instituciones deben poseer una identidad, una personalidad coherente en la que se perciba que todos los elementos de la empresa van dirigidos a una misma dirección. Por ello, se debe determinar qué es lo que pretende transmitir y cómo se desea que el usuario vea su marca. Así mismo, se deben tomar en cuenta factores culturales, socioeconómicos, de género y edad del público.

## CONOCIMIENTO INSTITUCIONAL

Para la realización de una identidad gráfica efectiva es necesario involucrarse con la institución y saber su accesibilidad para la implementación de una identidad.

- Conocimiento del instituto, marca o empresa
- Nivel de complejidad del organismo
- Gravedad de su problema de identificación gráfica
- Condicionantes administrativos
- Condiciones presupuestales
- Tiempo y ritmos exigidos para la aplicación de la identidad

## IDENTIFICACIÓN Y DENOMINACIÓN

El concepto de “identificación institucional” puede dividirse de dos maneras, según Pocasangre (2013): identificación, que se refiere al proceso mediante el cual una institución establece una serie de atributos que definen qué y cómo es; y denominación se refiere a la codificación de la identidad mediante la asociación con el nombre, que permitan determinar quién es la institución.

La denominación de una identidad institucional puede tomar múltiples formas como:

- **Descripción:** enuncia uno o más atributos de la institución.



Figura 38: Logo Guatemala Heart of the Mayan World.

- **Simbolización:** hace alusión a la institución mediante una imagen literaria, de una manera arbitraria.



Figura 39: Logo ONU Mujeres.

- **Patronímico:** adopta el nombre de alguna personalidad importante de la institución, como el fundador.

ZARA

Figura 40: Logo ZARA.

- **Contracción:** construcción artificial en la que se reducen las letras de una o varias palabras formando una sola.

HSBC 

Figura 42. Contracción HSBC.

- **Toponímico:** haciendo alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución.



AEROMEXICO®

Figura 41: Logo Aeromexico.

## LA PERSONALIDAD DE UNA MARCA

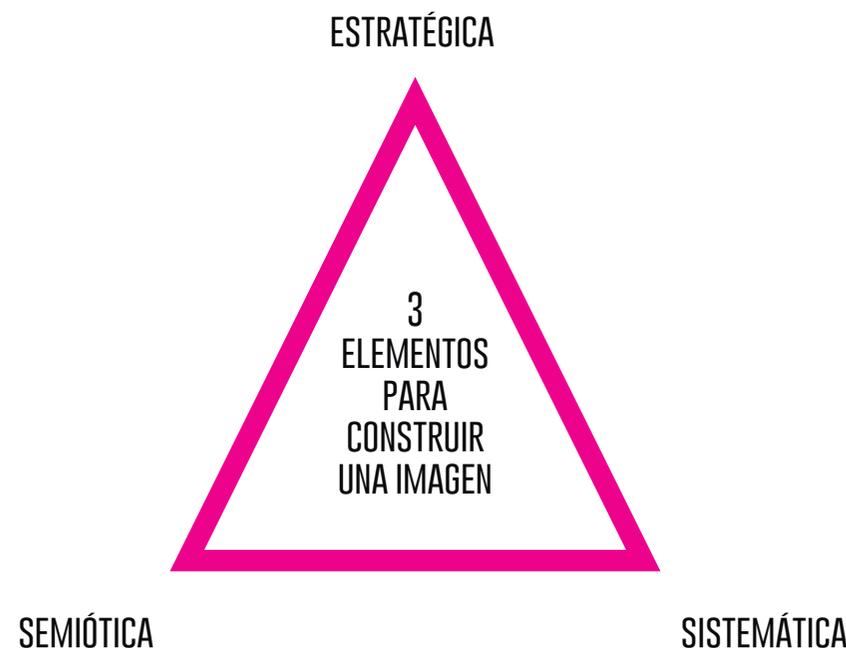
Para comprender la magnitud de la personalidad de una marca y cómo se asocia a la imagen, debe entenderse el significado de una marca como tal. Costa (2004) menciona que “la marca es el todo y las partes”. La marca es ella misma un valor de cambio, un valor verbal y visual, un signo lingüístico que de partida toma forma como signo visual debido a que necesita estabilizarse en un espacio visible y mostrarse constantemente sobre soportes diversos. La memoria visual es más fuerte que la memoria auditiva, por eso el nombre necesita ser visto.

La marca es evolutiva, no solamente gráficamente debido a que se transforma de signo a un símbolo, porque la marca no nace como marca sino como producto o servicio. Esto quiere decir que la marca es función, razón y emoción. La marca nace de la función de los productos o el servicio que ofrece, luego se desarrolla la razón del porqué ofrecer, como última fase, la marca se convierte en las emociones que evoca el servicio.

## LA COMUNICACIÓN DE LA MARCA

Construir y gestionar la imagen de la marca significa tres elementos:

- **La actitud estratégica:** la marca busca la mayor eficiencia, desde el punto de vista del público como el significado o el valor que otorga sus ideas.
- **La visión sistemática:** la marca es un sistema que tiene un cuerpo estructurado para un funcionamiento eficaz y eficiente, que tenga la capacidad de manejar y controlarse así mismo.
- **La orientación semiótica:** la imagen de marca es un sistema de significados y valores, que pueden ser funcionales, racionales o emocionales que logran diferenciar unos servicios de otros.



## COMPRESIÓN DE LA ESTRUCTURA DE UNA MARCA PARA SU IMAGEN

Costa (2004) indica que, para el proceso de una imagen, se debe ver la estructura y mecanismo interno de una marca. La marca se enfoca en la interacción con el mundo y la sociedad.

La estructura presenta cinco fases:

1. **Visión y misión de la marca:** la misión va de la mano con una nueva conciencia filosófica y estratégica que logra impregnar la totalidad de la organización. La visión esta ligada a la cultura de la organización, que es una idea o un motor de aspiraciones trascendentes y de logros progresivos.

El objetivo es descubrir en qué consiste y en qué beneficia la marca comparado con un mundo saturado de marcas. Por esto, que la imagen debe responder a la misión para lograr algo singular y apreciable dentro del mercado.

2. **Concepción del proyecto:** la concepción define una idea central pero progresivamente evolutiva. Se trata de la esencia del proyecto, su versatilidad en el campo y cómo asume nuevos retos para lograr un campo más amplio. La concepción no significa solo el principio, significa crecimiento.

3. **Creación de la marca (material y simbólica):** para lograr transmitir un mensaje, el enfoque se centra en la creación del naming y como se presenta de manera natural.

4. **Estrategias y realización:** la marca busca entender bajo qué tipo de lenguaje visual desea emplearse. Para ello, debe tomarse en cuenta ideas puntuales, como el tipo de producto o servicio, sus destinatarios y las dimensiones del mercado, es decir, si es a grande o a pequeña escala.

5. **Gestión de la marca:** se desarrolla a través de la familiarización con la marca, la relación entre el público y la marca.

# DISEÑO DE LOGOTIPOS

## CRITERIOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE UN LOGOTIPO

Marcos (2007) profundiza sobre los estándares de construcción y sus tres criterios básicos de diseño, tales como la simplicidad, la originalidad y la metáfora.

La simplicidad es indispensable por razones múltiples como el volumen del mensaje que se emite. Los mensajes deben de ser simplificados de modo que el consumidor pueda absorberlo de manera eficiente.

La originalidad tiene dos ventajas fundamentales como la legalidad y la creatividad que enriquece a la marca y la hace fácil de recordar. La auténtica originalidad logra arrasar, cobra vida y genera ideas.

Toda metáfora esconde un contexto y es esencial para narrar la historia que se esconde detrás de una marca. El reto para las instituciones, marcas u organizaciones consiste en comunicar quién es y qué representa, apostando a una identificación sencilla, sugerente y directa.

SIMPLICIDAD  
|  
ORIGINALIDAD  
|  
METÁFORA

## ¿QUÉ CUALIDADES DEBE DE TENER?

### CONOCIMIENTO INSTITUCIONAL

Según la plataforma Sequia (2017), un buen logotipo debe ser simple, permitiendo que sea fácil de reconocer y recordar, debido a que los diseños demasiado complejos son difíciles de asimilar e identificar a simple vista.

## MEMORABLE

El objetivo de toda identidad es ser recordado. Por esto, el logo debe representar el enfoque que ofrece la empresa y, mediante la relación con la simplicidad, crear un contexto visual eficiente.

## LEGIBLE

Debe lograr un tratamiento adecuado para poder apreciarse y reconocerse fácilmente. Una importante característica para pensar en el término de legibilidad, es el uso que se le dará al logotipo en sus diversas aplicaciones.

## ATEMPORAL

Debe sobrevivir al paso del tiempo. También, debe evitar la influencia de tendencias actuales, debido a que las modas son pasajeras y que probablemente se tenga que rediseñar cada pocos años. Los logotipos sencillos, minimalistas y monocromáticos son lo que tienen mayor posibilidad de ser perdurables.

## ADAPTABLE

En la actualidad sobre el impacto de múltiples soportes, debe funcionar, tanto en formatos impresos como digitales, así como en sus respectivos tamaños. El logotipo debe diseñarse pensando en expandir la imagen de la empresa, comprendiendo sus funciones en diferentes versiones, como blanco y negro, color y una sola tinta.

## COHERENTE

El logotipo debe tener un vínculo con los valores de la empresa y los servicios que ofrece. Se deben valorar los elementos, creando una mejor comprensión para descartar los que no concuerden con la imagen.



Figura 43: Logotipo mcdonald's.

## ¿QUÉ EXPRESA EL COLOR EN LA IDENTIDAD GRÁFICA?

Las tonalidades deben comprender el impacto y la señal que transmitirán, indica Marcos (2007). Para que un logo tenga éxito debe presentar el mismo concepto que la marca. El color debe aclarar todo lo que el lenguaje no puede, es un sencillo mecanismo de comunicación que ayuda a colocar cada cosa en su lugar y hace destacar a un ente del otro.

Existe un proceso de estudio para la selección del color. Este se describe a continuación:

- Encontrar un color que puede poseer únicamente la marca.
- Comprender las connotaciones culturales del color extrayendo las variaciones y asociaciones positivas y negativas.
- Identificar un color que se pueda utilizar de manera coherente en los diversos medios de comunicación tales como medios impresos y digitales.
- Tomar en cuenta que la ciencia del color evoluciona constantemente debido a los nuevos puntos de vista sobre la manera en que el cerebro humano reacciona frente a los colores.
- El color influye en la memoria y otorga significado.



1976  
Oficial



1976  
Oficial



199  
Oficial

Figura 44: Evolución del logotipo apple.

## ¿CÓMO ENCONTRAR LA TIPOGRAFÍA PERFECTA PARA UN LOGO?

“Un tipo de letra en manos de un diseñador puede ser un arma tan poderosa como el color” indica Marcos (2007), resaltando la importancia que tiene la presencia de una tipografía y su potente habilidad para transmitir una personalidad. Para esto, se necesita:

- Reunir una gama de tipografías.
- Tener en cuenta lo que necesita la marca para comunicar e identificar sus atributos principales.
- Seleccionar tipografías que logren comunicar los atributos de la empresa o marca.
- Realizar estudios tipográficos que examinen cómo funciona cada tipo de letra aplicando al nombre de la marca.
- Buscar tipografías secundarias que complementen la primaria.
- Integrar la tipografía dentro de los conceptos del logo.



Figura 45: Proceso creativo logo Pinterest.



Figura 46: Proceso evolución logo Nike.

# CONDUCTA DEL PÚBLICO EN LA TOMA DE DECISIONES

## ¿CÓMO SE CONCENTRAN LAS PERSONAS?

Weinschenk (2011) menciona que la atención que maneja las personas es selectiva, debido a que la atención puede desviarse de cualquier cosa en la que están concentrados, pero pueden también prestar atención y filtrar el resto de estímulos.

Una de las maneras en que las personas pueden captar y filtrar información es cuando se les presentan ideas que comparten personalmente, debido a que buscan y prestan atención de forma consciente a la información que confirma sus creencias y no se interesan de aquellas que no apoyan sus ideales. Filtrar puede resultar útil, ya que reduce la cantidad de información a la que se tenga que prestar atención, siempre y cuando sepa desarrollarse adecuadamente o por lo contrario puede llevar a tomar erróneas o malas decisiones.

Se presta mayor atención a algo concreto y no a múltiples mensajes dentro de un solo contexto. Estos deben ser específicos y no extensos debido a que la atención sostenida dura un corto período de tiempo y retienen mayor atención en aquellos indicios que logran destacar. Por tanto, se debe de determinar cuáles son las señas que destacarán, tomando en cuenta la versatilidad de la audiencia para abstraer y captar la información.



Figura 47: Ilustración publicitaria sobre el medio ambiente.

## ¿QUÉ MOTIVA AL USUARIO?

“Las recompensas variables son influyentes” describe Weinschenk (2011). Con frecuencia puede predecirse que las personas desarrollan un comportamiento basándose en las recompensas adquiridas. Muchas veces los diseñadores ambicionan que los usuarios adquieran un cierto comportamiento de forma continua, pero no se trata de lo que el diseñador quiere, se trata de resolver la manera de dirigirse hacia el usuario y brindar algo que deseen.

## ¿QUÉ SIENTE?

La utilización de imágenes comunica emociones, transmiten el mensaje de manera susceptible y transparente, pero es primordial decidir qué emociones guían al público, qué emociones logran motivar y retenerse en la mente. Una teoría básica para la comprensión de los estímulos es a través de cómo las personas se interrelacionan, cómo las emociones tienen efectos fisiológicos y se expresan físicamente, cómo los estados de ánimo pueden durar más que las emociones, pero puede que no se expresen físicamente, y cómo las actitudes se desarrollan a través de la conciencia.

## EMOCIONES

La información se procesa más profundamente y se recuerda mejor si tiene un vínculo emocional. No se debe olvidar que la información no solo se procesa de formas técnicas, también existe el proceso

emocional. Como diseñadores, se busca proporcionar un mensaje que evoque emociones ó acciones y que genere empatía para lograr un enfoque convincente.

## ACTIVIDADES QUE LOS INVOLUCRE

El hecho de que se quiera generar movimiento y participación significa que las personas puedan percibirlo de manera significativa, algo que valga la pena ser parte, que evoque el instinto de hacer algo productivo. Si se transmite de manera errónea, el individuo preferiría dejar pasar el tiempo y esperar a algo verdaderamente interesante.



Figura 48: Publicidad coca-cola.

# PENSAMIENTOS ESTRATÉGICOS PARA MATERIAL INFORMATIVO Y DIVULGATIVO

## PLANTEAMIENTO DEL OBJETIVO PUBLICITARIO

Taylor (2013) menciona que se debe identificar el papel específico de la publicidad en la resolución del problema o necesidad. Un buen objetivo requiere de una percepción. Las mejores ideas son las que contienen una percepción humana, con la que el lector pueda identificarse. El objetivo muestra una percepción de qué es lo que puede motivar al espectador.

Un objetivo bien definido es una constante guía, debido a que marca la dirección de todo lo que sigue, es una línea de pensamiento que poco a poco va resolviendo, construyendo y fortaleciendo la finalidad con parámetros justificados.

## TRANSMITIR EL OBJETIVO

“Cuanto más atractiva es la promesa, mayor es la respuesta” indica Taylor (2013). La promesa directa define lo que se cree que captará la atención del público. Una promesa debe contener algo valioso, algo que le importe al público en relación al tema. Una promesa bien redactada y justificada puede convertirse en la expresión fundamental de la marca.

## LA FUNCIÓN DE LA PROMESA

La función de la promesa es expresar en una frase la esencia de lo que ofrece el producto o servicio, con la finalidad de tener un método que centre el enfoque de la publicidad. Al expresar la esencia de la marca, ayuda a que las diversas ejecuciones se sustenten en la idea principal mientras se crea anuncios en diversos medios de comunicación.

La promesa debe actuar como un estímulo, asociándolo a la respuesta por parte del receptor, no solo para transmitir un mensaje. La publicidad eficaz y creativa debe determinar la magnitud de la promesa debido a que no se maneja de igual manera en un espacio en concreto como en un espacio masivo.

## NOVEDAD Y RESPUESTA A TRAVÉS DEL TONO DE VOZ

Es importante definir el tono de voz para centrar la relación que tendrá la publicidad con el público. Si se ignora la importancia del tono de voz puede cometerse el error de crear contenido que deje fuera al público. No importa lo claro que esté el objetivo ni la profundidad de la visión estratégica, si se habla en un tono de voz equivocado la campaña no funcionará.

Para definir el tono de voz es necesario tomar en cuenta los valores de la identidad, debido a que expresa su forma de pensar y sus prioridades; tener claro cuál es el target. Cuanto más se conozca al público, más fácil resulta encontrar la forma de comunicar. Definir la personalidad de la marca, su verdadera esencia; definir los recursos lingüísticos, el tipo de palabras que definen la marca.

# DISEÑO DE AFICHES

## CRITERIOS PARA DEFINIR EL ESTILO

Campos (2016) menciona que los criterios que debe observar el estilo son básicamente todos los referidos a textos, ilustraciones, composiciones y demás elementos gráficos que se utilicen en la publicación, así como información referente a la composición y el propio soporte del material.

- **Forma**

Las formas de los objetos y cosas comunican ideas por ellos mismo, llaman la atención del receptor dependiendo de la forma elegida. Es un elemento esencial para un buen diseño.

- **Textura visual**

Las texturas aportan al diseño una mirada, sensación o una superficie. La textura permite crear una adaptación personalizada de la realidad, añadiendo dimensión y riqueza al diseño.

- **Peso visual**

El peso visual hace referencia al efecto óptico que produce una figura dentro de la maqueta. Existen diferentes ejes para tener una armonía y visibilidad del contenido.

- **Contraste**

Existen diferentes contrastes dentro de una pieza como el contraste de tono. El mayor peso tonal lo tienen los elementos con mayor intensidad. En cuanto al contraste de colores, el tono tiene mayor fuerza que el propio color en el establecimiento del contraste. Para el contraste de contornos, estos dominan la partida en cuanto a atención en el contenido reconocible y previsible; una forma abstracta atrae más atención que una forma geométrica conocida. El contraste de escala puede ser conseguido mediante la contraposición de elementos a diferentes escalas de los normales.

- **Balance**

Las técnicas visuales, son las más importantes dentro de un diseño. Su importancia se basa en el funcionamiento de la percepción humana y en la intensa necesidad de equilibrio, que se manifiesta tanto en el diseño como en la reacción ante una declaración visual. En el balance existe un centro de gravedad a medio camino entre dos pesos.

- **Proporción**

Evidentemente el tamaño de un elemento en relación con el resto de los elementos que se colocan en el espacio gráfico también tiene diferentes significados. Las formas grandes, altas o anchas, suelen ser percibidas como potentes o fuertes, mientras que las formas pequeñas, cortas o finas, parecen delicadas y débiles. La interpretación del tamaño, más que de las demás dimensiones de la forma, varía según las culturas y los países.

- **Ritmo**

El factor de ritmo se produce cuando se encuentra una repetición secuencial de un conjunto de elementos. Con esta técnica se puede producir dinamismo y armonía en la composición. Es capaz de transmitir movimientos dentro del diseño, gracias a la aproximación de elementos semejantes.

- **Armonía**

La armonía es un equilibrio adecuado de diversos elementos en una totalidad que es perceptible visualmente, de manera que los elementos se perciben como una composición agradable a la vista. El balance de los elementos produce una sensación agradable, y los puntos de tensión y contraste son olvidados.

- **Movimiento**

El movimiento, en primer lugar depende de la proporción. Otros recursos para crear movimiento son la oblicuidad de las formas y

también la interacción de colores contrastes. La dinámica de la composición se logra cuando el movimiento de cada uno de los detalles se adecúa al movimiento en conjunto.

- **Simetría**

La simetría es el equilibrio central. Para este equilibrio visual se requiere el ajuste de muchas fuerzas, pero resulta interesante y rico en su variedad. Es lógica y sencilla de diseñar, pero puede resultar estático e incluso monótono.

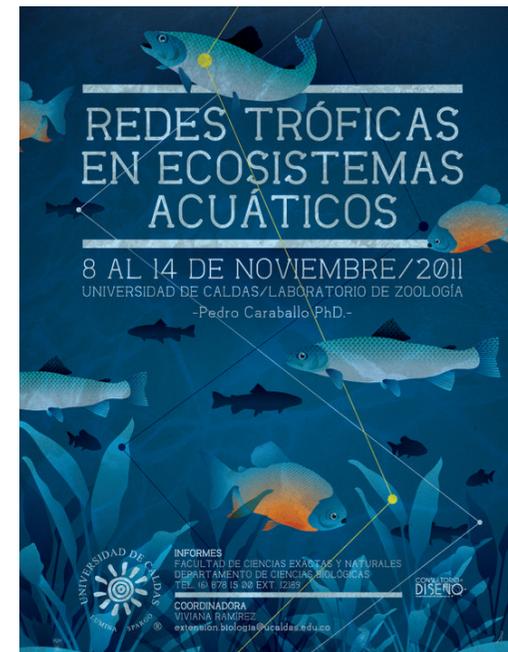


Figura 49: Diseño de afiches.

# LA ILUSTRACIÓN

## PRINCIPIOS DE LA ILUSTRACIÓN

Zeegen (2006) describe a la ilustración como un empuje para hacer pensar al receptor, a obtener más información del texto e intentar comprender y conocer el tema más a fondo.

Como primer punto, se deben de tomar en cuenta diversos parámetros como el mensaje que se desea transmitir, el objetivo de la ilustración y sobre qué medios se implementará.

Como segundo punto, la búsqueda de la inspiración, las acciones de buscar y recopilar forman parte del estilo que se desarrollará. Un entorno creativo incentiva a explorar y centralizar una lluvia de ideas capaces de contextualizar lo que se desea transmitir.

El desarrollo de ideas conecta las palabras con las imágenes desarrollando nuevas direcciones. Las ideas no se producen tras un ángulo en específico, se pueden observar ángulos opuestos e innovar en el mensaje.

## TÉCNICAS ANÁLOGAS

Parramón (2003) menciona diversas técnicas de ilustración como:

- La ilustración con acuarela: se trata de una técnica que permite

colorear desde lo más suave hasta coloraciones sólidas, opacas y muy detallistas. Su utilización se da a través de una forma sencilla y directa.

- La ilustración con crayones: la técnica de los lápices de colores se halla entre dibujo y pintura, donde la intensidad del color depende la tonalidad y la presión que se le aplique. Su implementación se da especialmente por las texturas que genera a través de diversos tipos de papel.
- Colage decorativo: la sencillez de esta técnica y sus posibilidades son atractivos debido a su peculiaridad que se da a través de algunos recortes de papel, cartón tela u otras superficies.



Figura 50: Ilustración botánica.

## TÉCNICA DIGITAL

Zeegen (2006) menciona que el uso del ordenador y la tecnología ha influido en los métodos empleados por la ilustración, debido a que logra extraer el rendimiento de un lápiz a un medio tecnológico con una amplia variedad de trazos.

El ordenador ha contribuido a situar la ilustración en el mismo nivel que otras disciplinas y la amplia gama de posibilidades digitales; el diseño gráfico busca constantemente nuevas formas de expresar y comunicar ideas.



Figura 51: Ilustración digital, vida marítima.

## ILUSTRACIÓN PUBLICITARIA

Parramón (2003) indica que este género y estilo ilustrativo está destinado a acompañar o dar forma y personalidad a una marca, producto o servicio, o también a anunciar un acontecimiento. Esta ilustración se distingue del resto por cuestiones de medios y formatos, pero lo fundamental es que logre transmitir un mensaje de manera inmediata y eficaz con un impacto visual.



Figura 52: Ilustración publicitaria, campaña McDonald's.

# SEMIÓTICA DEL COLOR

Costa (2008) se refiere a tres grupos principales para clasificar la semiótica del color.

## COLORES REALISTAS

Es la exposición por imitar el aspecto que ofrecen las cosas dentro del entorno, donde su objetivo es representar con exactitud la realidad de manera formal y cromática. El color no debe de utilizarse de manera errónea, donde no exista una relación equilibrada.

**Variables:** naturalista, exaltado, expresionista.



Figura 54: Colores realistas.

## COLORES FANTASIOSOS

La fantasía se opone a lo real, se dirige hacia escenas ficticias, donde las ilusiones buscan un efecto irreal para abrir puertas sobre la imaginación creativa; el color como materia gráfica empieza a hacer valer su autonomía descartando la realidad empírica.

**Variables:** imaginario, arbitrario.



Figura 55: Colores fantasiosos.

## COLORES SÍGNICOS

Se rige a través de la superficie, como lo que evoca un mensaje, y lo que percibe la vista según su propia interpretación.

**Variables:** esquemático, señalética, emblemático.

ROJO	AZUL	VERDE	AMARILLO	NA RANJA	VIOLETA	ROSA	MA RRRÓN	GRIS	NEGRO
DINAMISMO	PROFESIONAL	NATURALEZA	CALIDEZ	INNOVACIÓN	LUJO	DIVERSION	MASCULINO	AUTORIDAD	PODER
CALIDEZ	SERIEDAD	ÉTICA	AMABILIDAD	MODERNIDAD	REALLEZA	PRESUMIDO	RURAL	OPACIDAD	SOFTICADO
AGRESIVO	INTEGRIDAD	CRECIMIENTO	POSITIVIDAD	JUVENLUD	SABIDURÍA	INOCENCIA	NATURAL	SENCILLEZ	PRESTIGIO
PASIÓN	SINCERIDAD	FRESCURA	ESTIMULANTE	DIVERSIÓN	DIGNIDAD	FEMENINO	TIERRA	RESPEO	VALOR
ENERGÍA	CALMA	SERENIDAD	ALEGRÍA	ACCESIBIL.	MISTERIO	DELICADEZA	SIMPLICIDAD	NEUTRAL	ATEMPORAL
PELIGRO	INFINITO	ORGÁNICO	LUMINOSO	VITALIDAD	ESPIRITUAL	ROMÁNTICO	RÚSTICO	HUMILDAD	MUERTE

Figura 56: colores sígnicos.

# 5.1

## SUJETO DE ESTUDIO

# EXPERTO EN DISEÑO

# ENTREVISTA

## CONSULTA CON EL EXPERTO O ESPECIALISTA EN EL TEMA

**Lcda. Regina López**



Figura 53: Fotografía de la Lda. Regina López.

Se realizó una guía de entrevista (Anexo No.5) en la que se puede concluir los siguientes parámetros:

Regina López es una diseñadora gráfica nacida en la ciudad de Guatemala, que actualmente se dedica al desarrollo de branding para instituciones microempresarias, algunas instituciones públicas y en el área de servicios de salud.

Imagen visual, identidad corporativa y branding son diferentes términos ya que a nivel técnico son implementados en diversos casos y con diversos parámetros. La diferenciación de estos términos permite comprender el manejo del diseño dentro del proyecto, porque suelen confundirse y su implementación no es la adecuada.

La identidad gráfica se establece por medio de una entidad que pretende ser perdurable, como en el caso del Orquideario Landivariano. Por esto, abarca puntos específicos como el logotipo y papelería, así como piezas gráficas que se den a conocer al grupo objetivo sin drásticas variaciones, y desarrollen un mejor afianzamiento de la identidad.

Los puntos clave para desarrollar una imagen es conocer las medidas de la entidad, cuáles son los servicios y la proyección que desea transmitir. Al comprender a fondo la proyección del cliente, se logra unificar un diseño que cumple con las necesidades establecidas. Analizar al grupo objetivo, y saber cuáles son sus conceptos sobre la temática ya que es el público al que va dirigido y que puede proporcionar soluciones efectivas y viables. A partir de una recopilación de la información, se desarrolla el concepto gráfico, debido a que se logra desarrollar una idea a través de los conocimientos adquiridos. Posteriormente, validar la funcionalidad de la idea donde se mida la eficiencia y se observen las decadencias. Como último punto, realizar los cambios.

Para el desarrollo gráfico de una imagen institucional, existen barreras debido a que no se permite libertad absoluta en cuanto a toma de decisiones. Por ello, el diseño debe ser adaptable al manual de identidad estipulado. López menciona que a pesar de dicha barrera como diseñadores se debe buscar la forma de generar un giro eficiente sobre la entidad sin desligar por completo el mensaje de la imagen de la institución.

La identidad de una marca no va a transmitir más allá de algo concreto como lo es la función y la razón de la entidad. Esto quiere decir que si se ofrecen diversos servicios, no se debe plasmar dentro

de la imagen, como lo es el logotipo, ya que puede percibirse no legible. Se debe consolidar la esencia principal de todos los servicios para que se pueda percibir de manera factible y no exista un nivel de complejidad que no permita al grupo objetivo familiarizarse y desarrollar memorabilidad. La emoción no la hace una marca, la hace la publicidad, debido a que por este medio pueden transmitirse específicamente aspectos muy puntuales de la entidad, como los servicios que ofrece.

Según López, en relación a este mismo tema, afirma que los diseñadores creativos en términos ambientales deben tener responsabilidad en la toma de decisiones, debido a que un tema ambiental, como la flora debe transmitirse por medio de un diseño ecológico. Generalmente cuando se habla de diseños ecológicos se desarrolla la idea de que los canales de comunicación deben ser solamente digitales, pero es un pensamiento erróneo debido a que se debe tomar en cuenta dónde se encuentra el grupo objetivo y a pesar de que las redes sociales son un espacio recurrente, puede que se pierda una conexión con el usuario. Los medios impresión deben estar relacionados con formatos y técnicas de impresión ecoamigables. De lo contrario, pueden transmitir un mensaje contradictorio.

Para el desarrollo de una imagen visual institucional con enfoque ambiental, se deben comprender los paradigmas que tiene la sociedad sobre las temáticas del medio ambiente y los niveles intelectuales para captar nuevas ideas. La implementación de nuevos códigos gráficos, como el cambio del color verde por otra paleta de color que represente la naturaleza, depende del grupo objetivo y su nivel intelectual. Si cuentan con un coeficiente intelectual alto, se puede manejar otros códigos visuales, siempre y cuando tengan un contexto significativo.

En la mayoría de casos, los canales de comunicación no aportan a la comprensión del mensaje. Se considera que una pieza gráfica debe ser implementada en un medio que contenga mayor relación con el grupo objetivo, donde el valor narrativo del diseño propicie una mayor interacción. Es importante tomar en cuenta aspectos culturales, como el manejo del color, ya que existen paradigmas enraizados al grupo objetivo que pueden ser un factor que ayude a afianzar el mensaje. También puede existir un nivel de abstracción, como anteriormente se mencionaba, si el grupo lo permite, pero por lo contrario generaría un rebote sobre el mensaje.

## 5.2

# OBJETO DE ESTUDIO

# CASO

# ANÁLOGO

# ORCHID BOTANIC GARDEN IDENTITY SYSTEM

MICHELLE MITE  
GUAYAQUIL, ECUADOR



Figura 57: Logo Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.

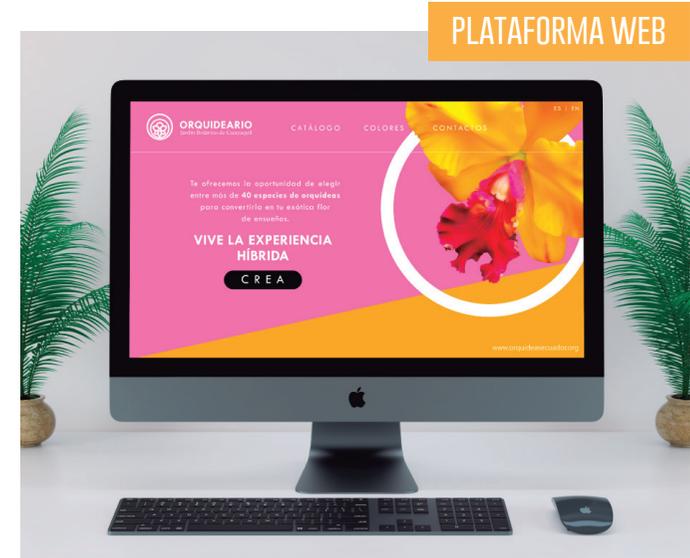


Figura 58: Página web, Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.



Figura 59: Material informativo, folleto exterior, Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.



Figura 60: Material informativo, folleto interior, Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.

## ANÁLISIS LOGOTIPO



Figura 61: Logo Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.



Se desarrolló una guía de observación para el análisis de las piezas gráficas pertenecientes al Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil (Anexo No.4), el cual permite observar y analizar las estrategias gráficas implementadas.

La identidad del establecimiento se manejó a través de un imagotipo debido a que existe una composición tipografía y la implementación de un isotipo.

La abstracción del isotipo se constituyó a través de un concepto que logra respaldar su significado, ya que existe un nivel de abstracción estratégico para dar a conocer la personalidad del orquideario. De esta manera, se hizo de su símbolo un elemento simple y legible.

Se puede observar que el color del logotipo es negro por lo que es adecuado para su implementación en diversos medios, y logra contrastar con otras piezas gráficas creando un punto focal sobre el color negro. Sin embargo, al momento de percibir el logo independientemente, no crea una relación inmediata sobre la temática de flora.

El manejo de la composición es contrastante ya que se constituye a través de una estructura a nivel jerárquica, favoreciendo una lectura en conjunto. A pesar de que el isotipo consta de una mayor dimensión, el nombre del establecimiento es legible.

# ANÁLISIS MATERIAL INFORMATIVO



Figura 62: Folleto exterior, Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.

Los elementos gráficos de soporte que utiliza dicha pieza informativa es el color, la tipografía, el manejo de fotografías e iconografías.

El color logra connotar que se trata sobre flora, dado a que utiliza códigos visuales como la implementación del color rosado y el anaranjado. Estos representan una denotación pacífica y armoniosa como lo transmiten las orquídeas. El color celeste es una aplicación contrastante.

La estructura jerárquica de textos se emplea a través de la tipografía y a su respectiva composición, proporcionando un espacio limpio y no saturado, porque también emplean información sintetizada.



Figura 63: Folleto interior, Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.

Existe un ritmo dentro de la composición, a pesar de que cada sección se diferencia de la otra. El manejo de cajas informativas crea un conjunto atractivo y eficiente.

Las fotografías no se perciben como las tradicionales fotografías científicas de las especies, sino que generan un nivel de abstracción dinámico donde las orquídeas son las protagonistas.

# ANÁLISIS PLATAFORMA WEB

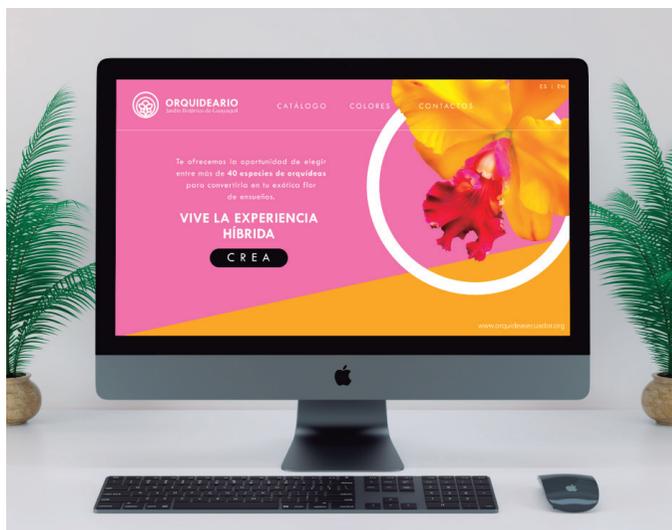


Figura 64: Página principal, Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.



Figura 65: Sección observación de colores, Orquideario Jardín Botánico de Guayaquil.

La plataforma web a primera vista logra unificarse con las demás piezas, reforzando su imagen visual y creando familiarización con el grupo objetivo.



El diseño web es efectivo no solo por su nivel gráfico, sino porque se constituye sobre los parámetros de modulación de una plataforma integral. Se logra observar que existe un nivel estratégico dentro de su estructura, debido a que existe un ritmo visual que jerarquiza cada parte dentro de la navegación y favorece su ejecución, de tal manera que las personas se interesen en seguir indagando.

A pesar de que utiliza una misma familia tipográfica, cada sección se diferencia por el manejo del tamaño de la letra, y el uso de mayúsculas y minúsculas. La tipografía refuerza a la imagen siendo armoniosa y no saturando la composición.

A simple vista los colores se relacionan con la especie de orquídea que se encuentra dentro de la página principal, por lo que no dificulta la asociación sobre la temática.

5.3

EXPERIENCIA

DESDE  
DISEÑO

# EXPERIENCIA DE DISEÑO

## JARDÍN BOTÁNICO

A continuación, se presenta la propuesta de identidad gráfica para un jardín botánico desarrollado por la diseñadora Anastasia Maltesa Ucraniana en el año 2018.

### IDENTIDAD GRÁFICA

El objetivo principal era crear un mensaje donde existiera un puente entre el jardín y la comunidad dado a que coexisten dentro del mismo planeta. Y también crear una imagen visual ecoamigable y moderna del Jardín Botánico de Kiev para atraer la atención de los visitantes jóvenes, dado a que las generaciones actuales son una fuente para el cuidado y desarrollo sostenible del medio ambiente.



Figura 66: Logotipo jardín botánico de Ucrania.

### TARJETAS DE PRESENTACIÓN



Figura 67: Tarje de presentación jardín botánico de Ucrania.

## PAPELERIA



Figura 68: Papelería jardín botánico de Ucrania.

## MATERIAL VISUAL - CARTELES

La idea de los carteles es mostrar que el Jardín Botánico no es solo una base de reserva natural de Ucrania, sino también un maravilloso mundo de plantas, territorios a gran escala y descubrimientos científicos que están al alcance de la comunidad para enriquecer su mente, transmitiendo un panorama amigable, donde el jardín es una gran plataforma para el ocio y la investigación.



Figura 69: Posters jardín botánico de Ucrania.



Figura 70: Unión de poster jardín botánico de Ucrania.

# 6. GRUPO OBJETIVO

# DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

## COMUNIDAD LANDIVARIANA

La comunidad landivariana se divide en dos grupos: los estudiantes, y el personal docente y administrativo. Se determinó que es importante abarcar dichos segmentos, dado que el orquideario busca incentivar el interés sobre la temática de las orquídeas. Mientras más personas reconozcan el establecimiento y su proyección laboral, otras más se involucrarán en la conservación y apreciación de las especies. Se estableció un grupo objetivo primario y otro secundario, ya que se busca comprender las variaciones existentes entre ambos. De esta manera se busca crear un objetivo común, pues como anteriormente se menciona, el trabajo de ambos grupos va dirigido a toda la comunidad y crea una unión integral.

- **Grupo objetivo primario:** Estudiantes.
- **Grupo objetivo secundario:** Personal docente y administrativo.

# COMPRENSIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

La comprensión del grupo objetivo se realizó mediante una encuesta, en la cual se determinó una serie de preguntas abiertas y cerradas que respondan a la búsqueda para determinar parámetros sobre el grupo objetivo, relacionados con aspectos geográficos, demográficos, psicográfico y preferencias gráficas.

El objetivo es comprender la perspectiva de la comunidad landivariana, debido a que dentro del proceso de comunicación gráfica la toma de decisiones se desarrolla por medio de afianzar el conocimiento proporcionado dentro de esta fase para crear un estímulo visual.

## GRUPO OBJETIVO

### PRIMARIO

Instrumento (Anexo No.7)

Fue distribuida a 88 estudiantes de la Universidad Rafael Landívar abarcando las jornadas matutinas como vespertinas, que abarca las diversas facultades que cuenta el campus central.

### SECUNDARIO

Instrumento (Anexo No.8)

Fue distribuida a 38 personas que conforman la comunidad landivariana como el personal docente y administrativo, que ubican en diversas áreas dentro de la universidad.



# GRUPO OBJETIVO PRIMARIO - ESTUDIANTES LANDIVARIANOS

## PERFIL GEOGRÁFICO

Estudiantes de la Universidad Rafael Landívar del campus central que está ubicado en la Ciudad de Guatemala en Vista Hermosa zona 16. Residen dentro de los diversos sectores de la Ciudad Capital.

## PERFIL DEMOGRÁFICO

Hombres y mujeres de 18 a 26 años, estudiantes de la Universidad Rafael Landívar; los niveles socioeconómicos varían debido a que existen diversos rasgos económicos como nivel medio C2 y nivel superior C1.

Los estudiantes pertenecen a las facultades que ofrece el centro universitario, un 54% se dedica a solo estudiar debido a que tienen las posibilidades de enfocarse en su actividad académico, mientras que un 46% se dedica a estudiar y trabajar.

La mayor parte de los estudiantes, el 58.6% se transportan con auto propio, mientras que el 26% se moviliza por medio de auto familiar, y el resto a través de autobuses, motos y vías peatonales.

Poseen artículos tecnológicos como teléfonos inteligentes, laptops, computadoras de escritorio, y algunos cuentan con reloj inteligente, cámaras fotográficas y tablets.



## PERFIL PSICOGRÁFICO

De acuerdo con los resultados de la encuesta (Anexo No.9), las actividades que prefieren realizar con mayor frecuencia en su tiempo libre son las que involucren estar dentro de casa, así como actividades sociales. Al resto les cautiva visitar lugares turísticos, lugares al aire libre y realizar actividades culturales. Por consiguiente, se puede observar que el grupo objetivo frecuentemente selecciona actividades hogareñas y sociales. Sin embargo, las actividades que realizan prefieren habituarse en un entorno natural. Además, el deseo de interactuar con la naturaleza se rige en su mayoría por admirar el paisaje y estar en contacto pasivamente con el ambiente.

Sobre el medio ambiente, el 48% considera que son temas de mucha importancia por lo que constantemente se están informando debido a que es una problemática que afecta a todos, mientras que el 50% opinan que son temas interesantes pero que no le toman la suficiente importancia, y un 2% considera que el medio ambiente es de mucha importancia.

Respecto a las actividades que realizan para ser parte del cuidado del medio ambiente, la mayor parte se preocupa por cuidar generalmente los recursos naturales, y hacen uso de las 3R como reducir, reutilizar y reciclar para evitar una constante contaminación. Otros de los aportes son la realización de voluntariados, cultivar flores y plantar árboles.

El valor que consideran que se vincula con el cuidado del medio ambiente es la responsabilidad debido a que los entornos ambientales son parte fundamental de la subsistencia de las personas. El 36% considera que la solidaridad, el respeto y la integridad son valores que deben estar presentes.

Las opiniones sobre la importancia de la flora en nuestro país se basan en que son parte del ecosistema y que ayudan al ser humano a coexistir, y que son parte de la riqueza cultural de Guatemala. Parte de su percepción sobre la flora es que, las diversas formas y colores logra cautivar su atención, dado que son caracteres que destacan visualmente sobre las demás especies vegetales.

El 38% de los estudiantes saben sobre la existencia del orquideario dentro de las instalaciones de la universidad, mientras que el 62% no conocían dicho establecimiento; a pesar del porcentaje de las personas que saben sobre el orquideario, solo el 14% lo ha visitado.

## CÓDIGOS VISUALES

El grupo objetivo relaciona a la naturaleza con una paleta de color que abarca tonalidades verdes y azules, pero en cuanto a la temática de flora las tonalidades que logran destacar son el lila y colores cálidos.

La percepción tipográfica, vinculan el tema de la naturaleza y la flora con tipografías que transmiten fluidez y fuerza, generalmente a través de una postura orgánica.

La fotografía y la ilustración se debate, dado a que en ambos se cautiva el nivel de composición dentro de los elementos, generando un auge visual y desvinculando las facetas tradicionales que perciben día tras día.



# GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO - PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO

## PERFIL GEOGRÁFICO

Personal docente y administrativo de la Universidad Rafael Landívar del campus central que está ubicado en la Ciudad de Guatemala en Vista Hermosa zona 16. Residen dentro de los diversos sectores de la Ciudad Capital.

## PERFIL DEMOGRÁFICO

Hombres y mujeres de 22 a 60 años, forman parte de la comunidad landivariana; los niveles socioeconómicos varían debido a que existen diversos rangos como nivel medio C2 y nivel superior C1.

El 55 % de este grupo se dedica actualmente a laborar adentro y fuera de la universidad, mientras que el 45 % además de laborar, dedican tiempo para su desarrollo a nivel educativo.

Por otra parte, se transportan por diversos medios. La mayoría de ellos lo hace en auto propio debido a que cuentan con un nivel superior de independencia, mientras que el resto se moviliza en un auto propiedad de toda la familia, en autobuses, motos o a pie.

Debido a que poseen un nivel económico independiente pueden costear diversos objetos tecnológicos como en su mayoría teléfonos inteligentes, laptops y computadoras de escritorio, debido a que

son utensilios que forman parte de su vida diaria. Otros objetos que poseen en minoría son cámaras fotográficas, tablets y reloj inteligente.



## PERFIL PSICOGRÁFICO

De acuerdo con los resultados de la encuesta (Anexo No.10), en sus tiempos libres las actividades que realizan son dentro de casa debido a que gustan pasar el tiempo en familia, y actividades que incluyan a otros círculos sociales, como amigos. Una parte de las actividades que prefieren frecuentar es visitar lugares turísticos y realizar actividades culturales. El pasatiempo de estar en contacto al aire libre predomina, debido a que permanecer en un entorno natural es recreativo, por lo que pueden admirar el paisaje y realizar actividades estimulantes.

En cuanto a la exploración de la información del estado actual del medio ambiente, el 58% no se informa sobre la importancia y el impacto que tiene dentro de la sociedad. Consideran que son temas interesantes, pero no prestan la suficiente atención.

Sin embargo, una de las actividades que realizan para ser parte del cuidado del medio ambiente es el cuidado de los recursos naturales como el agua, también hacen uso de las 3R que se constituye en reducir, reutilizar y reciclar. Son muy pocas las personas que se dedican hacer voluntariados, plantas árboles o cultivar flores.

En paralelo al g.o primario, el valor que consideran que se vincula con el cuidado del medio ambiente es la responsabilidad, mientras que un 29% da prioridad a que la solidaridad, el respeto y la integridad son valores fundamentales para la presentación.

Opiniones sobre la importancia de la flora en nuestro país:

Poseen una percepción amplia en la que da importancia a la fertilidad que brindan las plantas a los suelos y que contrarrestan la contaminación. En Guatemala, al haber diversidad en muchos aspectos que forman parte de la belleza de nuestro país, la flora no se queda desvinculada a la problemática ambiental.

La diversidad de colores es uno de los aspectos de la flora que logra cautivar su atención, debido a que los colores son un estímulo visual y no pasan desapercibidos; la diversidad de formas, como brinda la biodiversidad, es otra de las características que influyen en la percepción visual.

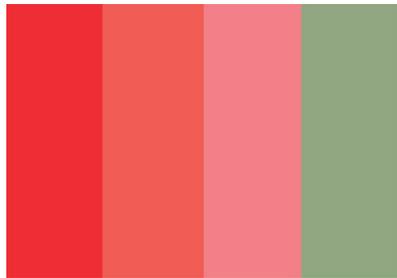
A comparación del g.o primario, el 68% conoce sobre la existencia del orquideario dentro de las instalaciones del campus central, mientras que el 32% no. El porcentaje de personas que respondieron que sí en el parámetro anterior, en su mayoría han visitado externamente el área de las orquídeas, esto quiere decir que solo transitan en el área y no visitan como tal al establecimiento.

## CÓDIGOS VISUALES

La naturaleza para el grupo objetivo se vincula con las tonalidades de colores verdes y azules, también con los colores cálidos como el naranja y el amarillo. En relación a la flora lo perciben a través de los colores rosado, morado, celeste y verde, la minoría lo relaciona con colores cálidos.

El grupo objetivo secundario coincide con el primario dado que ambos tienen una percepción sobre la tipografía que vincula a la naturaleza con fonts orgánicos, los cuales crean visualmente dinamismo y fluidez.

La fotografía y la ilustración logran cautivar la atención de ambos grupos, siempre y cuando se constituyan por un nivel gráfico fuera de lo tradicional, generando composiciones con un impacto visual.



# 7. CONTENIDO DEL MATERIAL GRÁFICO

## PUBLICACIONES-MONITORES

### 1. Expectativa

- Palabras relacionadas con la conservación y apreciación de las orquídeas:

Descubre  
Admira  
Cultiva  
Protege

## PUBLICACIONES-PORTAL

### 1. Expectativa

- Palabras relacionadas con la conservación y apreciación de las orquídeas:

Descubre  
Admira  
Cultiva  
Protege

## POST DE FACEBOOK

### 1. Expectativa

- Palabras relacionadas con la conservación y apreciación de las orquídeas:

Descubre  
Admira  
Cultiva  
Protege

### 1. Revelación

- Visita el Orquideario Landivariano. Descubre la riqueza de la naturaleza.
- Participa en los espacios de estudio y de recreación. Ubicación: oficina laboratorio biotecnológico, Orquideario Landivariano.

## BROCHURE

1. Programas:
  - Orquideario Landivariano.
  - Cultivo in vitro.
  - Conservación de orquídeas.
2. Frase persuasiva.
3. Datos de contacto.
4. Logos institucionales.

## BOLETÍN INFORMATIVO

1. Frases persuasivas.
2. Ubicación del laboratorio y del orquideario.
3. Datos de contacto.

## AFICHES

1. Frases relacionadas con la conservación y apreciación de la naturaleza.
2. Datos sobre el estado de las orquídeas:
  - Existen +25,000 especies de orquídeas a nivel mundial.
  - Guatemala cuenta con más de 1,000 especies de orquídeas.
  - Monja Blanca, pertenece a la familia de las orquídeas.
  - Las orquídeas son la especies de plantas con mayor amenaza a nivel nacional.
3. Datos de contacto.
4. Logos institucionales.

# CALENDARIO

1. Introducción sobre el Orquideario Landivariano.
2. 12 meses del año:
  - Datos sobre el estado de las orquídeas.
3. Programas:
  - Cultivo in vitro.
  - Conservación de orquídeas.
4. Datos de contacto.
5. Logos institucionales.
6. Fechas importantes:
  - **Enero:** 14 inicio de clases.
  - **Febrero:** 11 día nacional de la Monja Blanca.
  - **Marzo:** 22 inicio asueto Semana Santa, 30 último día asueto Semana Santa.
  - **Abril:** 1 reinicio de clases, 20 Expo Landívar.
  - **Mayo:** 1 asueto nacional, 21 inicio de clases interciclo.
  - **Junio:** 30 día del ejército.

- **Julio:** 1 inicio celebración Ignaciana, 22 inicio cierre de instalaciones, 31 día de San Ignacio De Loyola.
- **Agosto:** 3 último día cierre de instalaciones, 12 inicio clases-segundo ciclo, 15 feria local - ciudad capital.
- **Septiembre:** 14 asueto institucional, 15 asueto nacional, 23 semana científica.
- **Octubre:** 18 aniversario URL - Campus central, 20 asueto nacional.
- **Noviembre:** 1 asueto nacional.

# BOTONES

1. Frases relacionadas con la conservación y apreciación de la naturaleza.

Cultiva la riqueza de la naturaleza.

Protege la riqueza de la naturaleza.

# 8. DISEÑO DEL CONCEPTO

# 8.1

## BÚSQUEDA DEL CONCEPTO

Los procesos de conceptualización creativos son vitales para el desarrollo de piezas o materiales gráficos. Ayuda a los diseñadores en la construcción y conexión de nuevas ideas donde se crea un vínculo con el proyecto, dado a que el diseño no consta solo del arte final, sino también del proceso y el significado que conlleva la transformación del diseño.

Se desarrollaron 3 métodos de conceptualización para expandir el panorama, generando varios puntos de vista para poder centralizar las posibles oportunidades que brinda cada método. También se realizó con la finalidad de crear una base conceptual que respalda el mensaje que se desea transmitir gráficamente, proporcionándole al proyecto un enfoque simbólico, innovador y funcional.

Para cada método se desglosó una serie de frases conceptuales, seleccionando frases preliminares. Para proceder a la toma de decisión sobre el concepto final, se evaluó la viabilidad de cada frase.

# ESQUEMA DE LOS MÉTODOS CREATIVOS

La selección de los métodos se rige en la búsqueda de proyectar al Orquideario Landivariano. Así mismo se busca incentivar el interés sobre la temática y promover la participación de la comunidad landivariana en las actividades que ofrece el establecimiento.

Ya que las orquídeas son una especie atractiva visualmente, la inclinación de los métodos se dirige hacia una inspiración visual.

## MÉTODOS



# SIMBOLOGÍA

Para entender el proceso de conceptualización se desarrolló una serie de simbología que ayuda a identificar la toma de decisiones a lo largo del desarrollo de cada método; a continuación se presenta cada símbolo con su respectivo significado.



CONCEPTOS E IDEAS  
GRAFICABLES



CONCEPTOS E IDEAS  
NO GRAFICABLES



FRASES POTENCIALES  
POR CADA TÉCNICA



FRASE FINAL

# MÉTODO NO. 1

## DA VINCI

Una buena forma de desarrollar nuevas ideas creativas y ampliar la perspectiva de lo que la vista puede alcanzar, es el uso de imágenes, debido a que se pueden visualizar diversos ángulos y desglosar el mensaje que desea transmitir.

El proceso consiste en armar un collage de fotografías que conecten con el proyecto, así como con el cliente y la temática, visualizando en conjunto la composición y posteriormente por separado. Al apreciar las imágenes se apuntan las palabras que estas transmiten al instante. Luego de obtener la lista de palabras, el método es complementado por otra técnica llamada “relaciones forzadas”.

## RELACIONES FORZADAS

Su funcionalidad es combinar lo conocido con lo desconocido, forzando nuevas situaciones. A través de dicha interrelación pueden surgir ideas originales fuera de lo convencional.



## ¿QUÉ TRANSMITE?

- |                |              |                   |
|----------------|--------------|-------------------|
| 1. Naturaleza  | 20. Siluetas | 39. Panorama      |
| 2. Ambiente    | 21. Mezcla   | 40. Visualización |
| 3. Aire        | 22. Variedad | 41. Decoración    |
| 4. Sensaciones | 23. Único    | 42. Patrones      |
| 5. Positivo    | 24. Áreas    | 43. Fluidez       |
| 6. Atracción   | 25. Huertos  | 44. Movimiento    |
| 7. Vida        | 26. Conjunto | 45. Dinámico      |
| 8. Energía     | 27. Familia  | 46. Arco          |
| 9. Colores     | 28. Poder    | 47. Líneas        |
| 10. Diversidad | 29. Ramas    | 48. Curvas        |
| 11. Alegría    | 30. Conexión | 49. Naturaleza    |
| 12. Felicidad  | 31. Pureza   | 50. Contraste     |
| 13. Entusiasmo | 32. Cultivos | 51. Libertad      |
| 14. Fuerza     | 33. Plantas  | 52. Emociones     |
| 15. Llamativo  | 34. Pétalos  | 53. Exótico       |
| 16. Cautivador | 35. Tallos   | 54. Raro          |
| 17. Impacto    | 36. Raíces   | 55. Armonía       |
| 18. Texturas   | 37. Tierra   |                   |
| 19. Formas     | 38. Paisaje  |                   |

## CONEXIÓN DE PALABRAS

A continuación se eligieron 3 números al azar por 6 veces. En cada grupo de palabras se formaron 4 frases conceptuales.

### GRUPO 1

Números: 7, 14, 55

Palabras: Vida, fuerza, armonía

- Armonía de la fuerza de vida
- Fuerza de vida armoniosa
- Armonía de vida a través de la fuerza
- Vida fuerte de armonía



### GRUPO 2

Números: 36, 19, 12

Palabras: Raíces, formas, felicidad



- Formas enraizadas
- Felicidad desde las formas enraizadas
- Raíces llenas de formas y felicidad
- Formas de corrientes de felicidad enraizadas

## GRUPO 3

Números: 32, 9, 2

Palabras: Cultivos. colores, ambiente

- Colorido ambiente de cultivos
- Cultivos coloridos ambientales
- Ambientes de cultivos coloridos
- Colores de cultivos naturales

## GRUPO 4

Números: 31, 11, 4

Palabras: Pureza, alegría, sensación



- Sensaciones alegres de pureza
- Pureza de sensaciones alegres
- Alegría pura de sensaciones
- Sensaciones a través de la alegría pura

## GRUPO 5

Números: 14, 28, 40

Palabras: Fuerza, poder, visualización

- Fuerza del poder de la visualización
- Poder visual de la fuerza
- Visualización del poder de la fuerza
- Fuerza visual y su empoderamiento



## GRUPO 6

Números: 22, 48, 1

Palabras: Variedad, curvas, naturaleza



- La naturaleza a través de su variedad de curvas
- Curvas variantes de la naturaleza
- Variedad de la naturaleza y sus formas
- Naturalidad de formas y curvas

## FRASES ELEGIDAS

### FORMAS ENRAIZADAS

Hace referencia hacia las raíces de la flora que, gracias a la base que se forma, las orquídeas pueden coexistir y generar diversas formas orgánicas. Enraizado describe que el cuidado y la conservación vienen desde adentro de las personas.

### VARIEDAD DE LA NATURALEZA Y SUS FORMAS

Esta frase es complementaria con la anterior, ambas denotan el mismo significado, pero la conjugación entre las palabras connota otra cosa. Representa a la naturaleza tal cual es en conjunto y no logra conectar con las orquídeas.

### CURVAS VARIANTES DE LA NATURALEZA

Dado a que la naturaleza se expande de manera creativa, esta permite observar una diversidad de formas dentro de ella, en la que constantemente fluyen variaciones, así como especies dentro de la flora.

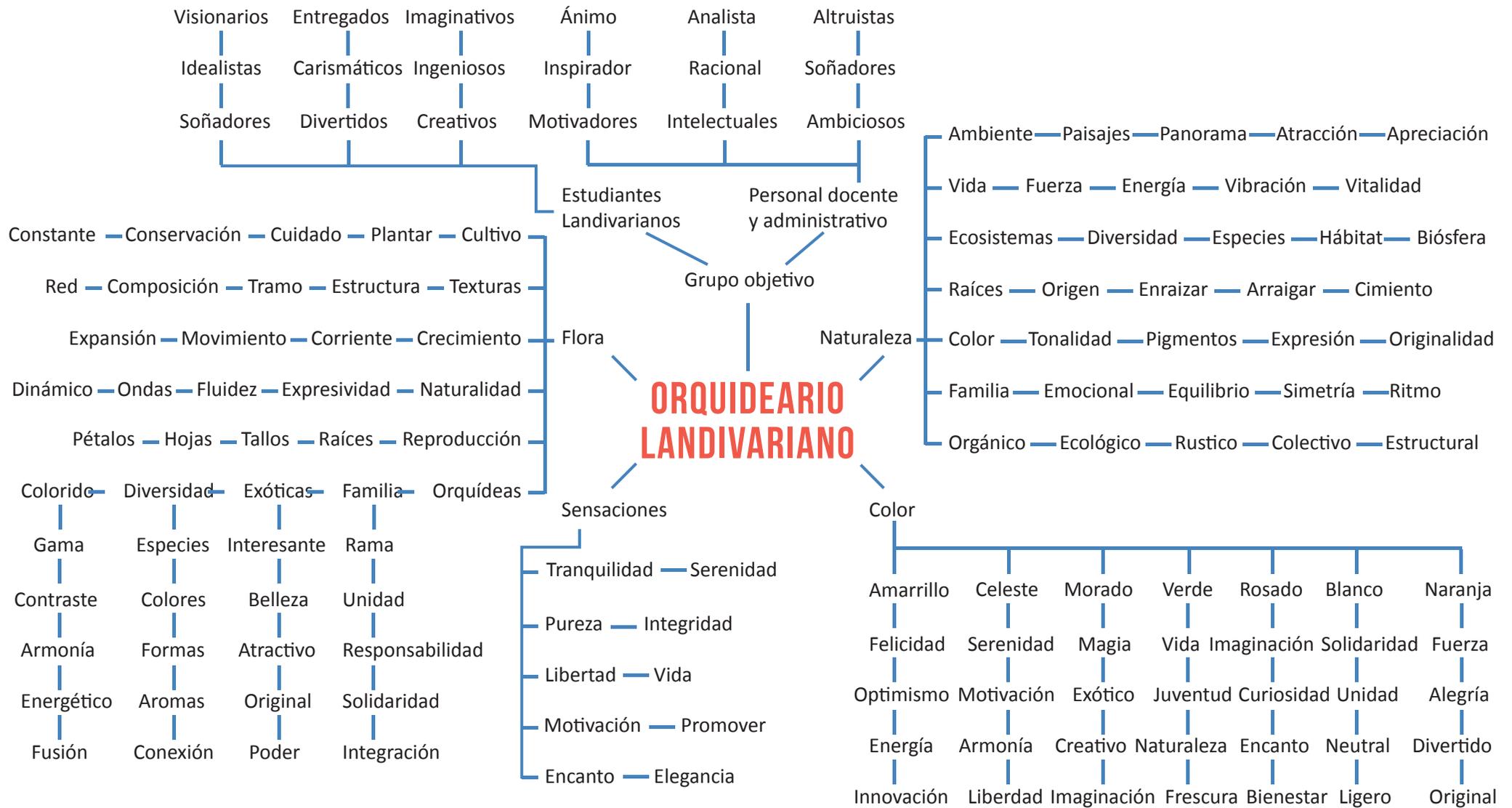
# MÉTODO NO.2

## TELARAÑA MAPA CONCEPTUAL

El uso de mapas permite organizar, comprender y priorizar ideas de manera significativa; permite que las ideas generen otras ideas y se pueda observar cómo se conectan, se relacionan y se expanden libres de cualquier tipo de organización lineal.

Es un aprendizaje visual que atribuye a reforzar la comprensión, incentivando la integración de nuevos conocimientos, y ayudando a desfragmentar el pensamiento.

Esta técnica consiste en que el concepto principal se ubica en el centro de la telaraña; en este caso el Orquideario Landivariano, y se desglosan otros contenidos que van enlazados con el proyecto y la temática hacia afuera. Las subcategorías desprenden otras ideas y consecutivamente se expande la telaraña.



## CONSTRUCCIÓN DE FRASES

1. Raíces de colores exóticos
2. Belleza desde la raíz
3. Poder enraizado pigmentado



4. Energía exótica natural

5. Fusión de colores orgánicos

6. Fusión de movimientos energéticos



7. Fusión de ondas enraizadas

8. Diversidad de movimientos encantados



9. Conexión de colores y formas

10. Diversidad de raíces fusionados

11. Elegancia a través de movimientos orgánicos

12. Familia de cultivos pigmentados

13. Atracción de formas sensoriales



14. Fusión creativa de la naturaleza

15. Corriente de fuerza creativa

16. Texturas de raíces emergentes



17. Ritmo de redes orgánicas

18. Ondas florecientes energéticas

19. Vibración de raíces creativas



20. Creatividad de la naturaleza constante

## FRASES ELEGIDAS

### FUSIÓN DE ONDAS ENRAIZADAS

La frase hace referencia a la fusión que tienen las orquídeas ya que se caracterizan por su diversidad de formas, colores y aromas; se presenta a través de lo orgánico, lo natural y sobre todo hace énfasis en la conservación.

### CONEXIÓN DE COLORES Y FORMAS

La familia de las orquídeas se caracteriza por ser extensa, y que a pesar de que cada especie se diferencie, siempre existe una conexión entre ellas y las hace sobresalir de las demás especies. Conexión va arraigada hacia el ser humano.

### FUSIÓN CREATIVA DE LA NATURALEZA

El concepto describe cómo la naturaleza fluye constantemente y cómo hace ilusión a su creatividad. Esto se debe a que cada especie se caracteriza por sus diferentes rasgos y las orquídeas expresan la fusión creativa que se da por naturaleza.

### RITMO DE REDES ORGÁNICAS

El ritmo hace referencia a que existe un constante movimiento en la naturaleza y específicamente en las orquídeas. Las redes, por las que el ser humano tiene conexión con la naturaleza, y lo orgánico, que presenta una personalidad sobre la conservación.

# MÉTODO NO.3

## INSPIRAVIDEOS

El principio de esta técnica es proveer un estímulo visual que incentive la creatividad desde otro punto de vista y genere nuevas ideas superando las conexiones monótonas y previsibles que la mente establece. El uso de la herramienta audiovisual es un impulso para la inspiración, que puede causar distintas sensaciones y emociones aportando simbólicas ideas.

Consiste en tener presente el carácter del proyecto, eligiendo la primera palabra que nos venga hacia la mente. En este caso la palabra elegida fue “flores”; se seleccionaron 2 videos al azar relacionados con la temática. Esto se hace con la finalidad de visualizar un material que no se haya visto antes para generar ideas y establecer una analogía entre lo que se está viendo y lo que se propone como objetivo creativo para explorar nuevos enfoques.

# VIDEO 1



## TIME-LAPSE: WATCH FLOWERS BLOOM BEFORE YOUR EYES | SHORT FILM SHOWCASE

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=LjCzPp-MK48&t=7s>

- |               |                 |                 |                 |                |
|---------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| 1. Tiempo     | 11. Esfuerzo    | 21. Capullo     | 31. Flora       | 41. Fluidez    |
| 2. Período    | 12. Paciencia   | 22. Naturaleza  | 32. Plantas     | 42. Tejidos    |
| 3. Etapa      | 13. Dedicación  | 23. Esencia     | 33. Pétalos     | 43. Texturas   |
| 4. Fases      | 14. Crecimiento | 24. Creación    | 34. Despliegues | 44. Tramos     |
| 5. Lapsos     | 15. Florecer    | 25. Colores     | 35. Mezcla      | 45. Estructura |
| 6. Estaciones | 16. Brotar      | 26. Tinte       | 36. Degradés    | 46. Balance    |
| 7. Vida       | 17. Nace        | 27. Pigmentos   | 37. Gradientes  | 47. Claridad   |
| 8. Delicadeza | 18. Emerge      | 28. Matices     | 38. Corriente   | 48. Tamaños    |
| 9. Valor      | 19. Desarrolla  | 29. Unificación | 39. Origen      | 49. Dimensión  |
| 10. Tenacidad | 20. Origen      | 30. Asociación  | 40. Base        | 50. Volumen    |

## VIDEO 2



### ILUSTRACIONES EN ACUARELA DE LAS FLORES "PARNASSIA"

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=WMcbBQGP3WY>

- |                |                 |                 |                  |                  |
|----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|
| 1. Ilustración | 11. Contraste   | 21. Detalles    | 31. Sutileza     | 41. Combinación  |
| 2. Trazos      | 12. Armonía     | 22. Luces       | 32. Creatividad  | 42. Singularidad |
| 3. Líneas      | 13. Equilibrio  | 23. Pinceles    | 33. Flexibilidad | 43. Emociones    |
| 4. Curvas      | 14. Natural     | 24. Tonalidades | 34. Orgánico     | 44. Impacto      |
| 5. Bosquejo    | 15. Plasmar     | 25. Gama        | 35. Ingenio      | 45. Pasión       |
| 6. Relacionar  | 16. Carácter    | 26. Expresión   | 36. Análogo      | 46. Ritmo        |
| 7. Marcar      | 17. Tacto       | 27. Frescura    | 37. Espontáneo   | 47. Simetría     |
| 8. Firmeza     | 18. Profundo    | 28. Lienzo      | 38. Atractivo    | 48. Libertad     |
| 9. Asombro     | 19. Determinado | 29. Composición | 39. Mezcla       | 49. Enfoque      |
| 10. Diferencia | 20. Elementos   | 30. Galería     | 40. Unión        | 50. Recreativo   |

## CONSTRUCCIÓN DE FRASES

1. Bosquejos de fusión de tejidos
-  2. Matices energéticos de movimientos
3. Desarrollo de caracteres enraizados
4. Mezcla de trazos rítmicos
5. Conexión de texturas vivientes
6. Estructuras que emergen vida
-  7. Irradiación de formas orgánicas
8. Fluidez de texturas ambientales
-  9. Trazos que emergen vida
10. Vida a través de huellas orgánicas

-  11. Destellos de corrientes pigmentadas
12. Colores que irradian naturaleza
13. Brotes de naturaleza creativa
-  14. Pigmentos que florecen desde la raíz
15. Galería de tramos lineales
16. La esencia de la naturaleza pigmentada
17. Caracteres enraizados llenos de vigor
-  18. Analogía orgánica de emociones
19. Galería de trazos simétricos
20. Mezcla de marcas orgánicas

## FRASES ELEGIDAS

### IRRADIACIÓN DE FORMAS ORGÁNICAS

Hace énfasis en la difusión de las orquídeas, ya que la especie se expande por medio de sus colores y formas, donde la palabra orgánico expresa a la naturaleza y su personalidad rústica y libre.

### TRAZOS QUE EMERGEN VIDA

Debido a que las orquídeas son una expresión de la naturaleza, la palabra trazos hace referencia a ello. Por otra parte, a través de la misma naturaleza emerge esta especie tan colorida y expresiva, lo que se representa en la palabra vida.

### DESTELLOS DE CORRIENTES PIGMENTADAS

La palabra destellos se representa por el resplandor que brinda la flora en nuestro mundo. Así mismo, de estas especies, las personas pueden apreciar una singularidad de pigmentos, ya que se caracterizan por su corriente de colores.

### PIGMENTOS QUE FLORECEN DESDE LA RAÍZ

Los colores fluyen en las orquídeas, se puede apreciar a través de su crecimiento, ya que emergen colores y formas atrayentes. También es una especie que se debe apreciar y conservar desde la raíz, ya que es la base para su subsistencia.

# CONCEPTOS PRELIMINARES

## CURVAS VARIANTES DE LA NATURALEZA

### ASPECTOS POSITIVOS

- La palabra curvas puede ser graficado por medio de diferentes elementos relacionados con las orquídeas, da mayor versatilidad al diseño.
- La palabra variantes expresa el dinamismo de la temática, por lo que se puede gráficar por medio de los colores.

### ASPECTOS NEGATIVOS

- La frase en general solamente se logra relacionar con la temática, pero no tiene conexión con el cliente y con el grupo objetivo.
- La palabra naturaleza es muy compleja, por lo que puede ser un obstáculo y que lleva a un diseño monótono.

## FUSIÓN DE ONDAS ENRAIZADAS



### ASPECTOS POSITIVOS

- La palabra fusión se puede graficar por medio de los colores, texturas, tramos, doble exposición, elementos que transmitan conexión.
- La palabra ondas representan la iniciativa del proyecto, gráficamente por medio de procesos.
- Enraizada logra crear una conexión sobre lo orgánico del proyecto, la importancia de las raíces en la conservación.
- Crea una unión con la temática, el cliente y el grupo objetivo.

### ASPECTOS NEGATIVOS

- La palabra ondas puede ser un concepto que cause confusión.

## FUSIÓN CREATIVA DE LA NATURALEZA

### ASPECTOS POSITIVOS

- Fusión, como anteriormente se mencionaba, conecta con las características principales de una orquídea y su personalidad.
- La palabra naturaleza transmite gráficamente algo orgánico, por lo que se puede graficar por medio de colores y formas.

### ASPECTOS NEGATIVOS

- La palabra creativa se relaciona más con aspectos artísticos, creando una frase no dirigida hacia el medio ambiente.
- La naturaleza no especifica la temática de las flores, es un concepto general.
- No existe un vínculo con el grupo objetivo, se centra más en la temática.

## TRAZOS QUE EMERGEN VIDA

### ASPECTOS POSITIVOS

- Trazos gráficamente contiene varios elementos. Puede expresarse de maneras diferentes sin caer en un concepto monótono.
- La palabra emerge se relaciona con el cliente y el grupo objetivo, debido a que busca generar interés sobre la temática de las orquídeas.

### ASPECTOS NEGATIVOS

- La palabra vida puede connotar diferentes perspectivas, y gráficamente denota elementos muy puntuales y breves.
- No existe un factor que se enlace completamente con la temática, se percibe un concepto más decorativo y no simbólico.

# PREVALIDACIÓN DEL CONCEPTO

Para la validación del concepto “fusión de ondas enraizadas” se realizó una evaluación en la clase proyecto de grado, que consistía en hacer grupos de 3 integrantes. Era fundamental que nadie tuviera algún conocimiento previo sobre los proyectos, debido a que se buscó analizar la percepción de la frase y su funcionalidad. Posteriormente cada estudiante mencionaba solamente la frase y los otros integrantes profundizaban sobre el concepto. Seguidamente se mencionaba cómo se integraría con el proyecto, y por último, teniendo un mayor conocimiento se intercambiaban críticas constructivas.

Como resultado, el concepto transmitió una personalidad libre, natural y orgánica, creando una vinculación con la temática, el cliente y el grupo objetivo. Desfragmentando la frase la palabra “fusión” transmite mezcla y conexión por lo que se adhiere hacia la personalidad de las orquídeas; la palabra “ondas” refleja movimiento, como lo es la iniciativa del proyecto; y por último la palabra “enraizada” conecta con lo orgánico y el valor de la conservación. Enfatizando en la palabra “ondas”, se genera confusión debido a que para algunos transmite principalmente algo sonoro y no visual, por lo que se desprende del proyecto; por consiguiente, se realizó un desglose de sinónimos y pruebas de redacción para crear una mejor vinculación del concepto con el proyecto.

# PRUEBAS DE REDACCIÓN Y SINÓNIMOS

## CONCEPTO PRELIMINAR: FUSIÓN DE ONDAS ENRAIZADAS

Dado a la selección de sinónimos, en cuestión de redacción no funcionaba, por lo que se desarrolló una serie de pruebas de composición que diera a entender el mensaje de manera eficiente.

### SINÓNIMOS: PALABRA “ONDAS”

- |  |                |
|--|----------------|
| 1. Ondulación  | 16. Impulso    |
| 2. Moldeado  | 17. Tensión    |
| 3. Curvatura   | 18. Agitación  |
| 4. Flexión   | 19. Balance    |
| 5. Ondeo   | 20. Actividad  |
| 6. Surco   | 21. Ángulo     |
| 7. Pliegue   | 22. Giro       |
| 8. Vibración   | 23. Arco       |
| 9. Frecuencia  | 24. Pliegue    |
| 10. Formas   | 25. Flotar     |
| 11. Pliegues   | 26. Dobles     |
| 12. Figuras  | 27. Ligero     |
| 13. Movimiento  | 28. Espontáneo |
| 14. Energía  | 29. Ritmo      |
| 15. Fluidez  | 30. Secuencia  |

### PRUEBAS DE REDACCIÓN

1. Fusión de movimientos enraizados
2. Fusión enraizada de movimientos
3. Movimientos de fusiones enraizadas
4. Movimientos de raíces fusionadas
5. Fusión de raíces en movimiento 
6. Raíces en movimiento fusionadas
7. Enraizamiento de movimientos de fusión
8. Raíces de fusión
9. Raíces fusionadas en movimiento
10. Fluidez de las raíces en fusión
11. Fluidez de fusión de raíces

8.2

FUNDAMENTACIÓN

DEL CONCEPTO



# FUNDAMENTACIÓN

## FUSIÓN DE RAÍCES EN MOVIMIENTO

### FUSIÓN

#### DENOTACIÓN

Según la RAE (2017), la palabra fusión se refiere a una acción y efecto de fundir o moldear. También se describe como la unión de interés o ideas. Puede hablarse de fusión para indicar la reunión de dos o más cosas en una sola.

#### CONNOTACIÓN

Hace referencia a la diversidad de especies que existe dentro de la familia orchidaceae puesto que se caracteriza por su variedad de colores, formas y aromas; la expresión representa la esencia de las orquídeas debido a que cada especie tiene un singular aspecto. Dicha palabra encierra la riqueza que ofrece esta familia por su aspecto visual y atractivo.

#### POSIBILIDADES GRÁFICAS

Puede ser representada por medio de la combinación de colores, elementos que transmitan conexión como texturas y tramos, diferentes efectos dentro de la ilustración o fotografía como doble exposición.

### RAÍCES

#### DENOTACIÓN

Según la RAE (2017), la palabra raíces se refiere a la consolidación y al arraigar. La palabra arraigar se define como proyectar o criar raíces; también se refiere a hacerse muy firme sobre un afecto.

#### CONNOTACIÓN

Transmite lo natural y orgánico del proyecto como la temática de la flora. Las raíces toman diversas formas y texturas, refuerzan la esencia de las orquídeas ya que les permiten florecer. Dicha palabra conceptualmente hace énfasis en la conservación y apreciación de la diversidad de la especie, que es uno de los objetivos principales del orquideario.

#### POSIBILIDADES GRÁFICAS

Elementos orgánicos dado a que se vinculan con la estructura de la familia de las orquídeas desde sus raíces, tallos, hojas y pétalos, elementos que estén relacionados con la naturaleza. La utilización de frases para crear una empatía con el grupo objetivo.

## MOVIMIENTO

### DENOTACIÓN

Según la RAE (2017), menciona que movimiento es la acción y un efecto que se puede manifestar por medio de un desarrollo, propagación y continuidad. Es un estado de fluidez y de estar en relación frecuentemente con la corriente.

### CONNOTACIÓN

Representa la iniciativa del proyecto y cómo el Orquideario se rige a través de diferentes acciones y procesos, debido a que no solo es un espacio para apreciar las especies, consta también del cuidado, de la conservación y de la regeneración. Es una acción que se busca dentro de la comunidad landivariana para que puedan conocer e integrarse.

### POSIBILIDADES GRÁFICAS

Se puede evidenciar a través de la tipografía, el manejo de elementos cursivos y redondos, como el trazo de las ilustraciones evocando flexibilidad y no rigidez; así como indicadores de procesos, como herramientas.

## VINCULACIONES

### TEMÁTICA

El tema de la flora y de las orquídeas es representada por medio de la palabra “fusión” debido a que esta familia se caracteriza por su diversidad de formas, colores y aromas, que gracias a su singularidad y por ser una especie denominada exótica logra ser atractiva visualmente y alcanzando sobresalir dentro de su entorno. La frase conceptual busca proveer la apreciación de la especie, por lo que se desea transmitir la personalidad de las orquídeas.

Crea un vínculo con el grupo objetivo mediante a la interrelación que tiene el ser humano con la naturaleza, debido a que ambos coexisten dentro de un ecosistema y que mutuamente se necesitan.

## CLIENTE

Dado a que el Orquideario es un proyecto que se adentra al mundo de la flora específicamente las orquídeas que habitan dentro de los territorios nacionales, su proyección constituye en diferentes parámetros donde no solo es un establecimiento que pone al alcance del público una muestra de la diversidad de la especie, es un proyecto que surge a través del movimiento de la protección de orquídeas en Guatemala, de manera que trabaja en áreas científicas, educativas y recreativas; por lo que la palabra “movimiento” se relaciona con el cliente debido a que se constituyen en varias acciones.

Uno de los objetivos es incentivar a la comunidad landivariana a que conozcan el Orquideario, que logren informarse y así mismo creando una curiosidad para que sean parte de este movimiento.

## GRUPO OBJETIVO

La palabra “raíces” identifica al grupo objetivo, debido a que la comunidad landivariana es consciente de la situación de los ecosistemas, por lo que tienen una percepción sobre la conservación y como ser parte pasiva o activamente en los movimientos con aspectos ambientales. Las personas son fundamentales para el cuidado y la apreciación de la flora por lo que simbólicamente son parte de la misma raíz, y que en conjunto crecen.

Tiene relación con la temática dado a que las raíces transmiten una personalidad natural y orgánica; que por medio de esa base florece la diversidad de las orquídeas, proporcionando vida.

# 9. CODIFICACIÓN DEL MENSAJE

# COLOR

## FUNCIÓN

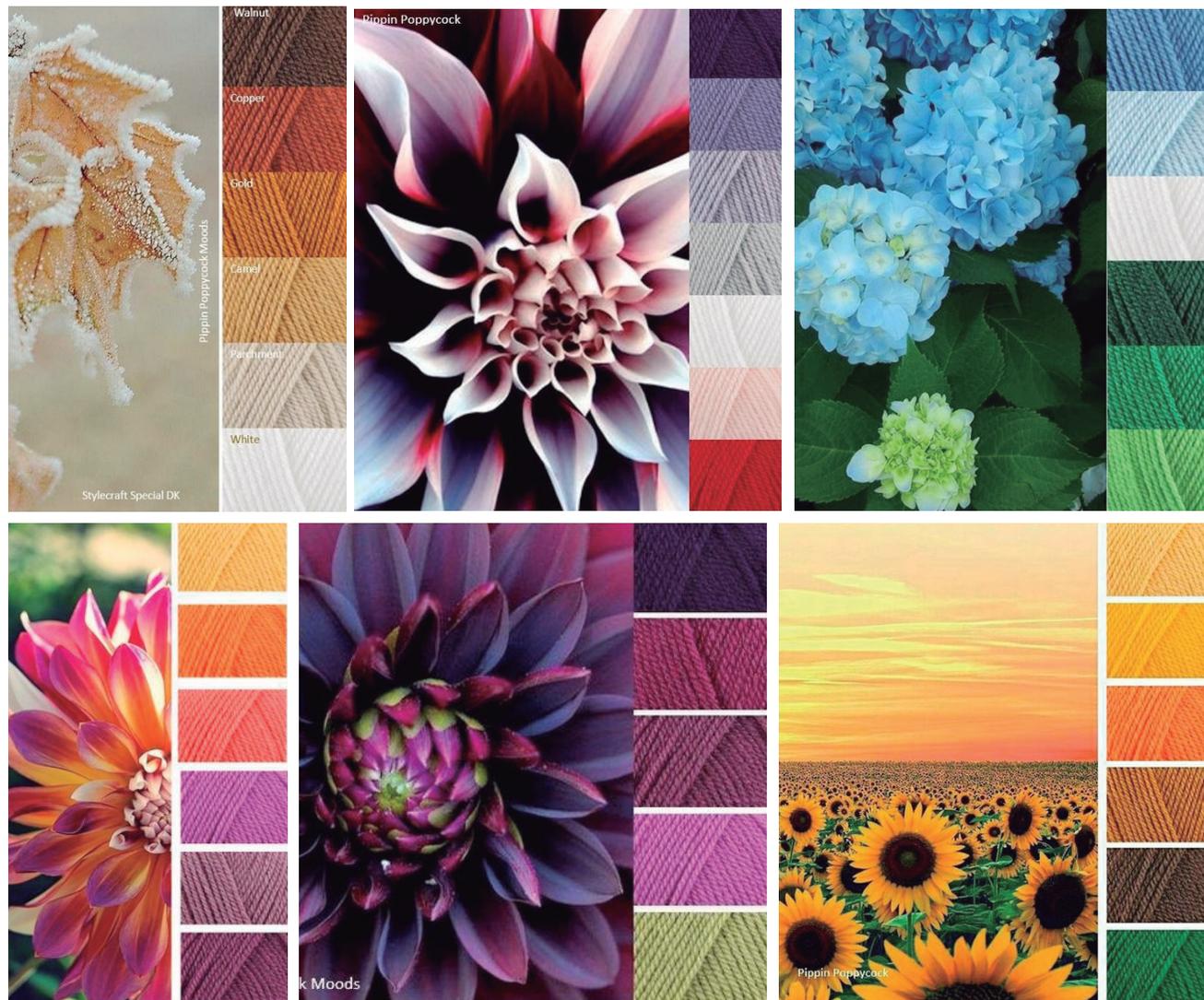
Crear un vínculo y contraste con la temática y el concepto, debe adecuarse al grupo objetivo para lograr generar interés y atracción.

## TECNOLOGÍA

Colores análogos que representan la diversidad de las orquídeas y la naturaleza, así el uso de colores vibrantes que representan a la comunidad landivariana.

## EXPRESIÓN

Sensación energética.



# TIPOGRAFÍA

## FUNCIÓN

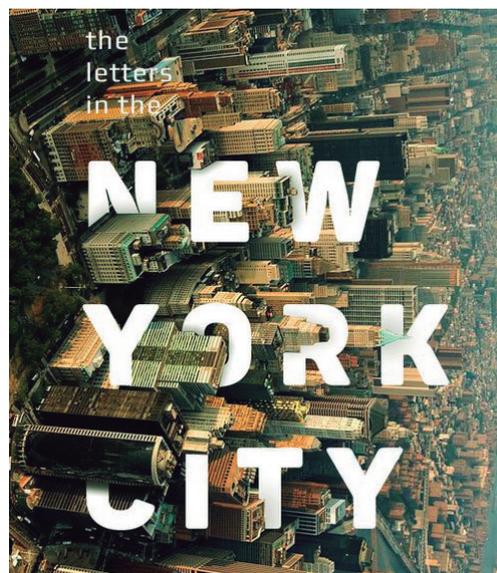
Construir una jerarquía visual para una mejor comprensión, así mismo crear un mayor dinamismo en el diseño.

## TECNOLOGÍA

Uso de familias tipográficas san serif o cursivas. Jerarquías que desarrollen armonía y contraste, y que jueguen con la composición.

## EXPRESIÓN

Sensación de impacto e importancia.



# ILUSTRACIÓN

## FUNCIÓN

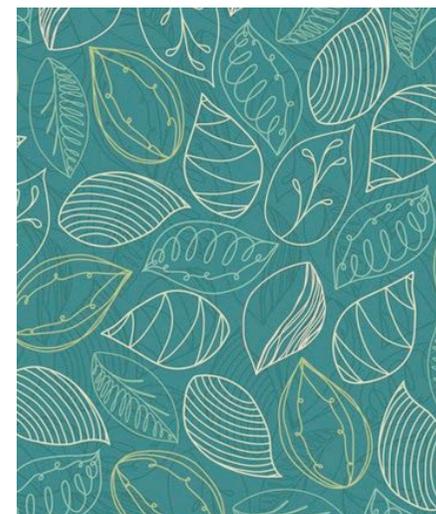
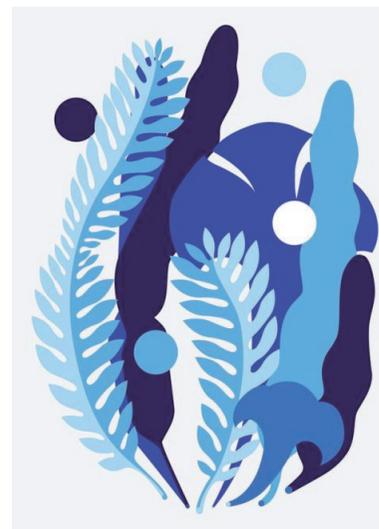
Representar gráficamente a la familia de las orquídeas, seleccionando las especies con mayor reconocimiento, así como algunas especies exóticas para transmitir su diversidad.

## TECNOLOGÍA

Técnicas de ilustración que generen impacto ante el grupo objetivo y que logre vincular con la temática. Técnicas digitales.

## EXPRESIÓN

Sensación de expresividad.



# DIAGRAMACIÓN: EJES Y RETÍCULAS

## FUNCIÓN

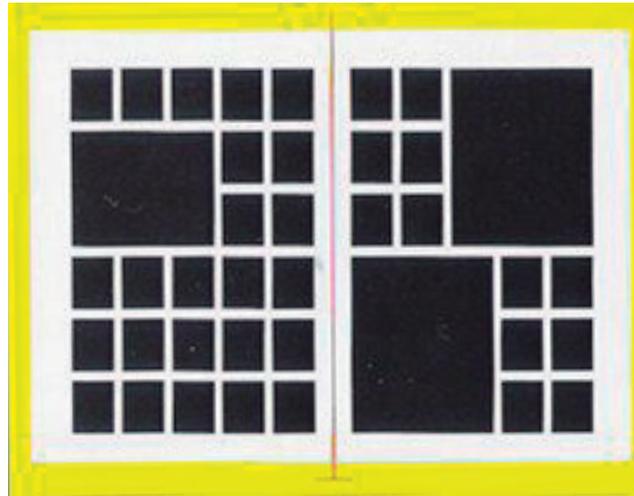
Esquematización de los elementos para generar un orden visual para que el mensaje sea transmitido de manera eficiente; por medio de una retícula y ejes que ayuden a construir niveles jerárquicos.

## TECNOLOGÍA

Retículas que favorecen a construir un ritmo visual, generando una eficiente percepción visual, así como la implementación de ejes verticales y horizontales.

## EXPRESIÓN

Sensación de ritmo y simetría.



# AFICHES

## FUNCIÓN

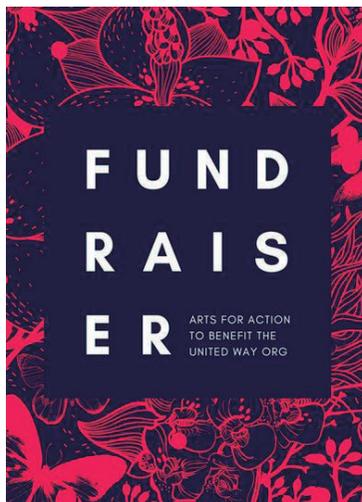
Dar a conocer datos importantes sobre el estado actual de las orquídeas, distribuyendo un acercamiento con la temática y generando mayor curiosidad.

## TECNOLOGÍA

Composiciones estructuradas a través de ejes legibles y unificadas, proporcionando un espacio contrastante, sin mayor saturación de elementos.

## EXPRESIÓN

Sensación de naturaleza.



# MATERIAL INFORMATIVO

## FUNCIÓN

Proporcionar información sobre la proyección del orquideario, incitando al grupo objetivo a tener un mayor acercamiento y avocarse al establecimiento.

## TECNOLOGÍA

Diversidad de formatos adecuados para cada área de información, prácticos para su visualización y atractivos para su conservación.

## EXPRESIÓN

Sensación de dinamismo.



# MATERIAL POP

## FUNCIÓN

Generar un impacto visual ante el grupo objetivo, promoviendo el interés sobre la temática de las orquídeas, y así mismo un mayor reconocimiento sobre el Orquideario Landivariano.

## TECNOLOGÍA

Material ecológico, que sostenga el tema relacionado con el medio ambiente. Tamaño adecuado para su movilización.

## EXPRESIÓN

Sensación orgánica.



# CALENDARIO

## FUNCIÓN

Fortalecer la familiarización con la temática a través de datos informativos para cada mes del año, siendo una pieza indispensable en el área profesional del personal docente y administrativo.

## TECNOLOGÍA

Formato adecuado para una utilización práctica. Composiciones variantes para mayor dinamismo.

## EXPRESIÓN

Sensación de unidad.



# BOTONES

## FUNCIÓN

Gratificar a las personas que hayan sido participes en los espacios de estudio y recreación. También, identificar al personal del orquideario.

## TECNOLOGÍA

Tamaño adecuado para la reproducción, utilización y visualización.

## EXPRESIÓN

Sensación amigable.



# 10. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

# PLANEACIÓN DE MEDIOS

## IDENTIDAD GRÁFICA

MEDIO DE COMUNICACIÓN			MEDIO DE DISTRIBUCIÓN		
PIEZA	SOPORTE	CARÁCTER	LUGAR	TIEMPO	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
<p><b>Logotipo:</b> su finalidad es dar a conocer e identificar al Orquideario Landivariano dentro de las instalaciones de la Universidad Rafael Landívar.</p>	Medio impreso y digital.	Identidad gráfica	Será implementado en los distintos medios de comunicación, como medios digitales y medios impresos.	Indefinido hasta requerir un rediseño.	Por medio de los canales de comunicación implementados.
<p><b>Sello corporativo:</b> identificar al orquideario siendo parte del IARNA, Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad.</p>	Medio impreso	Identidad gráfica	Canales de comunicación, como medios impresos.	Indefinido	Encargada del Orquideario.

## MATERIAL INFORMATIVO Y DIVULGATIVO

MEDIO DE COMUNICACIÓN			MEDIO DE DISTRIBUCIÓN		
PIEZA	SOPORTE	CARÁCTER	LUGAR	TIEMPO	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
<p><b>Monitores y portal:</b> tiene como propósito dar a conocer al establecimiento de manera dinámica, generando curiosidad ante el grupo objetivo.</p>	Medio digital	Material publicitario	<p>Monitores: Se distribuirá alrededor de todo el campus, en los kioscos de los diversos edificios, el M, L, J, H, O, y el TEC. Portal: Página web de la Universidad, el portal docente y estudiantil.</p>	Fechas entre enero, febrero y marzo.	La encargada trasladará el material al área de comunicación de la Universidad.
<p><b>Post de Facebook:</b> está vinculado con los monitores y el portal, debido a que trabajan en conjunto para que el mensaje obtenga mayor alcance.</p>	Medio digital	Material publicitario	Perfil oficial de Facebook de la Universidad Rafael Landívar.	Fechas entre enero, febrero y marzo.	La encargada trasladará el material al área de comunicación de la Universidad.
<p><b>Afiches:</b> el propósito es dar a conocer al Orquideario Landivariano e informar sobre el estado actual de las orquídeas.</p>	Medio impreso	Material informativo y publicitario	Se distribuirá alrededor de todo el campus, en los diversos edificios, como en el M, L, J, H, O, Q, TEC.	Tres meses: febrero, marzo y abril.	El personal del orquideario se encargará de distribuir dicho material.

## MATERIAL INFORMATIVO Y DIVULGATIVO

MEDIO DE COMUNICACIÓN			MEDIO DE DISTRIBUCIÓN		
PIEZA	SOPORTE	CARÁCTER	LUGAR	TIEMPO	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
<p><b>Brochure:</b> dar a conocer la proyección del Orquideario, cuales son las áreas a los que se dedican.</p>	Medio impreso y digital	Material informativo	Medio impreso: áreas que más concurre el g.o como centros de información, así como el laboratorio del orquideario y las oficinas del IARNA. En conjunto con el POP. Medio digital: e-mail.	Todos los meses del año para futuros conocedores.	El personal del Orquideario se encargará de distribuirlo, y así mismo se comunicará con el IARNA para distribuirlo en su área. Los e-mails serán enviados a través de la mensajería electrónica de la universidad (urlmail@url.edu.gt).
<p><b>Boletín informativo:</b> dar a conocer los espacios de estudio y recreación, e incentivar la participación.</p>	Medio impreso y digital	Material informativo	Medio impreso: áreas que más concurre el g.o como centros de información, así como el laboratorio del orquideario y las oficinas del IARNA. En conjunto con el POP. Medio digital: e-mail.	Todos los meses del año para futuros conocedores.	El personal del Orquideario se encargará de distribuirlo, y así mismo se comunicará con el IARNA para distribuirlo en su área. Los e-mails serán enviados a través de la mensajería electrónica de la universidad (urlmail@url.edu.gt).

## MATERIAL PROMOCIONAL

MEDIO DE COMUNICACIÓN			MEDIO DE DISTRIBUCIÓN		
PIEZA	SOPORTE	CARÁCTER	LUGAR	TIEMPO	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
<p><b>Calendario:</b> para dar a conocer y fortalecer la familiarización del personal docente y administrativo con la temática del orquideario.</p>	Medio impreso	Material promocional	Facultades de la Universidad Rafael Landívar, como las áreas administrativas que lo conforman.	Año 2019 - entrega enero	El personal administrativo del Orquideario se encargará de proporcionarlo al IARNA, para proceder a su distribución a las diversas áreas de docencia y administración.
<p><b>Botones:</b> reconocimiento para las personas que asistan a los espacios de estudio y recreación, fortaleciendo la familiarización. Dar a conocer al orquideario a través de su uso e interacción.</p>	Medio impreso	Material promocional	En las instalaciones del orquideario, laboratorio de biotecnología.	Indefinido	La encargada de los espacios de estudio y de recreación, se encargará de entregarlo a las personas que asistan a dichas actividades.

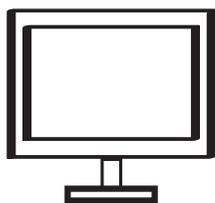
## MATERIAL PROMOCIONAL

MEDIO DE COMUNICACIÓN			MEDIO DE DISTRIBUCIÓN		
PIEZA	SOPORTE	CARÁCTER	LUGAR	TIEMPO	A TRAVÉS DE QUIÉN O CÓMO
<p><b>Material POP - Stand:</b> la finalidad es generar interés y curiosidad, creando mayor acercamiento con la comunidad landivariana y, así mismo, proporcionando información a través del brochure y boletín informativo.</p>	Medio impreso	Material promocional e informativo	<p>Será implementado en puntos estratégicos donde el grupo objetivo interactúe constantemente, como la cafetería central, los primeros niveles de los edificios M, L y J. También en el área externa del laboratorio de biotecnología ubicado cerca del edificio el TEC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4 al 8 de febrero.</li> <li>- Abril: Expo Landívar.</li> <li>- Septiembre: semana científica.</li> <li>- Distintas ferias que se realizan dentro de la Universidad.</li> </ul>	El personal del orquideario se encargará de la movilidad de la pieza POP.

# FASES ESTRATÉGICAS

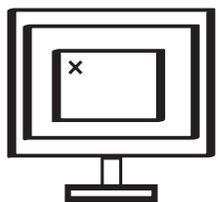
## FASE 1 - EXPECTATIVA

Esta fase tiene como propósito introducir al Orquideario Landivariano, por medio de una publicidad promocional dirigida a la comunidad landivariana dentro de las instalaciones. Será implementado por medios digitales que tengan mayor interacción con el grupo objetivo.



### MONITORES

Se implementará como expectación una serie de publicaciones dentro de las instalaciones de la universidad en los diversos kioscos que abarca los edificios M, L, J, H, O y el TEC, con la finalidad de un acercamiento al orquideario. También se busca generar curiosidad e interés ante el grupo objetivo a través de un impacto visual sobre flora.



### PORTAL

Dicha pieza trabajará en conjunto con las publicaciones en los monitores, debido a que poseen el mismo propósito y el mismo contenido. Se implementarán las últimas dos semanas de enero, donde se manejará 4 publicaciones,

distribuidas cada 3 o 2 días, para generar mayor dinamismo.

La primera semana de febrero se publicará un mensaje de revelación que conecta y consolida las cuatro anteriores.



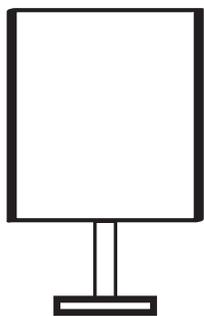
### POST DE FACEBOOK

Debido a que se pretende que la fase de expectativa obtenga mayor alcance ante la comunidad y que el reconocimiento del establecimiento sea eficaz, se estableció como canal de comunicación el perfil de Facebook de la Universidad, ya que los usuarios interactúan constantemente con dicha red social.

Los 5 post se publicarán en los mismos tiempos que se efectuará en los monitores y el portal, integrando un sexto post que se vincula con la fase de revelación.

## FASE 2 - REVELACIÓN

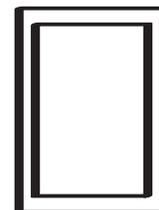
El propósito es dar a conocer e informar al grupo objetivo sobre la proyección del Orquideario Landivariano y los diversos programas con los que cuenta, a través de un material informativo y divulgativo. Se pretende crear un acercamiento sobre la temática e incentivar la participación en los espacios de estudio y recreación.



### MATERIAL POP - STAND

Se implementará posteriormente a la fase de expectación, donde será distribuido en puntos estratégicos que son frecuentados por la comunidad landivariana, como la cafetería central, los primeros niveles de los edificios M, L, J y el TEC. Dicho material tendrá un mayor acercamiento con el grupo objetivo, donde busca generar un impacto visual y así dar a conocer la proyección del orquideario, donde se manejará en conjunto con el material informativo como el brochure y el boletín informativo.

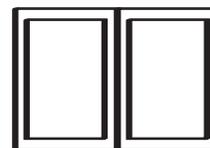
El material es reutilizable para distintas ocasiones como la semana científica, la Expo Landívar y las distintas ferias que se realizan dentro de la Universidad campus central.



### AFICHES

Se efectuará al mismo tiempo en que el material POP será exhibido, el cual tiene como funcionalidad dar a conocer datos interesantes sobre temática, así como frases relacionadas con la conservación y apreciación de las orquídeas, generando empatía e interés.

Posteriormente de implementar los afiches en los tiempos establecidos y en los diversos edificios, se integrarán en la cartelera verde del IARNA que se ubica en el segundo nivel del edificio M, para que el grupo objetivo pueda apreciar en conjunto las 4 propuestas.



### BROCHURE

Brindar mayor información sobre el trabajo que realiza el orquideario dentro de las instalaciones de la universidad, para que el grupo objetivo obtenga una mayor percepción. Dicho material se manejará indefinidamente, para presentes y futuras generaciones.



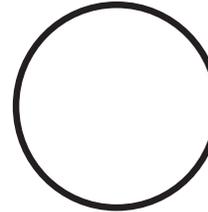
### BOLETÍN INFORMATIVO

Su funcionalidad es informar e incentivar a las personas para que sean parte de los espacios de estudio y de recreación que ofrece el Orquideario Landivariano, para un mayor acercamiento sobre la conservación y la apreciación de dicha especie.

El brochure y el boletín se proporcionará de manera impresa y digital por medio de e-mails a través de la mensajería electrónica de la universidad, para que la información esté al alcance y presentemente constante en la mente del grupo objetivo.

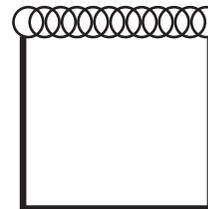
## FASE 3 - MANTENIMIENTO

Tiene como propósito estar presente en la mente de la comunidad landivariana, para afianzar la familiarización con el orquideario. Será implementado a través de materiales promocionales para que el grupo objetivo pueda interactuar con ellos constantemente.



### BOTONES

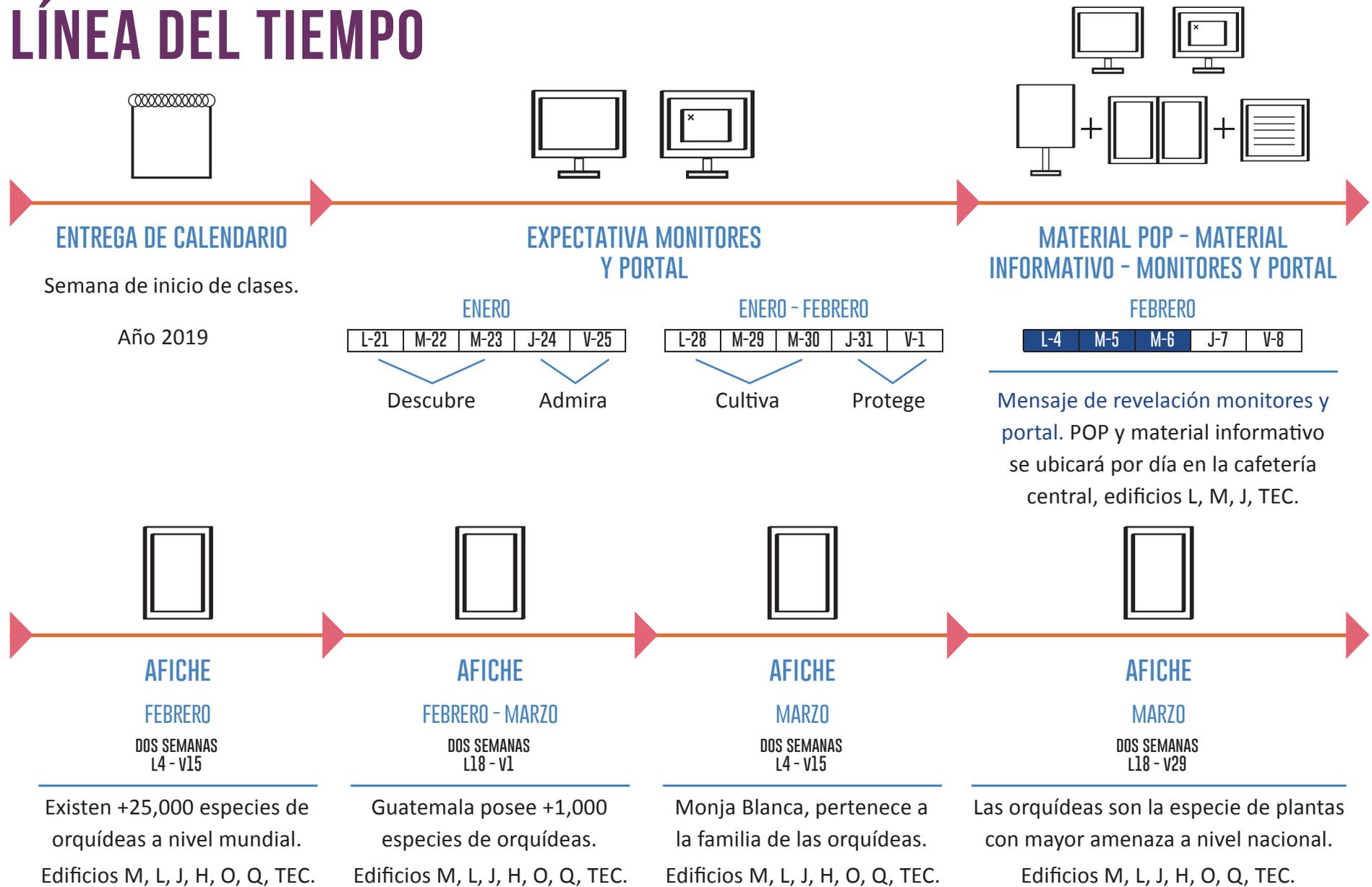
La interacción de los botones dentro de la comunidad landivariana favorecerá el reconocimiento del Orquideario Landivariano, debido a que el uso que le proporcione cada persona, puede llamar la atención de otras. Serán entregados a las personas que asistan a los espacios de estudio y de recreación, como reconocimiento de su participación.

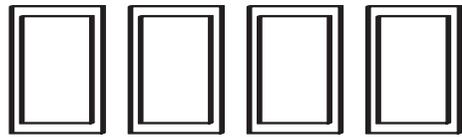


### CALENDARIO

Consiste en un material promocional que se le entregará al personal docente y administrativo, para fortalecer la familiarización con la temática, debido a que pretende ser un medio informativo, en el que se exponga datos relevantes sobre el estado de las orquídeas.

# LÍNEA DEL TIEMPO





## AFICHE

ABRIL

TRES SEMANAS  
L1 - V19

Implementación de los 4 afiches en las vitrinas del IARNA, ubicado en el segundo nivel del edificio M.

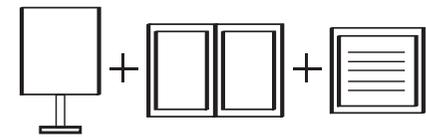


## BOLETÍN INFORMATIVO - MONITORES Y PORTAL

ABRIL

L-15 M-16 M-17 J-18 V-19 L-22 M-23 M-24 J-25 V-26

Información sobre los espacios de estudio y recreación. Enlace que envía al usuario a la página web Info IARNA - Orquideario Landivariano.



## MATERIAL POP - MATERIAL INFORMATIVO

ABRIL

SÁBADO 20

Expo Landívar.

SEPTIEMBRE

1 SEMANA  
L23 - V27

Semana científica.



## EXPECTATIVA POST DE FACEBOOK

ENERO

L-21 M-22 M-23 J-24 V-25

Descubre

Admira

ENERO - FEBRERO

L-28 M-29 M-30 J-31 V-1

Cultiva

Protege

FEBRERO

L-4 M-5 M-6 J-7 V-8

Revelación: Visita el Orquideario Landivariano.

Revelación: Participa en los espacios de estudio y de recreación.

# PROYECCIÓN FINANCIERA

El Orquideario Landivariano no cuenta con un presupuesto fijo y establecido, ya que depende del apoyo financiera de la Institución de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad – IARNA. La encargada del establecimiento al momento de plantearse este proyecto, se llegó a la conclusión que es un medio para proporcionarle mayor importancia al orquideario dentro de las instalaciones de la Universidad Rafael Landívar, por lo que se estimó aproximadamente una cantidad de Q13,000.00.

Como proyección financiera se desarrolló una tabla de porcentajes, en la cual se detalla la división de los costos para la reproducción e implementación de las piezas propuestas.

Material informativo y divulgativo Afiches - Brochure - Boletín informativo	30%
Material promocional Stand - Botones - Calendario	65%
Identidad gráfica Sello corporativo	5%

# 11.

# BOCETAJE

PARA DEFINIR LA  
PROPUESTA PRELIMINAR

# DESARROLLO DEL PROCESO DE BOCETAJE

El proceso de bocetaje se llevó a cabo a través de 3 etapas. La primera fue el desarrollo del diseño de logotipo para la identidad y el reconocimiento del orquideario. En la segunda se elaboró una propuesta inicial de un material informativo donde se realizó una evaluación de la imagen y su funcionalidad. Por último en la tercera etapa, se llegó al proceso de bocetaje de la propuesta preliminar del material informativo y divulgativo, que comprende la necesidad y los objetivos.

## ETAPA 1 - IDENTIDAD GRÁFICA, LOGOTIPO

- Elementos
- Tipografía
- Composición

## ETAPA 2 - PROPUESTA 1

- Catálogo del Orquideario Landivariano

## ETAPA 3 - PROPUESTA 2

- Línea gráfica
  - Paleta de color
  - Ilustración
    - > Orquídeas
    - > Elementos de la naturaleza
    - > Composiciones
  - Tipografía
- Piezas gráficas
  - Publicaciones de expectativa
  - Afiches
  - Brochure
  - Boletín informativo
  - Calendario
  - Botones
  - POP

# ICONOGRAFÍA

Para comprender el proceso de bocetaje, se desarrolló una serie de íconos. Con la finalidad de identificar diversos parámetros que ayudan a la toma de decisiones para el diseño preliminar; a continuación se puede observar los íconos que se implementaron.



BOCETAJE MANUAL



BOCETAJE DIGITAL



ANOTACIONES



REFERENCIAS



PROPUESTA SELECCIONADA



PROPUESTA DESCARTADA



PROPUESTA PRELIMINAR

PROCESO DE BOCETAJE  
**IDENTIDAD GRÁFICA**  
**LOGOTIPO**

# LOGOTIPO

Se inició con el diseño del logotipo, ya que el orquideario no contaba con una identidad gráfica concreta, por ello no lograba darse a conocer y familiarizarse con la comunidad landivariana.



## REFERENCIAS

Se recopilaron fotografías de diversas orquídeas, con la finalidad de apreciar las principales características que las distingue de otras especies. Por ser una familia de una amplia variación de formas y colores, se observó que la simetría que manejan en lados opuestos es un factor que predomina debido a que no es común dentro de la flora.



Las formas complejas de sus pétalos son otro factor diferenciador. Se logra observar una silueta perfecta, creando una sensación de delicadeza.



## BOCETAJE MANUAL

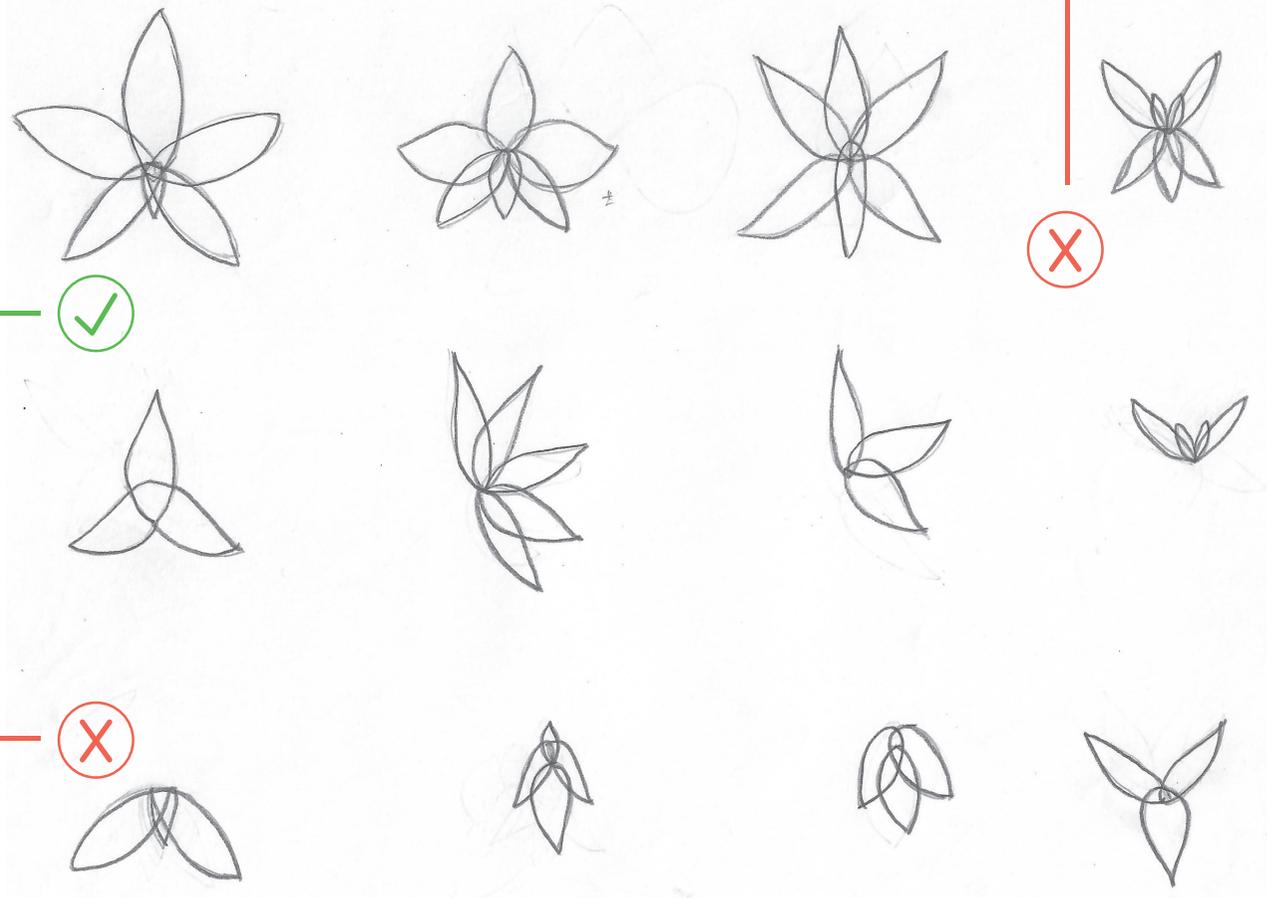


Se exploraron diversas figuras de orquídeas que tuvieran relación con la representación simbólica de la especie y que lograra conectar con el concepto.

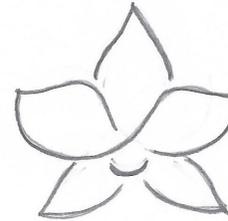
Expresa una sensación de movimiento, crea dinamismo en la conexión de los pétalos.

La figura es excesivamente abstracta, su representación se percibe confusa.

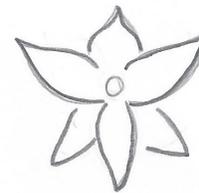
Se asimiló a una mariposa o a un insecto, por lo que la representación puede transmitir fauna y no flora.



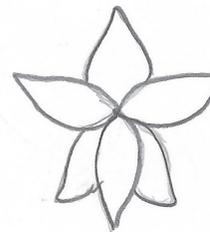
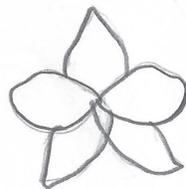
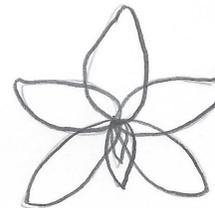
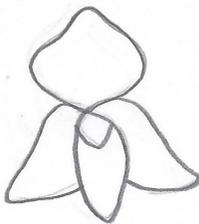
La forma del centro puede representar infinito o bien un reloj de arena, y las siluetas de lados puede interpretarse como alas.

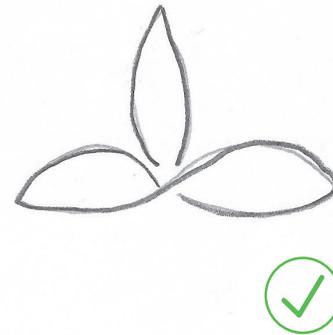
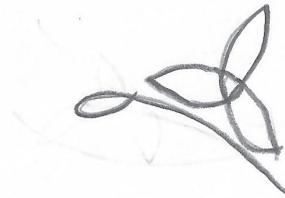
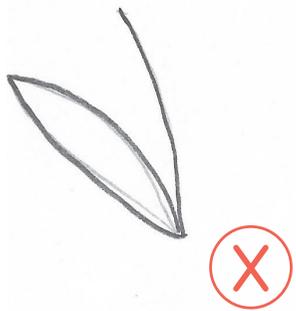


Da la sensación de fluidez, donde a pesar de que ningún trazo se conecte, la interpretación de la orquídea es clara.

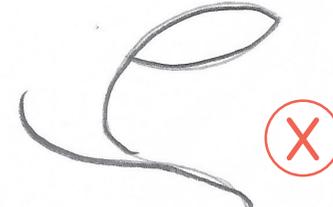
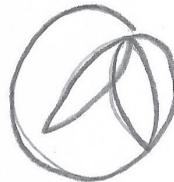
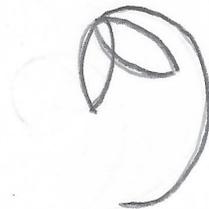
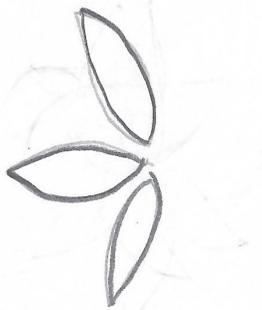


Se percibe muy orgánica para ser una identidad institucional, no logra connotar con las siluetas de las orquídeas.

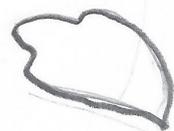
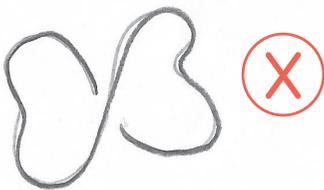




Está compuesta por la simetría de las orquídeas, donde los pétalos de ambos lados se conectan y el pétalo superior interpreta equilibrio.

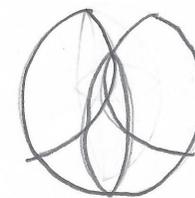
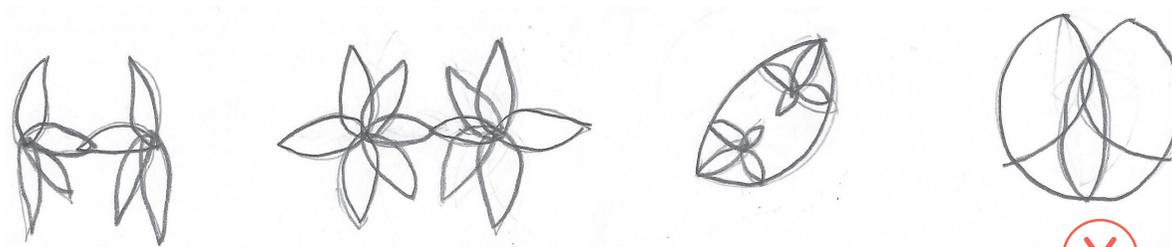


Representan partes de las orquídeas, como el tallo y las hojas, pero no representa la orquídea como tal.



Transmite una parte de la orquídea, generando una conexión entre los pétalos y una inclinación dinámica y no convencional.

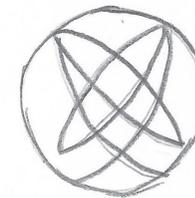




Puede representar un vitral, por lo que no logra conectar con la temática de las orquídeas.



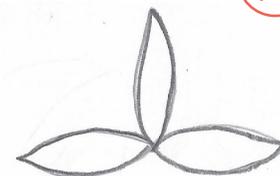
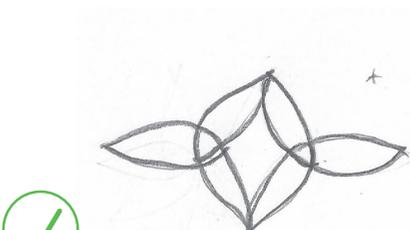
Representa un ciclo como la fluidez de la flora y su crecimiento, donde se abstrae una parte de la orquídea.



La abstracción de una orquídea es confusa, no se logra percibir armonía y contraste.

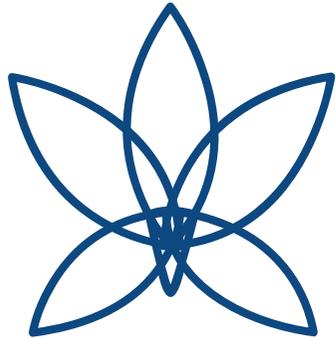


Se logra conectar con la diversidad de orquídeas, cómo la composición juega con la simetría y la conexión de dos especies.

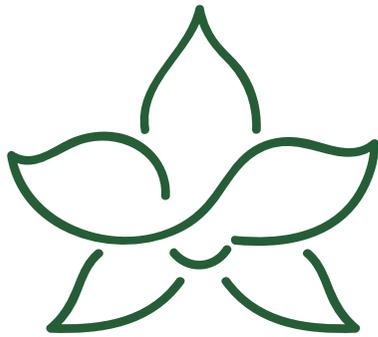
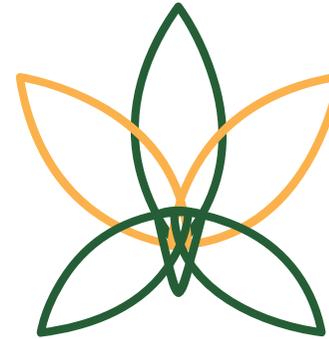
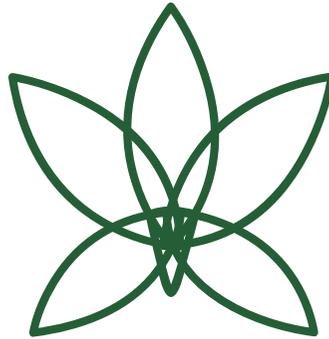




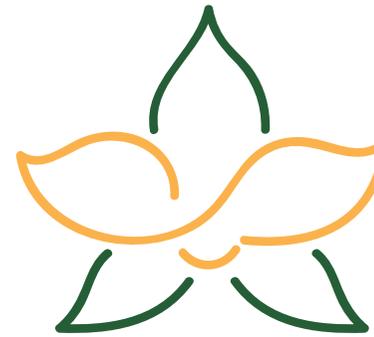
## BOCETAJE DIGITAL

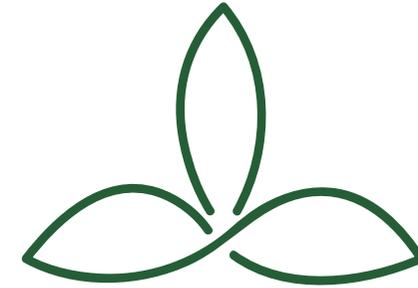
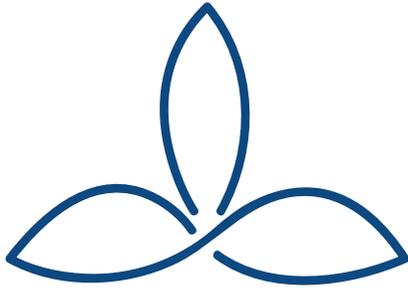


El logotipo no tiene una construcción adecuado, por lo que al momento de la conexión de las partes de las orquídeas en el centro, se percibe confusa y no legible.



No se logra interpretar legiblemente la figura de la orquídea, por lo que el trazo de los pétalos y el centro no crean una unificación adecuada, se percibe aislamiento.





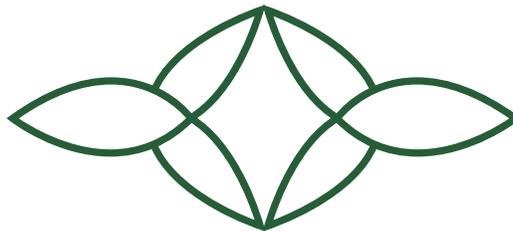
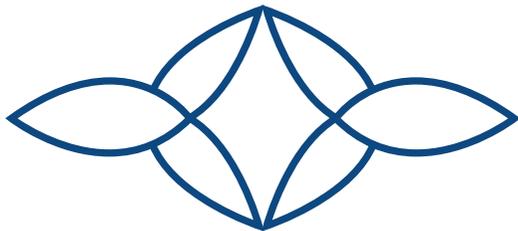
La representación de la orquídea visualmente se conecta con la Monja Blanca, flor nacional de Guatemala, por lo que transmite movimiento y fluidez.



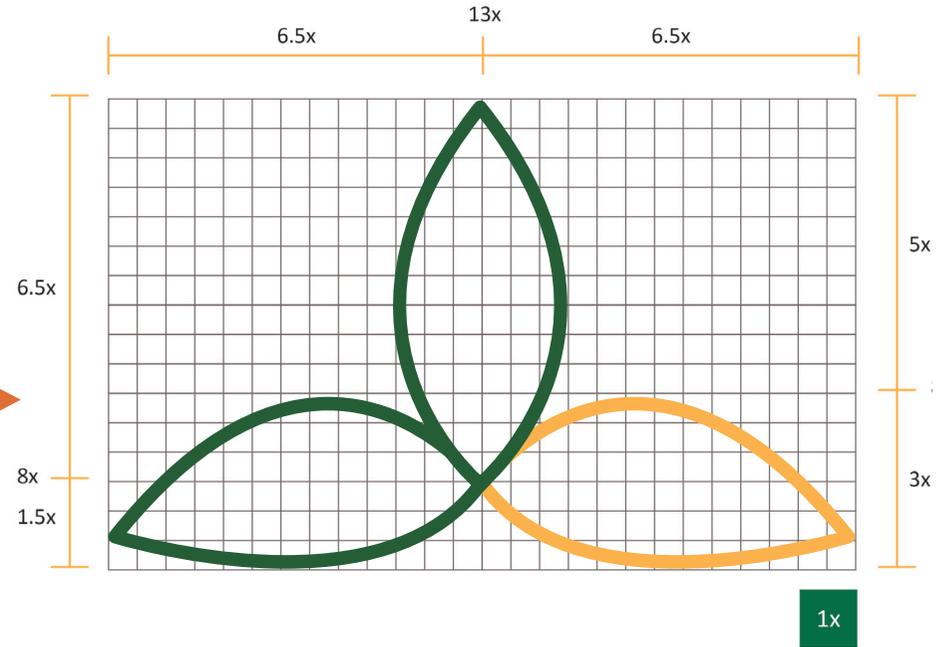
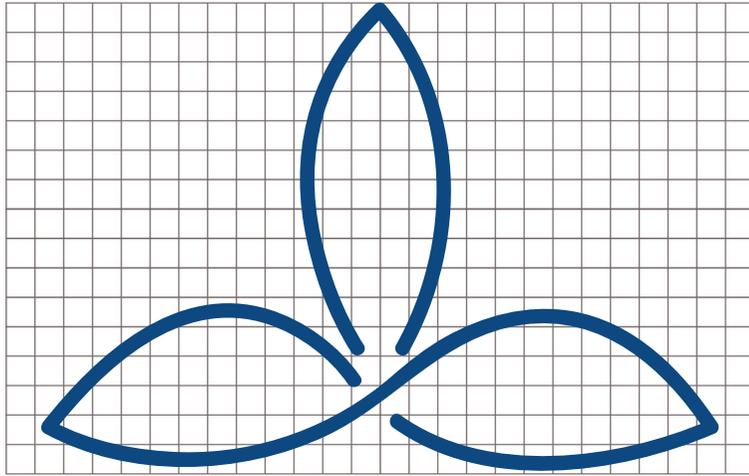
Puede connotar alas, por lo que la interpretación de las orquídeas no se logra vincular con la abstracción, la inclinación no connota la simetría de las orquídeas.



Siendo una entidad institucional la imagen de una orquídea debe de ser concisa y directa, por lo que el manejo de la abstracción es muy complejo para su interpretación.



A primera vista la interpretación puede ser confusa debido a la inclinación de las orquídeas y su composición, es difícil de familiarizarse con el símbolo.



La figura inicial no poseía una estructura adecuada, se evidencia la falta de unidad entre los elementos como el trazo de los pétalos inferiores y el pétalo superior. Además, el pétalo superior se percibe aislado de la composición. No genera una conexión con el concepto, en el que se desea transmitir fusión y unidad.



Se optó por desarrollar una propuesta que lograra representar las orquídeas y que se percibiera como una entidad institucional. La construcción se percibe con mayor armonía, creando una simetría en lados opuestos. En tanto al manejo del color, el azul genera integridad con la Universidad Rafael Landívar, pero el Orquideario Landivariano forma parte esencial de la proyección del IARNA, por lo que debe guardar relación con dicho instituto.

## SELECCIÓN TIPOGRÁFICA



Tomando en cuenta que forma parte de una entidad institucional, se exploran fuentes tipografías que generen una unificación con el logotipo del IARNA, transmitiendo legibilidad y formalidad.

**iarna**

Instituto de investigación y proyección  
sobre ambiente natural y sociedad

### SERAVEK

**ORQUIDEARIO**

**ORQUIDEARIO**

**ORQUIDEARIO**



La tipografía con remates curvilíneas como se puede apreciar en la letra Q, puede evocar informalidad. No transmite la importancia que se le debe de proporcionar un establecimiento con fines ambientales.

### ROBOTO

**ORQUIDEARIO**

**ORQUIDEARIO**



Logra destacar de las otras tipografías, evocando firmeza y legibilidad, creando un contrastar con el manejo del trazo y la composición del isotipo. Es una tipografía formal y moderna.

### SOURCE SANS PRO

**ORQUIDEARIO**

**ORQUIDEARIO**

**ORQUIDEARIO**



Se logra percibir estirado, por lo que no es funcional dado a la estructura que maneja; la tipografía ancha no guarda relación con el isotipo, de tal manera que no crea un contraste.

## COMPOSICIÓN

En la construcción del logotipo se generó una serie de composiciones donde existirá equilibrio, contraste y legibilidad, ya que se busca representar una entidad formal y que logre ser memorable para el grupo objetivo.



Existe una armonía en la composición debido a la jerarquía que se maneja, donde la palabra Orquideario se presenta como primer plano respecto a tipografía y la palabra Landivariano complementa la entidad.



No logra una unificación equilibrada, donde el isotipo se percibe al aire y no obtiene el tamaño y el espacio adecuado para su representación y familiarización; el isotipo debe manejarse como primer plano.



## PROPUESTA PRELIMINAR



# ORQUIDEARIO LANDIVARIANO

Con base en el proceso de bocetaje, se logró determinar el logotipo como identidad gráfica, donde se evidencio la importancia del manejo de los colores institucionales del IARNA como lo es el verde y el amarillo, y así mismo logra connotar a las orquídeas, gracias al manejo del isotipo. Cabe mencionar que el Orquideario Landivariano es parte de la proyección sobre el cuidado de la naturaleza, donde debe de existir un contraste y balance entre las dos entidades.

PROCESO DE BOCETAJE  
**PROPUESTA 1**  
MATERIAL INFORMATIVO

# CATÁLOGO

Se realizó inicialmente como material informativo el catálogo de especies, ya que uno de los objetivos del orquideario es dar a conocer más sobre la temática y la diversidad que brinda la familia orchidaceae en Guatemala.



## REFERENCIAS



El manejo del diseño del catálogo debe de ser atractivo y agradable para el grupo objetivo, por lo que debe existir un contraste en la composición, como se puede observar en la imagen.

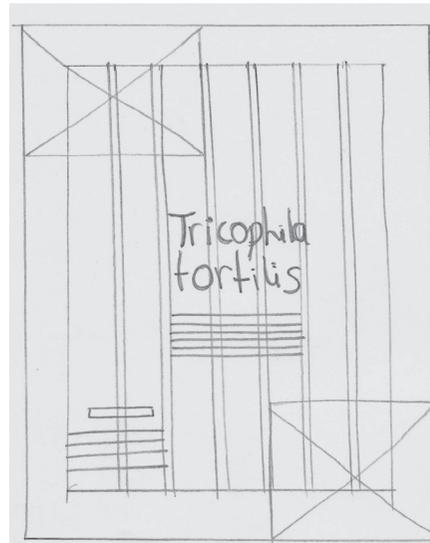


La versatilidad de la tipografía en titulares y subtítulos, como las dimensiones de las fotografías o ilustraciones pueden generar una composición fuera de lo convencional, logrando incentivar al g.o a utilizar el material.

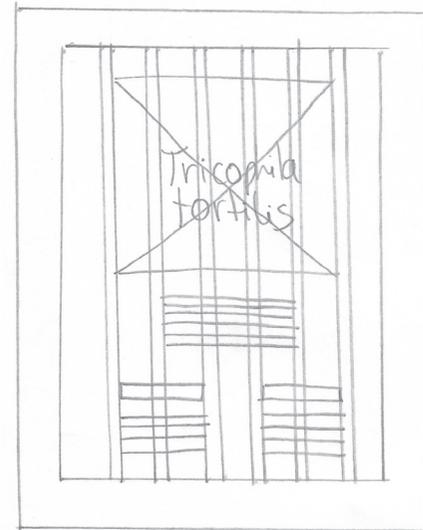


## BOCETAJE MANUAL

Se realizaron diversas propuestas de retículas para obtener una amplia variedad de composiciones, que brinden una mejor visualización sobre la distribución del contenido, creando una línea gráfica legible y atractiva para el grupo objetivo.

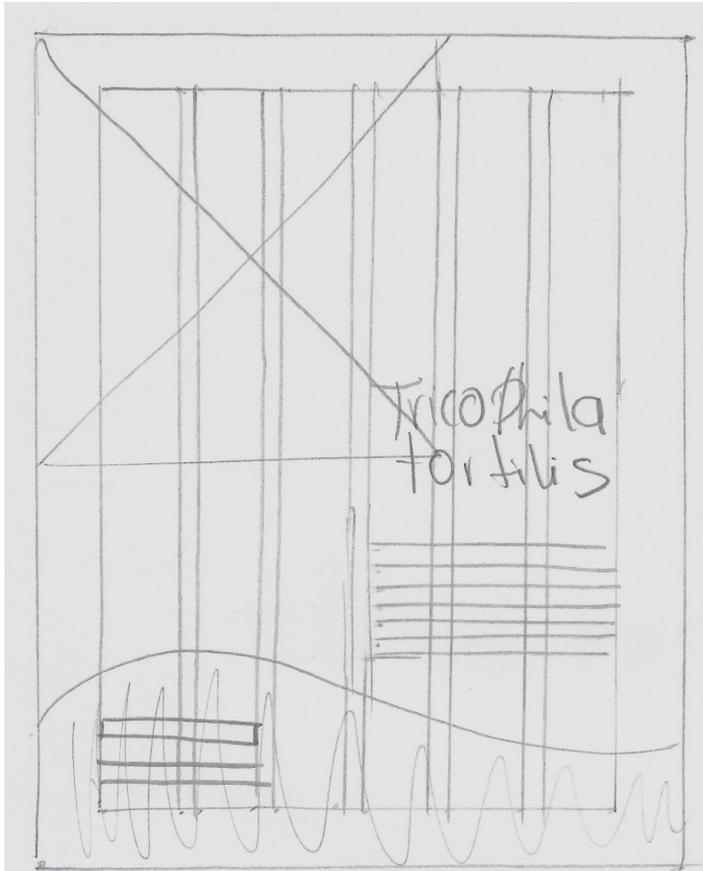


La primera propuesta se manejó a través de 7 columnas, donde genera mayor dinamismo dentro de la composición.

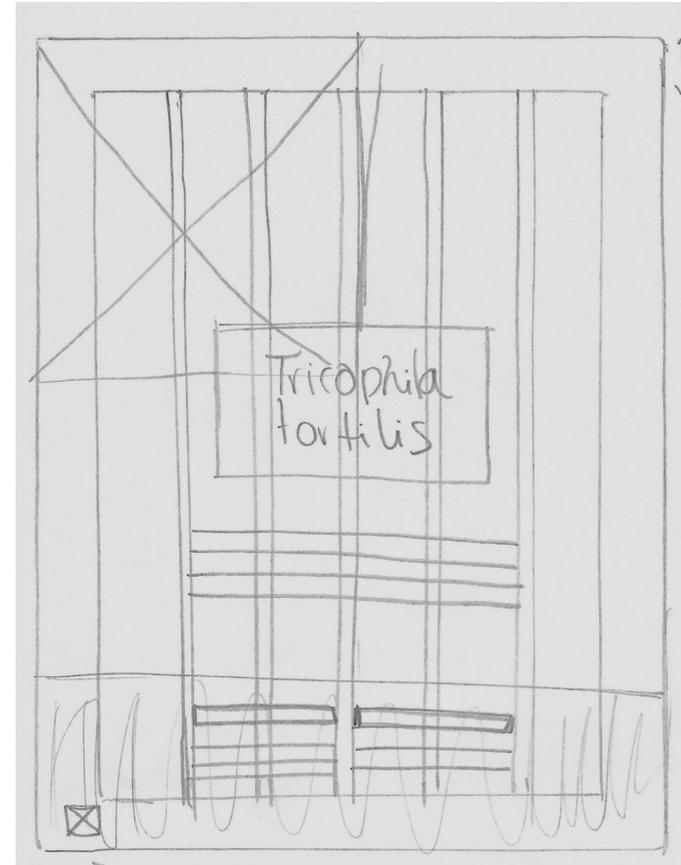


Retícula de 7 columnas; existe una jerarquía visual, logrando una mejor comprensión del contenido.

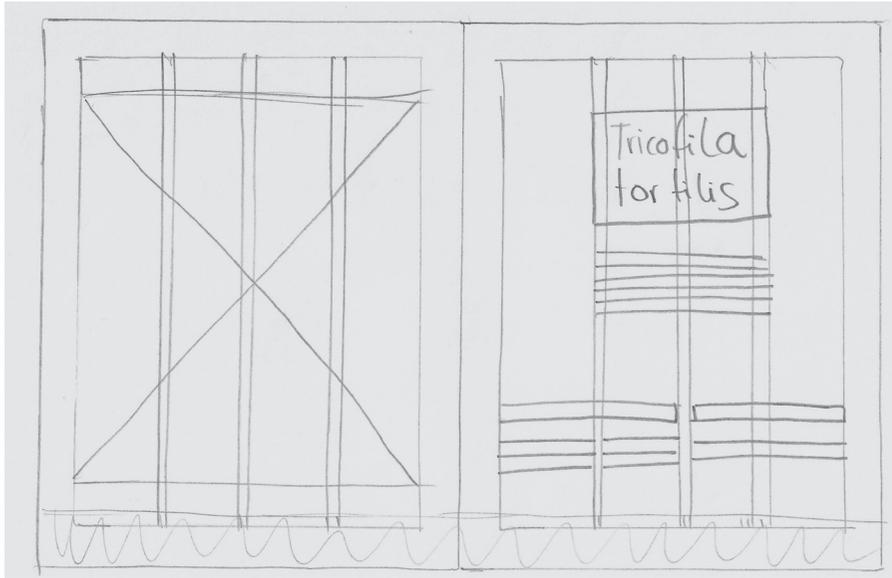




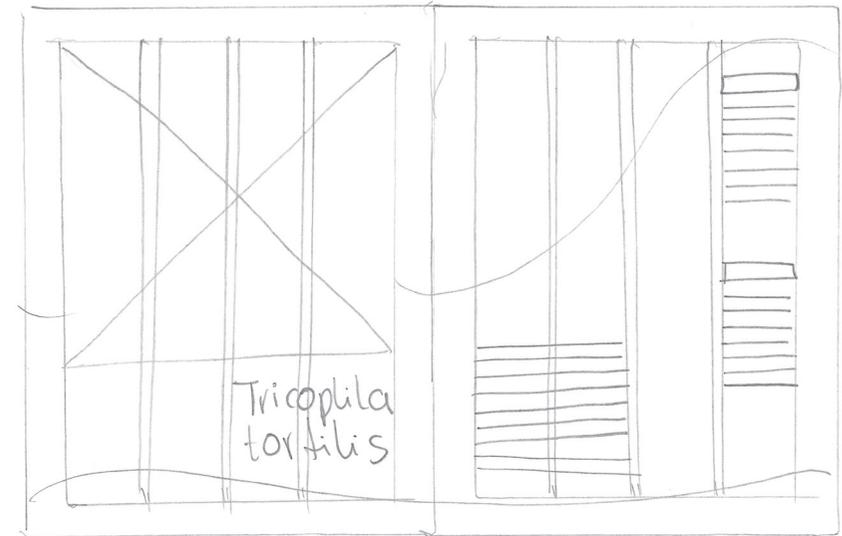
Retícula de 6 columnas. Se propuso una distribución del contenido de manera que no se percibiera rígido, jerarquizando la información de manera fluida.



La distribución de la información se logra visualizar a través de jerarquías tipográficas, donde se diferencia la información secundaria en otro espaciado.



Se planteó la idea de presentar cada especie de orquídea abarcando dos páginas o un pliego, donde se pueda visualizar con mayor legibilidad el contenido, en el que se puede apreciar mejor los rasgos de la especie expuesta.

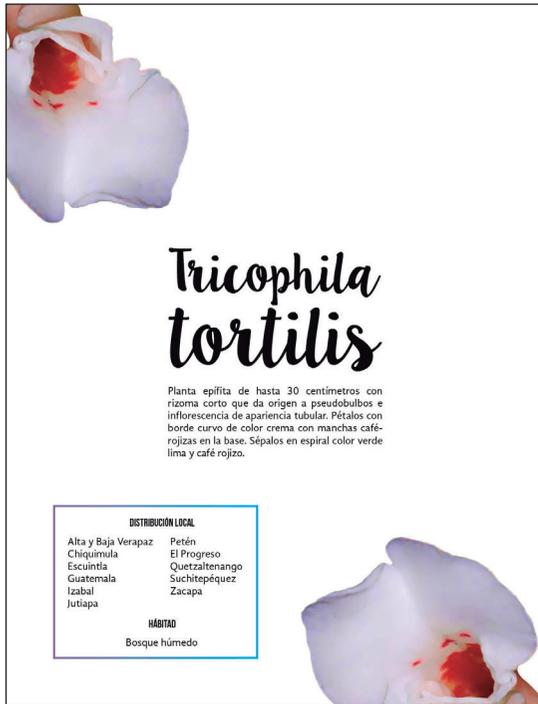


La idea es poder representar y apreciar la orquídea en un espacio más amplio logrando visualizar mejor los detalles de cada especie, y aportar un mayor conocimiento al grupo objetivo.

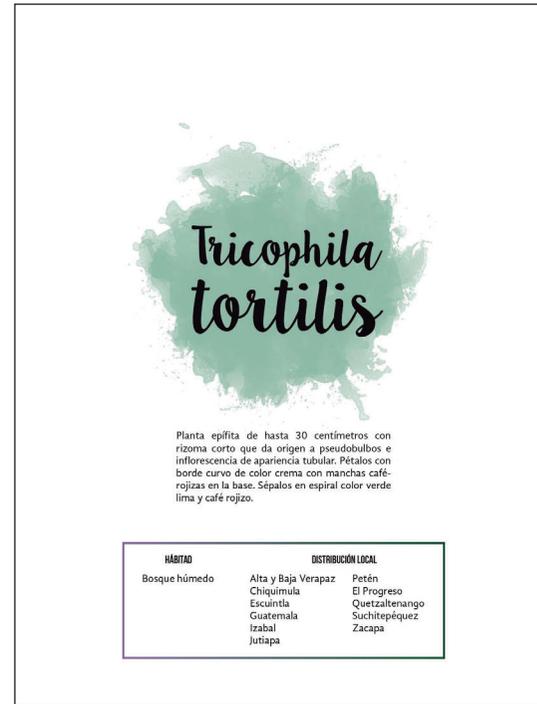


## BOCETAJE DIGITAL

Se desarrolló una serie de propuestas digitales a base de las retículas establecidas con anterioridad para poder visualizar sus posibles variaciones, poder definir una propuesta que conecte con el concepto y transmitir el contenido eficazmente.



No existe una jerarquía visual por lo que no se percibe una lectura ordenada; la especie de orquídea no se logra apreciar en su totalidad.



Existen jerarquías tipográficas, pero no existe un elemento que se vincule con la especie que se está representando, el contenido es confuso.





Se buscaba generar una composición que diera a conocer la especie, donde la orquídea tuviera mayor protagonismo para poder apreciar mejor su estructura y sus características.

**TRICHOCENTRUM  
cavendishianum**

Planta epífita que alcanza 1.5 m de longitud o más. Pseudobulbo de menos de 2 cm que da origen a una hoja solitaria, larga, carnosa con terminación en punta. Su nombre común "oreja de burro" describe la apariencia de sus hojas. Inflorescencia larga, vistosa, con flores amarillas o verde-amarillas, con puntos café chocolate o café rojizo. Flores con fragancia.

**BARKERIA  
skinneri**

Planta epífita que asciende erecta hasta una altura de 50 cms. Hojas elípticas-lanceoladas, carnosas. Inflorescencia con pocas o varias flores fucsia o rosado púrpura, de pétalos y sépalos delicados. Labelo con tres quillas amarillas que se engrosan hacia la base.

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**  
Guatemala  
Sacatepéquez  
Chimaltenango

**HÁBITAD**  
Bosque húmedo  
de pino-encino

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**  
Alta Verapaz  
Guatemala  
Huehuetenango

Jutiapa  
Jalapa  
Santa Rosa

**HÁBITAD**  
Bosques húmedos,  
prefiere cipreses. Altitudes 1500 a  
1700 mts.

2

3



Se añadieron variaciones de gradientes por lo que evoca la fusión y la diversidad, pero el manejo de la composición es rígida y monótona.

**TRICHOCENTRUM  
cavendishianum**

Planta epífita que alcanza 1.5 m de longitud o más. Pseudobulbo de menos de 2 cm que da origen a una hoja solitaria, larga, carnosa con terminación en punta.

Su nombre común "oreja de burro" describe la apariencia de sus hojas.

Inflorescencia larga, vistosa, con flores amarillas o verde-amarillas, con puntos café chocolate o café rojizo.

Flores con fragancia.

**BARKERIA  
skinneri**

Planta epífita que asciende erecta hasta una altura de 50 cms.

Hojas elípticas-lanceoladas, carnosas.

Inflorescencia con pocas o varias flores fucsia o rosado púrpura, de pétalos y sépalos delicados.

Labelo con tres quillas amarillas que se engrosan hacia la base.

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**  
Guatemala  
Sacatepéquez  
Chimaltenango

**HÁBITAD**  
Bosque húmedo  
de pino-encino

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**  
Alta Verapaz  
Guatemala  
Huehuetenango

Jutiapa  
Jalapa  
Santa Rosa

**HÁBITAD**  
Bosques húmedos, Altitudes 1500  
prefiere cipreses. a 1700 mts.

2

3



Las orquídeas en proporción tienen mayor jerarquía, y se presentan de manera fluida, pero no existe una unión para reforzar el concepto.



El trazo inferior en las orquídeas denota fluidez, pero no crea una conexión con la línea gráfica, por lo que no se unifica.



Se optó por el manejo de fotografías que no pierdan el detalle de la especie, pero el tratamiento del contenido competía con la imagen.





**TRICHOCENTRUM**  
*cavendishianum*

Planta epífita que alcanza 1.5 m de longitud o más.

Pseudobulbo de menos de 2 cm que da origen a una hoja solitaria, larga, carnosa con terminación en punta.

Su nombre común "oreja de burro" describe la apariencia de sus hojas.

Inflorescencia larga, vistosa, con flores amarillas o verde-amarillas, con puntos café chocolate o café rojizo.

Flores con fragancia.

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**

Guatemala  
Sacatepéquez  
Chimaltenango

**HÁBITAD**

Bosque húmedo  
de pino-encino

2 Universidad Rafael Landívar IARNA 3

El contenido de la especie se distribuye en dos páginas, el manejo del contenido se percibe rígido sin una atracción visual.




**TRICHOCENTRUM**  
*cavendishianum*

Planta epífita que alcanza 1.5 m de longitud o más.

Pseudobulbo de menos de 2 cm que da origen a una hoja solitaria, larga, carnosa con terminación en punta.

Su nombre común "oreja de burro" describe la apariencia de sus hojas.

Inflorescencia larga, vistosa, con flores amarillas o verde-amarillas, con puntos café chocolate o café rojizo.

Flores con fragancia.

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**

Guatemala  
Sacatepéquez  
Chimaltenango

**HÁBITAD**

Bosque húmedo  
de pino-encino

2 Universidad Rafael Landívar IARNA 3

Se implementó un recuadro para la distribución de la información, el cual se observa aislado de la línea gráfica.





A raíz del análisis del bocetaje principal, se llegó a la conclusión que no lograba ser una propuesta funcional porque se generaba un desorden visual y el manejo del contenido no lograba integrarse. Por ello, se generó una propuesta más amigable con el grupo objetivo y la temática.

## TRICOPHILA *tortilis*

Planta epífita de hasta 30 centímetros con rizoma corto que da origen a pseudobulbos e inflorescencia de apariencia tubular.

Pétalos con borde curvo de color crema con manchas café-rojizas en la base. Sépalos en espiral color verde lima y café rojizo.

DISTRIBUCIÓN LOCAL	HÁBITAD
Alta y Baja Verapaz Petén Chiquimula El Progreso Escuintla Quetzaltenango Guatemala Suchitepéquez Izabal Zacapa Jutiapa	Bosque húmedo

6 Universidad Rafael Landívar IARMA 7

## GUARIANTHE *aurantiaca*

Planta epífita con pseudobulbos alargados, erguidos de hasta 35 cms de largo que terminan en una o dos hojas coriáceas.

La inflorescencia es un racimo simple que desarrolla entre 3 y 11 flores, generalmente de color anaranjado, aunque puede tener tonos amarillos y rojos.

DISTRIBUCIÓN LOCAL	HÁBITAD
Baja Verapaz Retalhuleu Escuintla Sacatepéquez Huehuetenango Santa Rosa El Progreso Suchitepéquez Quetzaltenango	Bosques húmedos. Especialmente en encinos y árboles de sombra en plantaciones de café.

4 Universidad Rafael Landívar IARMA 5



Se proporcionó un tratamiento ilustrativo y no fotográfico a cada especie, debido a que las ilustraciones proporcionan mayor consistencia en tanto a la relación con el grupo objetivo y generan una atracción visual.

El tratamiento del contenido y su distribución otorga mayor legibilidad, jerarquizando la información de manera clara.

La integración de los gradientes le proporcionó un mejor tratamiento, donde no abarque un porcentaje alto dentro de la composición, y pueda generar contraste y armonía con los otros elementos. La combinación de colores son tonalidades más claras y tenues al concepto.



## ONCIDIUM *leucochilum*

Planta epífita de hasta 3 metros de altura con pseudobulbos grandes (5-13 cm), ovoides y con hendiduras longitudinales.

Una o dos hojas largas, angostas y de terminación aguda que salen del pseudobulbo.

Inflorescencia larga con flores pequeñas de color blanco-rojizo o rosado, sépalos color verde claro con puntos café rojizo. Pétalo inferior o labelo blanco (de donde obtiene su nombre), ocasionalmente con tonos rosados o amarillos.

DISTRIBUCIÓN LOCAL		HÁBITAD
Baja Verapaz,	Huehuetenango	Bosques deciduos húmedos Bosques secos Hasta 2,000 msnm.
Chimaltenango	Quiché	
Chiquimula	San Marcos	
Escuintla	Santa Rosa	
Guatemala	Zacapa	

10 Universidad Rafael Landívar

HABIA 11



Se implementó un fondo en las ilustraciones utilizando elementos naturales como ramas, el tallo de las orquídeas y hojas, pero presentan un desorden visual y no logra contrasta con la técnica ilustrativas de las orquídeas.



## TRICOPHILA *tortilis*

Planta epífita de 7 a 35 cm con pseudobulbos ovoides y alargados de los que emergen hojas alargadas y angostas.

Inflorescencia de racimo simple con muchas flores pequeñas amarillas o verdes con pétalos y sépalos carnosos.

DISTRIBUCIÓN LOCAL		HÁBITAD
Alta y Baja Verapaz	Quetzaltenango	Bosques secos Bosques húmedos Pantanos Elevaciones entre 200-3,000 msnm
Chimaltenango	Retalhuleu	
Chiquimula	Sacatepéquez	
Escuintla	San Marcos	
Guatemala	Santa Rosa	
Huehuetenango	Sololá	
Jalapa	Suchitepéquez,	
Jutiapa	Zacapa	
Quiché		

12 Universidad Rafael Landívar

HABIA 13



El manejo del contenido de hábitat y distribución local no presenta un tratamiento adecuado, por lo que su información puede pasar desapercibida.



Se realizaron cambios sobre el diseño previo, ya que se consideró que debería de tener un mayor tratamiento en tanto a composición, distribución y cambios gráficos, que generen dinamismo y contraste.

**ONCIDIUM leucochilum**

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**

Baja Verapaz, Chimaltenango, Chiquimula, Escuintla, Guatemala	Huehuetenango, Quiché, San Marcos, Santa Rosa, Zacapa
---	---

**HÁBITAT**

Bosques deciduos húmedos y secos, hasta 2,000 msnm.

Planta epífita de hasta 3 metros de altura con pseudobulbos grandes (5-13 cm), ovoideos y con hendiduras longitudinales.

Una o dos hojas largas, angostas y de terminación aguda que salen del pseudobulbo.

Inflorescencia larga con flores pequeñas de color blanco-rojizo o rosado, sépalos color verde claro con puntos café rojizo. Pétalo inferior o labio blanco (de donde obtiene su nombre), ocasionalmente con tonos rosados o amarillos.

4 Universidad Rafael Landívar IARNA 5

**TRICHOCENTRUM cavendishianum**

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**

Guatemala, Sacatepéquez, Chimaltenango	Bosque húmedo de pino-encino
--	------------------------------

**HÁBITAT**

Su nombre común "oreja de burro" describe la apariencia de sus hojas.

Planta epífita que alcanza 1.5 m de longitud o más.

Pseudobulbo de menos de 2 cm que da origen a una hoja solitaria, larga, carnosa con terminación en punta.

Inflorescencia larga, vistosa, con flores amarillas o verde-amarillas, con puntos café chocolate o café rojizo. Flores con fragancia.

4 Universidad Rafael Landívar IARNA 5



Se consideró que los nombres de las especies deberían tener mayor peso visual, el cual se manejó dentro de un marco, reforzando el concepto de movimiento y fusión.



Las ilustraciones obtienen mayor protagonismo por lo que se percibe eficientemente las partes fundamentales que lo conforman.



Dado a que la línea gráfica no lograba transmitir la versatilidad de las orquídeas, donde se percibía una línea gráfica no convencional y poco agradable para el grupo objetivo, se desarrolló otra propuesta el cual logra destacar el contenido del catálogo.



La tipografía logra integrarse, la fuente cursiva logra representar un mecanismo de fluidez y una sensación orgánica que se asocia con las orquídeas, brinda una integración con los elementos.

# Trichocentrum cavendishianum

**DISTRIBUCIÓN LOCAL**

**HÁBITAT**

Bosques húmedos de pino-encino.

8 Universidad Rafael Landívar

Su nombre común **oreja de burro** describe la apariencia de sus hojas.

Planta epífita que alcanza 1.5 m de longitud o más.

Pseudobulbo de menos de 2 cm que da origen a una hoja solitaria, larga, carnosa con terminación en punta.

Inflorescencia larga, vistosa, con flores amarillas o verde-amarillas, con puntos café chocolate o café rojizo. Flores con fragancia.

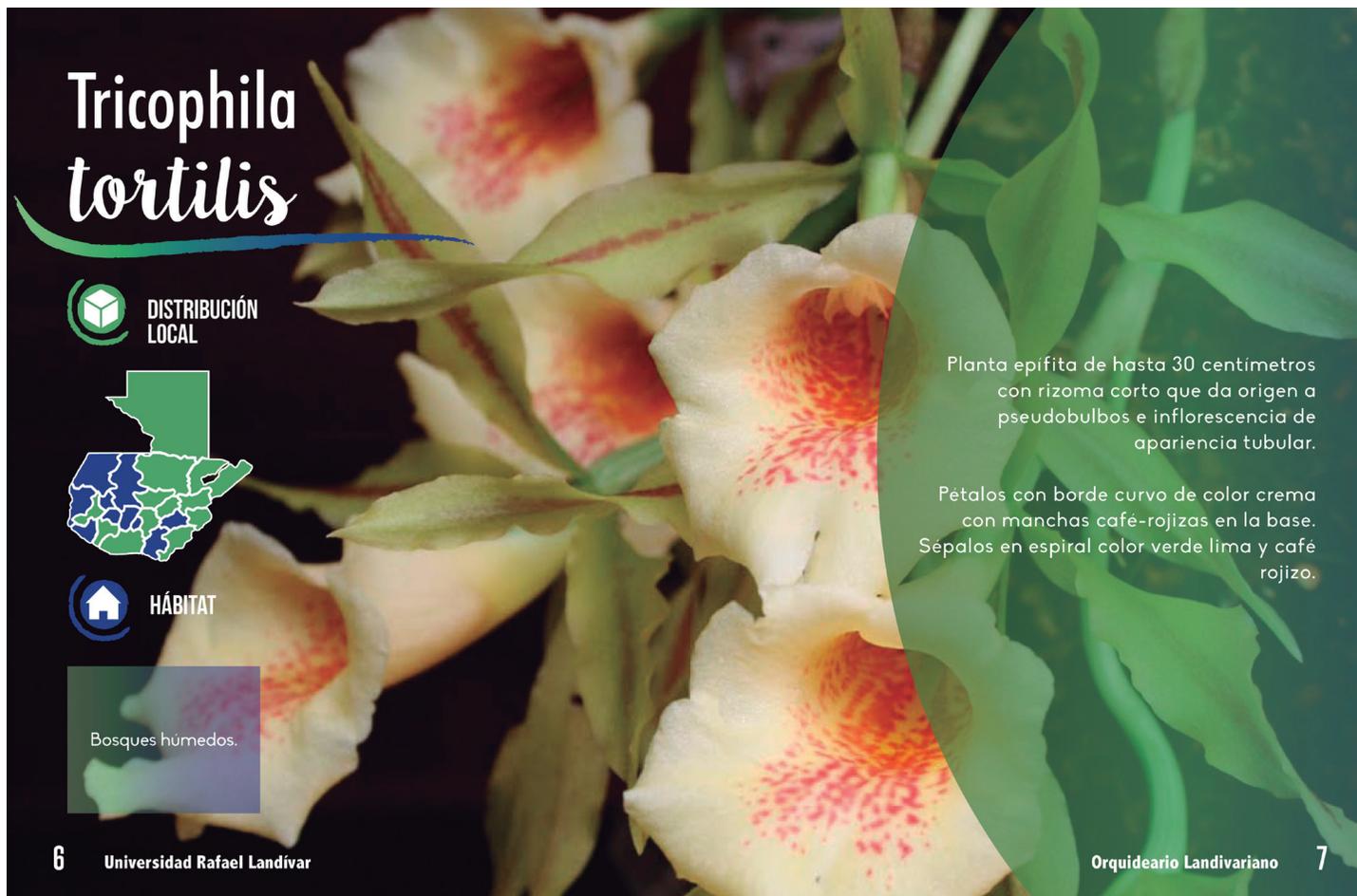
Orquideario Landivariano 9



La diagramación y su estructura producen mayor contraste, equilibrio entre los elementos gráficos, y se percibe legibilidad.



La combinación de colores tiene un mejor tratamiento visual para generar contraste y limpieza visual dentro del formato.



La iconografía beneficia la importancia del contenido. Se generó un mapa donde se encuentra la distribución de cada especie dentro de Guatemala.



Las ilustraciones perdían el detalle de las orquídeas. En un catálogo es imprescindible poder visualizar la estructura y los elementos de una especie, por lo que las integraciones de fotografías ayudan a resaltar rasgos muy específicos.



## PROPUESTA PRELIMINAR



Se eligió una propuesta dinámica y atractiva visualmente, donde se puede observar la diversidad de especies que ofrece la familia de las orquídeas. Cada especie logra sobresalir dentro de su propio espacio, para poder observar legiblemente sus características; debido a que el material es para la comunidad landivariana, este debe de verse atractivo para su ejecución.

PROCESO DE BOCETAJE  
**PROPUESTA 2**  
MATERIAL INFORMATIVO Y DIVULGATIVO

# PROCESO DE BOCETAJE PROPUESTA PRELIMINAR

A partir de la propuesta del catálogo, se evaluó su funcionalidad, por lo que su única función es ser un material informativo. En este no existía un planteamiento adecuado sobre la problemática real del proyecto como lo es dar a conocer al Orquideario Landivariano dentro de la Universidad Rafael Landívar e implementar materiales gráficos adecuados para su reconocimiento y el alcance hacia el grupo objetivo. Por esto, la implementación del catálogo solamente estaba vinculado con la página web del IARNA, donde el usuario podría descargarlo y apreciar su contenido. Además, tomando en cuenta que un mínimo porcentaje de la comunidad landivariana se familiariza con el orquideario y reconozcan la existencia de un instituto que se ubica dentro de los parámetros del cuidado del medio ambiente como lo es el IARNA, el alcance del material no era eficiente, debido a que era poco probable que ingresaran a la plataforma web.

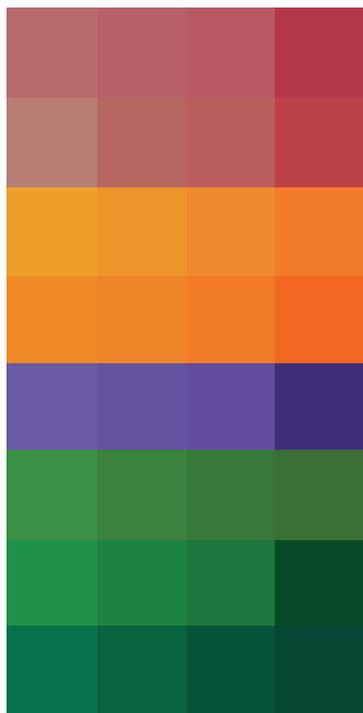
Con base en lo anterior, se optó por implementar otros materiales y una línea gráfica que lograra hacer énfasis ante la necesidad y crear un vínculo con el grupo objetivo. Desarrollar un diseño con mayor dinamismo sobre la temática, causando un impacto visual.

# PALETA DE COLOR

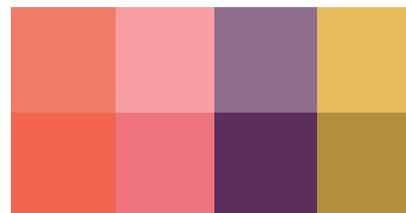
## PROPUESTA 1



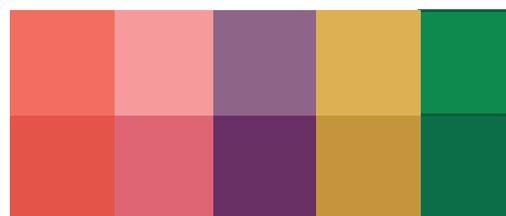
Se implementaron 3 diversas paletas de color en la parte de bocetaje del estilo ilustrativo para poder visualizar el valor que brinda dentro de la línea gráfica. Se descartaron debido a que no contrastaban, generando saturación entre las composiciones, y además se perciben monótonas.



La paleta de color es muy amplia, por lo que puede generar saturación dentro de la línea gráfica.



No genera contraste, las tonalidades no son fieles a los colores de las orquídeas, por lo que su interpretación no puede ser la adecuada.



El manejo de las tonalidades no son las contrastantes.

# TIPOGRAFÍA



Para la elección tipografía se buscó crear contraste con la ilustración, proporcionando una personalidad amigable para el grupo objetivo, y que lograra transmitir el mensaje visualmente llamativo.

*Beautiful Bloom*

*Pristine Script*

*Brownhill Script*



Se descartaron las fuentes tipográficas cursivas debido a que el mensaje que se desea transmitir es de importancia, por lo que en la tipografía restaba la visualización del mensaje, haciendo mayor énfasis en las ilustraciones.

A través del bocetaje se puede observar la implementación de fuentes tipografías, para evaluar su funcionalidad tanto gráfica como significativamente para transmitir el mensaje.

**GOBOLD THIN**

**TRY ANGUS**



**NORWESTER**

La tipografía aporta a transmitir un tono de voz amigable para la comunidad landivariana. Destaca sobre las otras fuentes debido a que su estructura no es rígida, de lo contrario es flexible y moderno.

# ILUSTRACIÓN



## REFERENCIAS

Fotografías de diversas especies de orquídeas.



PHALAENOPSIS



STELIS CILIARIS



ONCIDIUM LEUCOCHILUM



GUARIANTHE AURANTIACA



LYCASTE VIRGINALIS



BARKERIA SKINNERI



CYPRIPEDIUM IRAPEANUM



ROSSIOGLOSSUM GRANDE

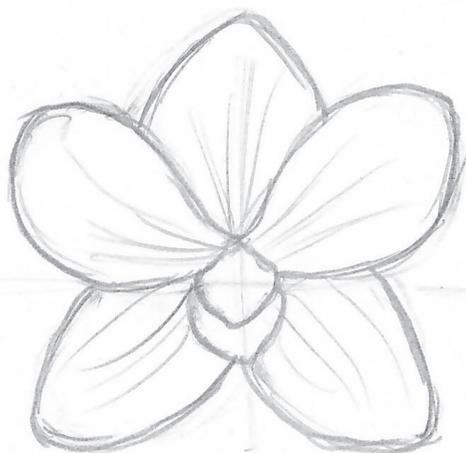


PABSTIA JUGOSA

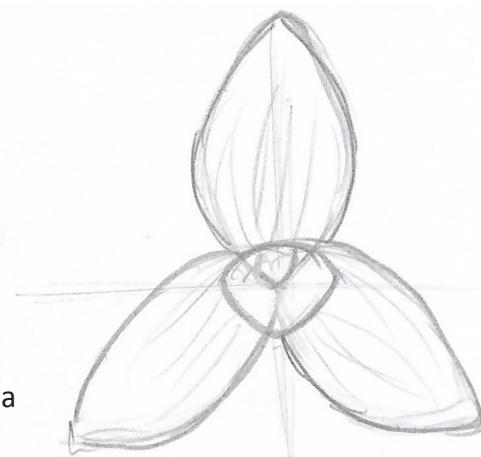


## BOCETAJE MANUAL

Se exploraron diversas especies de orquídeas ya que varían en formas y colores. Se puede observar que a pesar de ser especies diferentes contienen rasgos distintivos que las hacen únicas.



Es una de las figuras más representativas de las orquídeas, porque es una de las especies que se reproducen comúnmente.

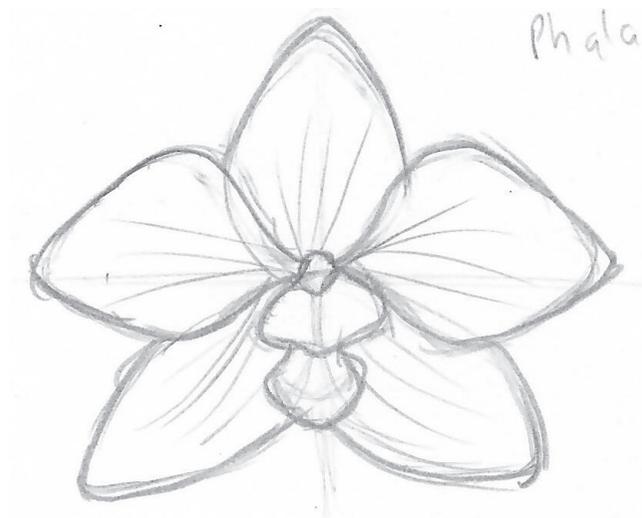


La representación de la orquídea puede ser confusa para el g.o.



Conecta con la diversidad de la familia orchidaceae.

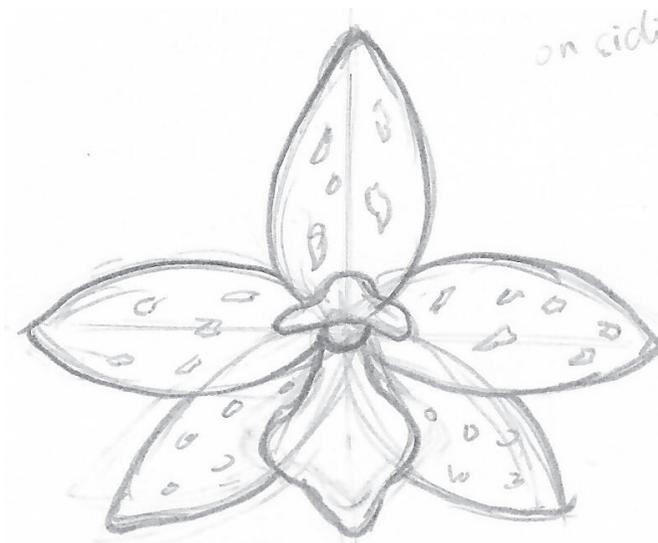




Phala



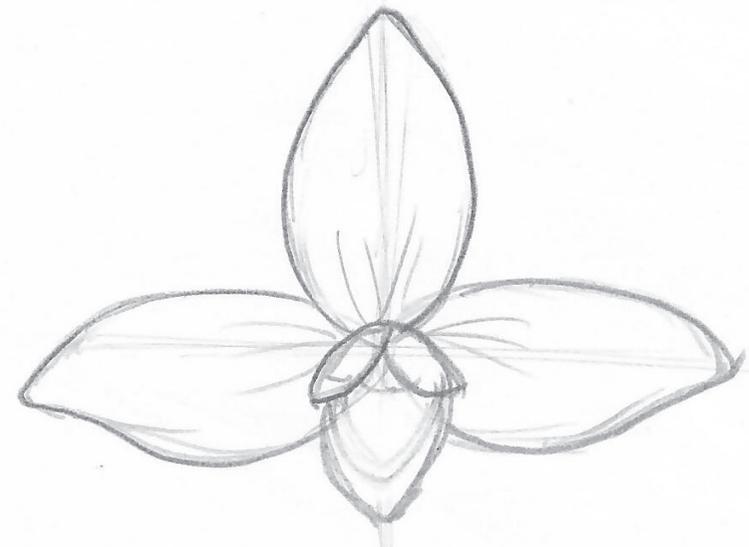
Representa la simetría de las orquídeas, su figura transmite fluidez y movimiento.



oncidio



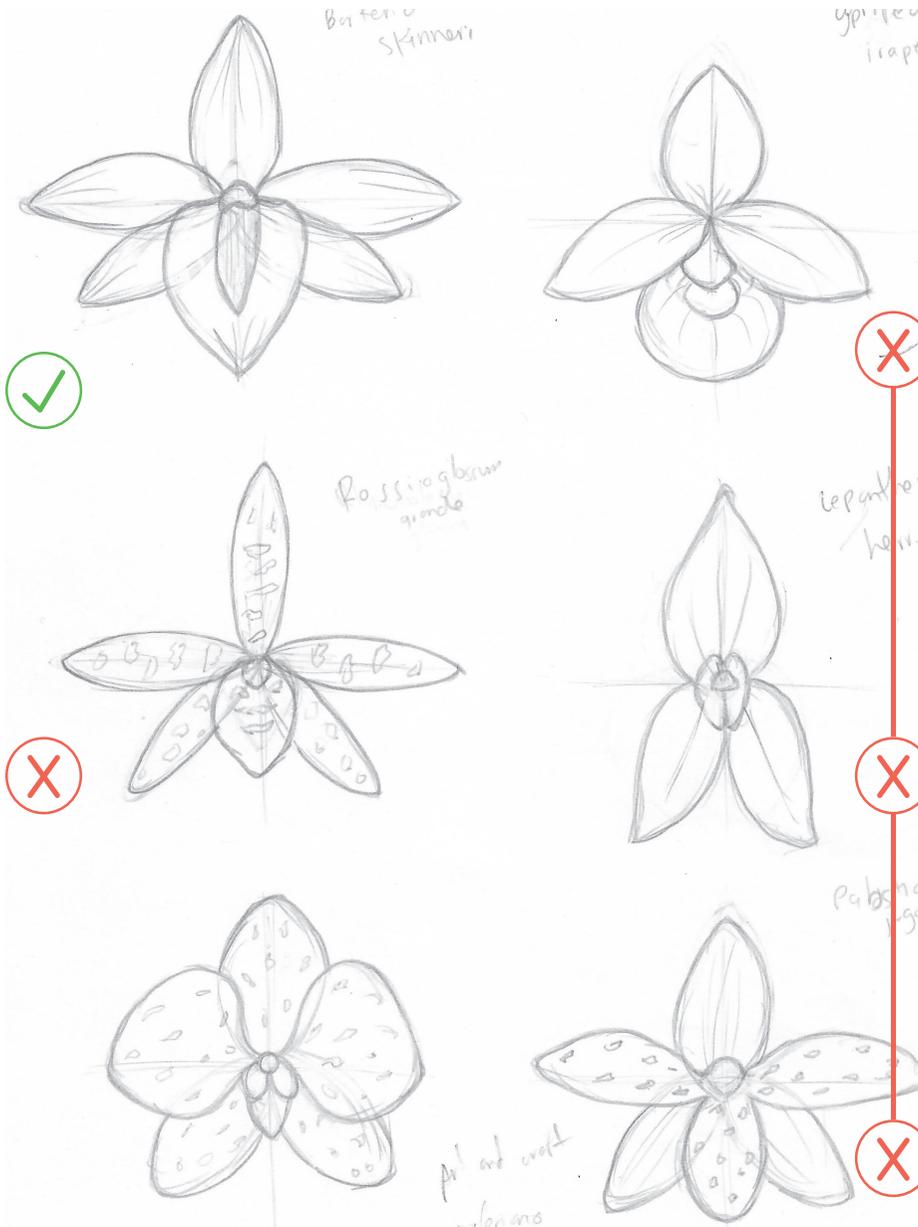
Es una orquídea exótica nombrada científicamente *Oncidium Leucochilum*, por lo que vincula la diversidad.



Puede percibirse como una figura de un animal, como una paloma.



La figura es atractiva e impactante visualmente gracias a su estructura fuera de lo convencional.



Las representaciones de las orquídeas son muy complejas, por lo que su interpretación puede ser confusa o errónea para el grupo objetivo.



## BOCETAJE DIGITAL

Se desarrolló una serie de pruebas de estilos ilustrativos, para captar la personalidad de las orquídeas, ya que el objetivo es dar a conocer al Orquideario Landivariano de manera atractiva y sobresaliente.

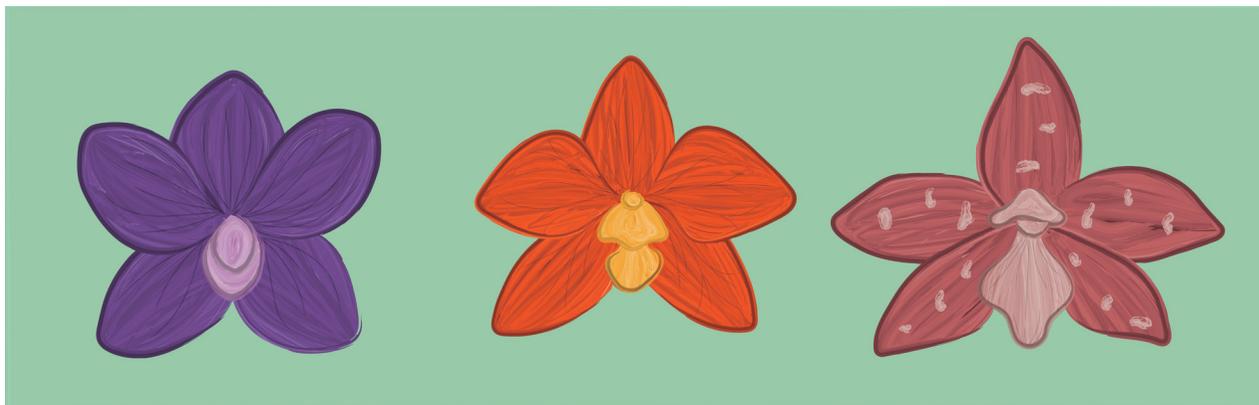


Las orquídeas se perciben caricaturescas, por lo que no logran transmitir una personalidad de delicadeza, diversidad y armonía. El contraste entre los trazos es rígido por lo que no lograría captar la atención.





Ya que las ilustraciones tenían un aspecto infantil y rígido, se implementaron texturas para proporcionar una apariencia más artística y orgánica.



Las orquídeas tienen una apariencia fina, por lo tanto, las texturas corrompían la suavidad de los pétalos.





## BOCETAJE MANUAL

Se exploraron elementos que se ubican dentro del hábitat natural de las orquídeas, para vincular el mensaje de la conservación y la apreciación de las especies. Elementos que forman parte de la riqueza y belleza de dicha familia.





## BOCETAJE DIGITAL



Como se presenta con anterioridad, se realizan las mismas pruebas de ilustración para los elementos complementarios, por lo que se observó con mayor claridad el manejo de la ilustración inicial y cómo evocaba una personalidad infantil.

La evolución de la ilustración se define a través de los detalles como la implementación de transparencias, tonalidades y texturas.



Se implementó el estilo ilustrativo en una pieza gráfica como el afiche para poder visualizar el manejo de las ilustraciones dentro de una composición.

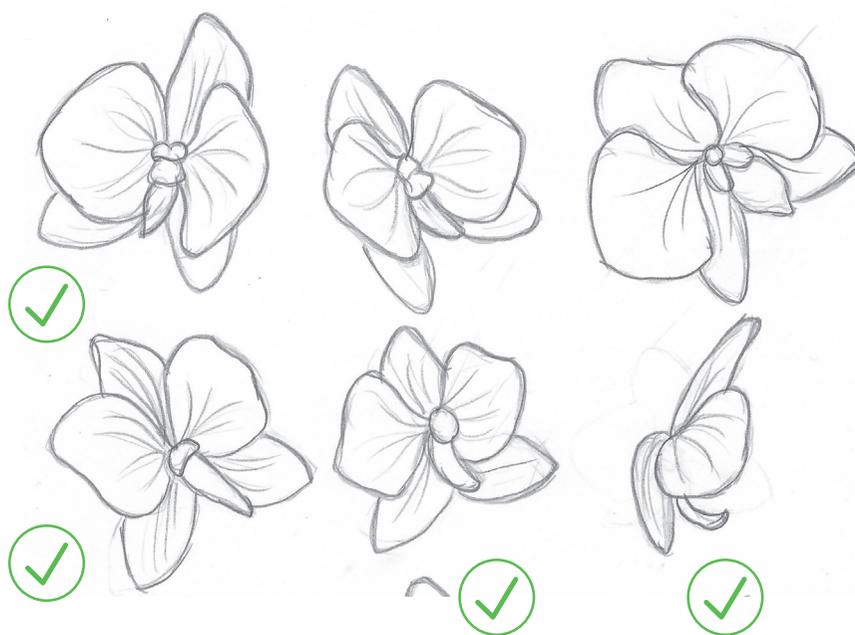


Las orquídeas se perciben estéticas por lo que la composición no genera fluidez y dinamismo, la composición logra percibirse jerárquicamente pero el manejo del contenido dentro de los marcos se percibe tradicional, no existe innovación en el diseño.

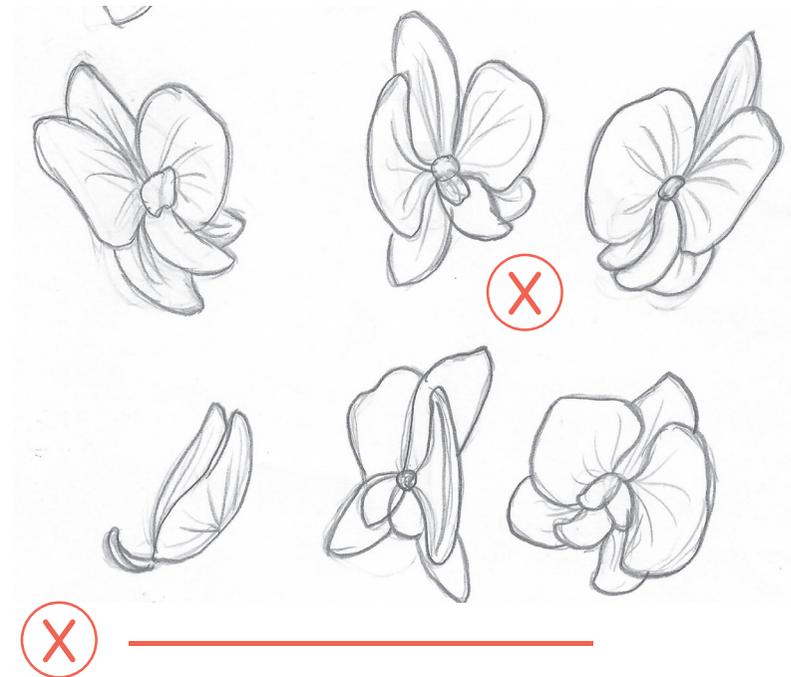


## BOCETAJE MANUAL

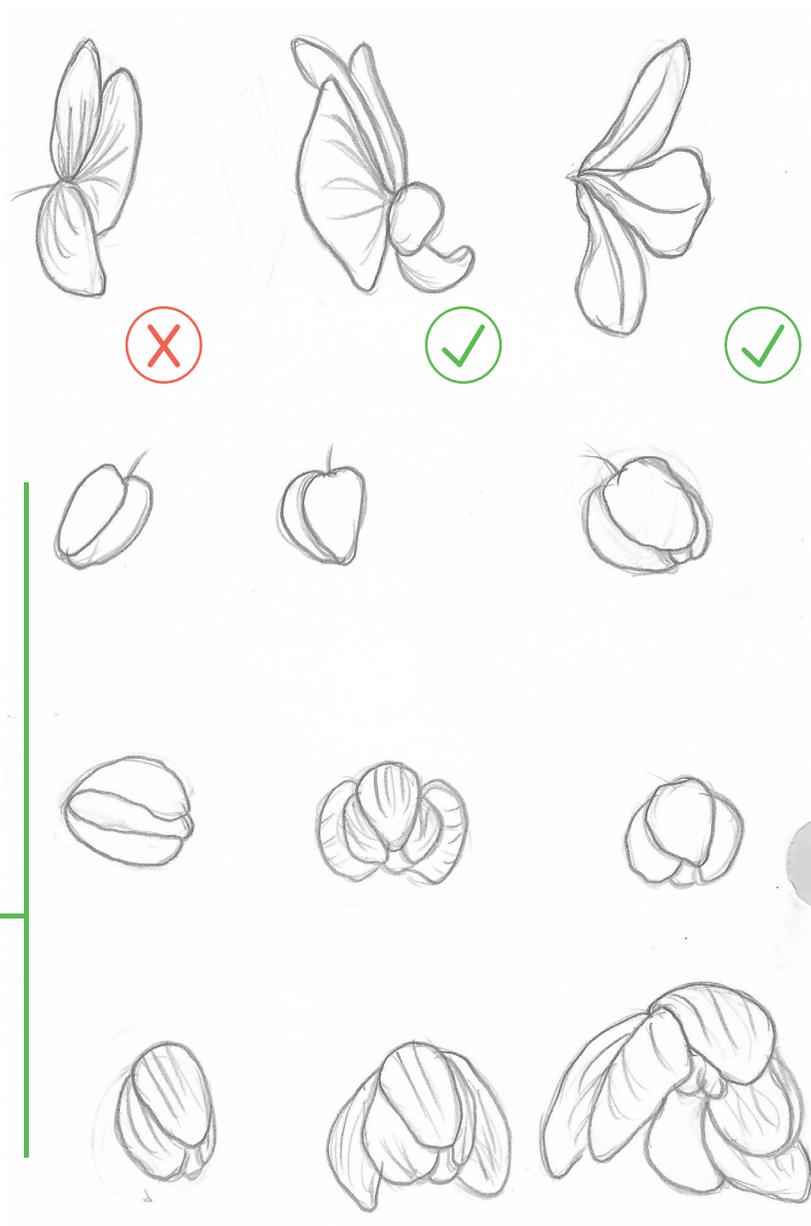
A raíz de la problemática de la estética y rigidez que presentaban las orquídeas, se desarrolló una serie de perspectivas para generar mayor movimiento y dinamismo dentro de la línea gráfica.



Logran abstraer los ángulos o las perspectivas de las orquídeas, sin perder su connotación, ya que es primordial que las personas puedan observarlas claramente.



No logra abstraer proporcionalmente la estructura de las orquídeas, y los ángulos no favorecen su interpretación.



Las orquídeas pueden apreciarse a través de sus diversos ángulos, generando mayor movimiento dentro de las ilustraciones.



Representan el ciclo del crecimiento de las orquídeas, por lo que logra connotar fluidez y como denotativamente las raíces son parte de su vitalidad.



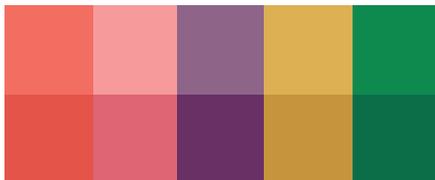
## BOCETAJE DIGITAL



El estilo ilustrativo de las orquídeas transmite limpieza, generando suavidad por lo que refuerza una de las características de las orquídeas, la belleza y la delicadeza de su estructura; el estilo logra ser atractivo, sobresaliendo de lo habitual.



Como se puede observar la paleta de color evoluciona a través del bocetaje, debido a que en la propuesta anterior los colores se presentaban muy amplios, no hacia énfasis hacia las orquídeas, por lo que se perdía dentro de las composiciones.



## PRUEBAS DE ILUSTRACIÓN EN PIEZAS GRÁFICAS



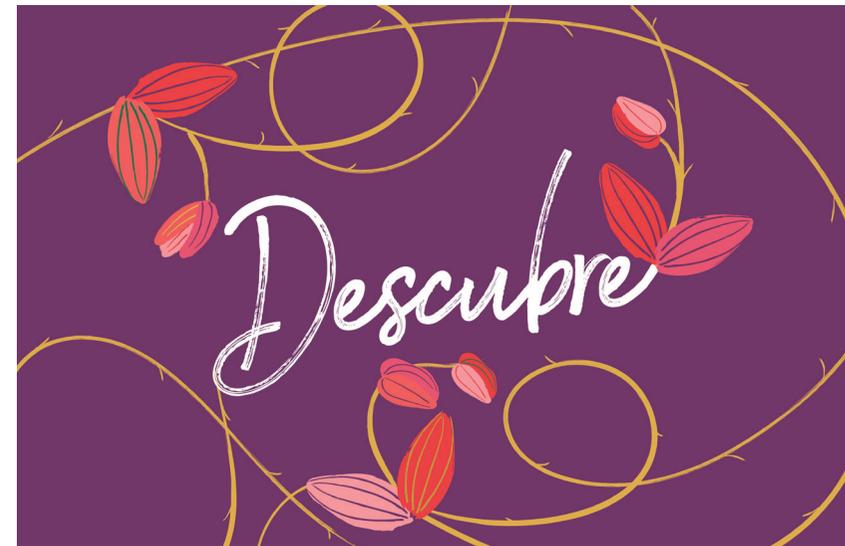
Se realizó una propuesta con base en el afiche, donde se muestra la flexibilidad del crecimiento de las orquídeas y su expansión dentro de su hábitat. Se manejó el efecto de reflejo, reforzando la simetría de la especie.

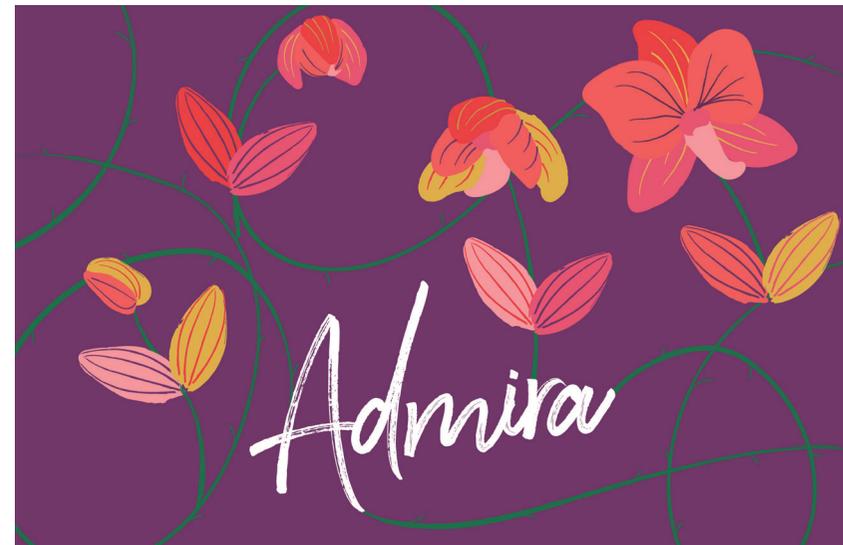
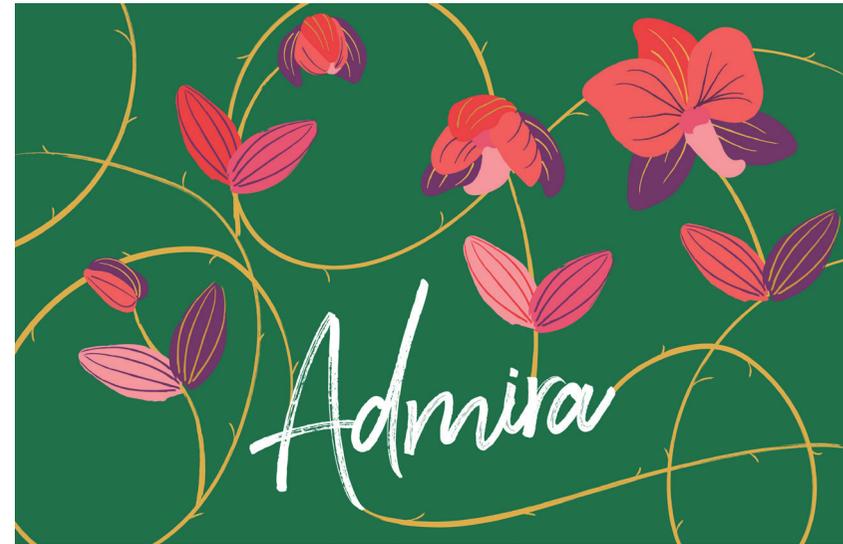


El diseño se percibe femenino por lo que puede connotar otra temática y no crearía una total conexión con el grupo objetivo, solamente daría paso a la comunidad femenina landivariana. El mensaje no es explícito.



- Se realizó otra propuesta introduciéndolo en las publicaciones en fase de expectativa, dado que las ilustraciones con anterioridad y la visualización dentro de un material gráfica no lograban un diseño funcional y eficaz para transmitir el mensaje y el contenido a la comunidad landivariana.
- Se requiere que el mensaje de expectativa genere curiosidad e intriga, por lo que debe de ser memorable. Las palabras en esta fase se formaron por medio de uno de los objetivos del Orquideario Landivariano que es la conservación y la apreciación de las orquídeas; existe un orden y continuidad con cada palabra dado a que en conjunto se conectan correspondiendo al objetivo.





---

El manejo del mensaje puede pasar desapercibido dado a que se está utilizando el mismo diseño en cada publicación unicamente variando la palabra y otros elementos ilustrativos como el crecimiento de las orquídeas.





La implementación de las manos transmite la empatía sobre la temática, donde el ser humano forma parte del cuidado de la naturaleza.

El diseño se percibe monótono y repetitivo, por lo que no existen variaciones que hagan que las ilustraciones generen un impacto visual, y que el mensaje o contenido quede a la deriva de lo que se desea transmitir. Las variaciones en tanto a color no aportan a un diseño dinámico, no tienen propósito alguno.





Se realizaron las mismas variaciones de la propuesta anterior en los afiches, donde se observó que el diseño se percibía plano, sin ningún tratamiento adecuado dentro de las ilustraciones que aportaran a la expresión de las orquídeas como el factor para cautivar al grupo objetivo.



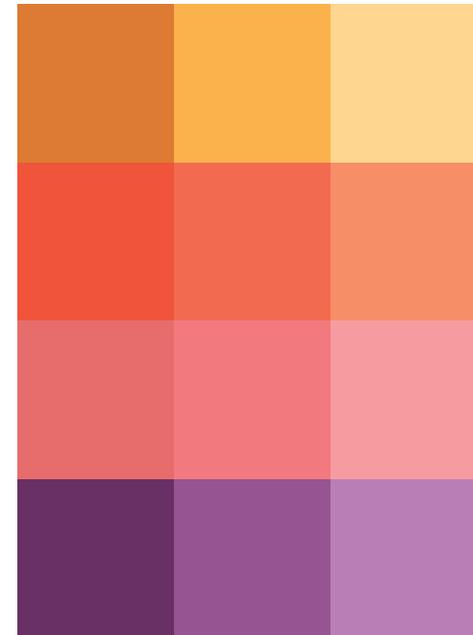
# PALETA DE COLOR

## PROPUESTA 2



### REFERENCIAS

Se realizó una búsqueda de los colores más representativos de las orquídeas, por lo que las tonalidades rosa, lila, amarillo y anaranjado destacan en la diversidad de las especies. Por esto, se ejecutó una paleta de colores análogos, ya que las orquídeas manejan un nivel de contraste armonioso.



Se selección esta paleta de color dado que se percibe contrastante con la temática, una unión con la diversidad de las orquídeas. Genera impacto visual logrando captar la atención, debido a que es primordial hacer llegar el mensaje y el contenido de manera perspicaz.

# EXPECTATIVA

## PUBLICACIONES

Mediante la evaluación de la línea gráfica con base en la ilustración, se abstrajo las ilustraciones seleccionadas de las orquídeas y de otros elementos como hojas y tallos, implementando la nueva paleta de color.

---

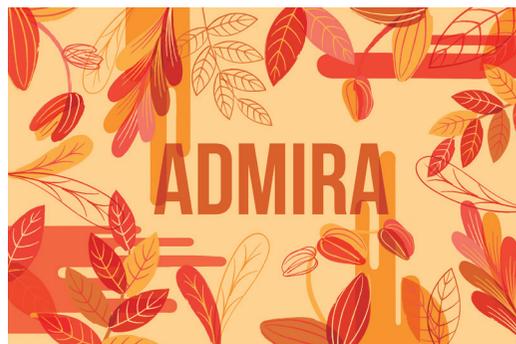
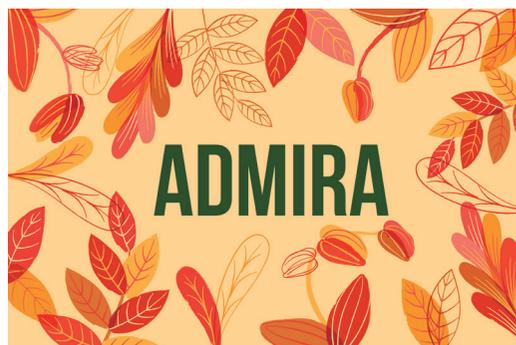
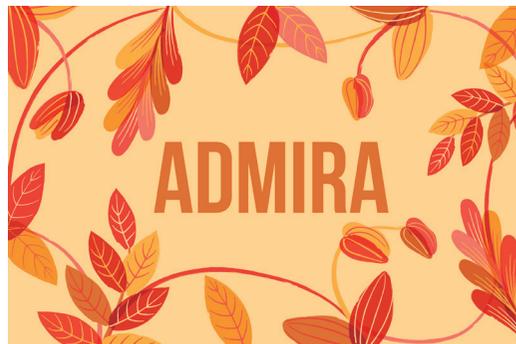
Debido inicialmente a la implementación del contenido en tipografía cursiva, se observó que el mensaje no lograba destacar dentro de las composiciones, restando su importancia.

---

La composición no logra integrarse adecuadamente, ya que la palabra que debe tener mayor impacto se pierde entre los otros elementos.



## BOCETAJE DIGITAL



La implementación de los trazos no se vincula con la ilustración inicial.



La tipografía es legible, crea contraste con la ilustración sin perder el protagonismo de la palabra.



El recuadro no logra integrarse con la composición, interrumpe la apreciación de elementos orgánicos.



La palabra se pierde dentro de la composición, no se percibe el mensaje.



El estilo ilustrativo se percibía plano, no generaba un impacto visual para el grupo objetivo, creando un entorno tradicional, así mismo, no se vinculaba con la belleza y lo exótico de las orquídeas. Se exploraron la implementación de efectos como multiply y transparencias que logran realzar la ilustración, creando una línea gráfica energética.



---

Se requiere que la palabra logre ser legible y destaque dentro de la composición, por lo que el manejo de minúsculas no prioriza el mensaje.



---

La utilización de letras mayúsculas logra crear dinamismo, generando impacto visual, donde la palabra se percibe legiblemente y la interpretación del mensaje es concisa.



Como mensaje de revelación se hace una invitación al grupo objetivo a conocer el Orquideario Landivariano. Se puede apreciar los logos institucionales como el de la universidad y el del orquideario.

# AFICHES

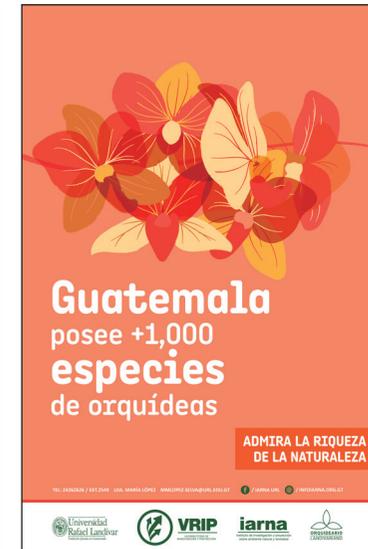
Posteriormente establecida la línea gráfica a través de la pieza de expectación se desarrolló las otros materiales creando unidad en el diseño.



## BOCETAJE DIGITAL



Siendo parte del Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad IARNA, se planteó si era necesario utilizar el color verde, por lo que se generó una paleta de color secundaria para evaluar su implementación.





La implementación de la paleta de color verde rompe con la línea gráfica, separando la idea central de las tonalidades que predominan dentro de la familia de las orquídeas. No genera contraste y armonía, por lo que se puede percibir saturación en la propuesta.



# BROCHURE



## BOCETAJE DIGITAL

Orquideario Landivariano	Cultivo in vitro	Conservación de orquídeas
<p>El Orquideario Landivariano es una colección de más de 200 orquídeas ubicada en el Campus Central de la Universidad Rafael Landívar.</p> <p>Es un espacio que se establece a través de la finalidad de poner al alcance del público una muestra de la riqueza y diversidad de las orquídeas.</p> <p>Es una modalidad de conservación que, al mismo tiempo, provee fines educativos y recreativos, para lo cual se realizan recorridos con estudiantes, personal docente y administrativo.</p>	<p>Todas las especies del orquideario han sido identificadas científicamente para el conocimiento de los visitantes, por lo que además, se atienden aspectos relativos a su reproducción, utilizando técnicas de micropropagación in vitro con la finalidad de reintroducirlas en su hábitat natural.</p> <p>La meta es que el orquideario incluya la mayor cantidad de especies dentro de su propia zona de vida, y promoviendo la distribución de las orquídeas en todos los espacios verdes del campus universitario.</p>	<p>El Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (Iarna) de la Universidad Rafael Landívar inició en el 2013 un proyecto para contribuir con la conservación de la familia de plantas más amenazada de Guatemala.</p> <p>El Programa de Biotecnología es uno de 6 programas del IARNA establecido para contribuir a la resolución de los principales problemas socio-ambientales. Dentro de estos principales problemas se reconoce que el país sufre de una deforestación acelerada que pone en peligro la diversidad de flora y fauna.</p>
<p>#PROTEGE LA RIQUEZA DE LA NATURALEZA</p>	<p><b>Contáctanos</b></p> <p>TEL: 24262626 / EXT.2549 CONTACTO: LIDA, MARIA LOPEZ MMLopez.SELVA@URL.EDU.GT</p> <p><a href="#">/ IARNA URL</a> <a href="#">/ infoiarna.org.gt</a></p>	<p><b>Orquideario Landivariano</b></p>



El manejo de las ilustraciones es muy escaso, no se logra apreciar la diversidad de orquídeas creando una composición rígida.

Orquideario Landivariano	Cultivo in vitro	Conservación de orquídeas
<p>El Orquideario Landivariano es una colección de más de 200 orquídeas ubicada en el Campus Central de la Universidad Rafael Landívar.</p> <p>Es un espacio que se establece a través de la finalidad de poner al alcance del público una muestra de la riqueza y diversidad de las orquídeas.</p> <p>Es una modalidad de conservación que, al mismo tiempo, provee fines educativos y recreativos, para lo cual se realizan recorridos con estudiantes, personal docente y administrativo.</p>	<p>Todas las especies del orquideario han sido identificadas científicamente para el conocimiento de los visitantes, por lo que además, se atienden aspectos relativos a su reproducción, utilizando técnicas de micropropagación in vitro con la finalidad de reintroducirlas en su hábitat natural.</p> <p>La meta es que el orquideario incluya la mayor cantidad de especies dentro de su propia zona de vida, y promoviendo la distribución de las orquídeas en todos los espacios verdes del campus universitario.</p>	<p>El Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (Iarna) de la Universidad Rafael Landívar inició en el 2013 un proyecto para contribuir con la conservación de la familia de plantas más amenazada de Guatemala.</p> <p>El Programa de Biotecnología es uno de 6 programas del IARNA establecido para contribuir a la resolución de los principales problemas socio-ambientales. Dentro de estos principales problemas se reconoce que el país sufre de una deforestación acelerada que pone en peligro la diversidad de flora y fauna.</p>
<p>#PROTEGE LA RIQUEZA DE LA NATURALEZA</p>	<p><b>Contáctanos</b></p> <p>TEL: 24262626 / EXT.2549 CONTACTO: LIDA, MARIA LOPEZ MMLopez.SELVA@URL.EDU.GT</p> <p><a href="#">/ IARNA URL</a> <a href="#">/ infoiarna.org.gt</a></p>	<p><b>Orquideario Landivariano</b></p>



Existe un mejor tratamiento dentro de la composición ilustrativa en el que se ejemplifica el contenido, sin crear un espacio saturado.

# BOLETÍN INFORMATIVO



## BOCETAJE DIGITAL

Las variaciones de color de fondo no generan contraste con la línea gráfica, perdiendo unidad.



El manejo de la paleta de color crea un espacio limpio y agradable.



# BOLETÍN INFORMATIVO



## BOCETAJE DIGITAL

Se seleccionaron seis diseños de botones, los cuales se integraban con la línea gráfica, vinculándose con el mensaje que se ha establecido, reforzando la familiarización de la imagen con el grupo objetivo.



La mayor parte del grupo objetivo no conoce el crecimiento morfológico de las orquídeas, por lo que la interpretación individual de la ilustración puede llegar hacer confusa.



# CALENDARIO



## BOCETAJE DIGITAL

Maneja elementos no incorporados a lo largo de la línea gráfica, dichos elementos generan saturación.



Se emplea una sola gama de colores, dejando a un lado los colores análogos. Se puede percibir femenino, siendo un material dirigido para ambos sexos.

# POP - STAND

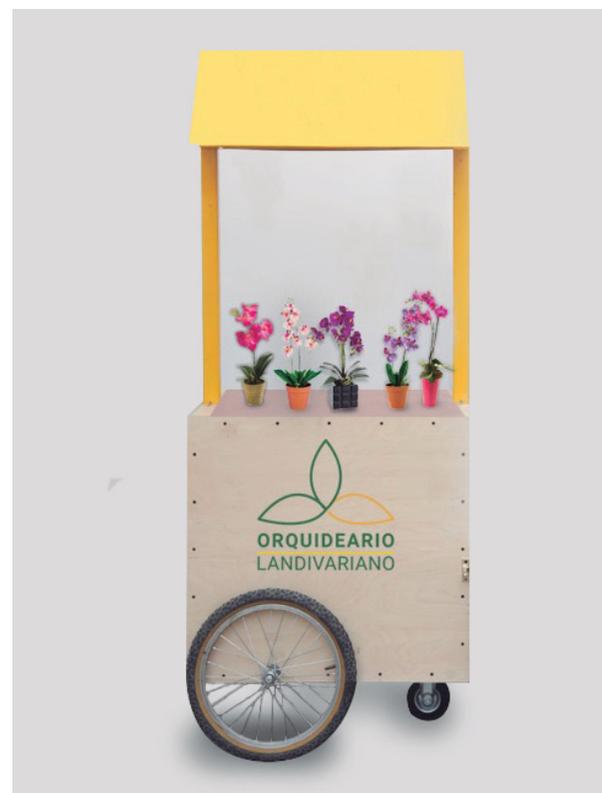
Se optó por un diseño amigable para el medio ambiente, con materiales orgánicos, el cual genera empatía con el grupo objetivo e incentiva su acercamiento.



## BOCETAJE DIGITAL



Es difícil de transportar, la estructura no favorece a proporcionar los materiales informativos. Se percibe como un material decorativo.



**11.1**

# **PROPUESTA PRELIMINAR**



## PROPUESTA PRELIMINAR FASE EXPECTATIVA



### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

**Dimensiones:** 1224px x 792 px

**Soporte:** digital

**Color:** RGB

La propuesta se seleccionó de tal forma que la comunidad landivariana pueda captar el mensaje de manera intuitiva, por lo que el manejo de multiply en las ilustraciones generan una propuesta atractiva, generando una paleta de color que transmite la diversidad y la belleza de las orquídeas.



## PROPUESTA PRELIMINAR AFICHES



### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

**Dimensiones:** 11 x 17 in - 23.5 x 36 in

**Soporte:** impreso, opalina -  
papel 35% reciclable

**Color:** CMYK

En la propuesta seleccionada existe dinamismo dentro de las composiciones, el cual favorece su visualización para que el grupo objetivo adquiera una percepción y familiarización con el proyecto. En esta pieza existe continuidad entre cada afiche, por lo que el mensaje de cada uno se vincula y se enlaza consecutivamente.



# PROPUESTA PRELIMINAR BROCHURE



## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

**Dimensiones:** 16.5 x 5 in

**Soporte:** impreso, bond 120gr -  
papel 100% reciclable

**Color:** CMYK

Este material se utilizará como medio informativo por lo que se aplicó la paleta de colores análogos, anaranjado y amarillo. Por ser de carácter informativo sobre la proyección del orquideario, el contenido se presenta de manera equilibrada con la ilustración. Además, los colores a primera vista y la diagramación de los elementos logran cautivar, lo que permite que el grupo objetivo sienta la curiosidad de visualizar el interior.



## PROPUESTA PRELIMINAR BOLETÍN INFORMATIVO



### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

**Dimensiones:** 6.5 x 4.5 plg

**Soporte:** impreso, bond 120gr -  
papel 100% reciclable

**Color:** CMYK

Debido a que el material será implementado en dos distintos soportes como medio digital e impreso con la finalidad de invitar a la comunidad landivariana a ser parte de los espacios de estudio y de recreación, se manejó una composición jerárquica donde el contenido es legible y conciso. Utilizando las frases como "Descubre la riqueza del Orquideario Landivariano", se presenta una invitación dinámica y no rigurosa.



## PROPUESTA PRELIMINAR BOTONES



### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

**Dimensiones:** 2.25 x 2.25 plg

**Soporte:** impreso. Base botón metálico, impresión papel bond, plástico transparente para encapsular y proteger la imagen.

**Color:** CMYK

Los botones están diseñados para que las personas puedan interactuar con ellos, haciendo presente al orquideario en su vida cotidiana y, así mismo, gratificando su participación e interés en la temática de las orquídeas. Se manejó un tamaño estándar, por cuestiones de reproducción.



## PROPUESTA PRELIMINAR CALENDARIO



### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

**Dimensiones:** 7.75 x 5.5 plg

**Soporte:** impreso, interior couche 120gr -  
base texcote

**Color:** CMYK

Se toma en cuenta una propuesta ecoamigable que utilice menos impresiones y un tipo de papel adecuado. Es un calendario de escritorio dado a que el personal docente y administrado no cuenta con un amplio espacio dentro de su área laboral para colocar un calendario de pared, además que el de escritorio es más práctico.



## PROPUESTA PRELIMINAR POP - STAND



### ESPECIFICACIONES TÉCNICAS:

**Dimensiones:** 0.75m x 1.85m

**Soporte:** madera - logotipo del Orquideario Landivariano y de la Universidad Rafael Landívar en relieve

**Color:** CMYK

Se propuso un material con una personalidad más realista y orgánica, que sobresalga de lo cotidiano que se puede apreciar en las instalaciones de la universidad. Al ser una pieza singular, las personas se sienten cautivadas a acercarse, poder ver físicamente las especies de orquídeas, y así mismo obtener mayor información. Dicho material se puede reutilizar en diversas ocasiones, que a medida el grupo objetivo se familiarice.

# 12.

# VALIDACIÓN

## DE LA PROPUESTA DEL DISEÑO PRELIMINAR

# PROCESO DE VALIDACIÓN

Se presenta los resultados obtenidos a través de un proceso de validación que se realizó para evaluar la funcionalidad y la viabilidad de la línea gráfica, así como la elección de los materiales propuestos; la evaluación se ejecutó por medio de tres perfiles, considerando a los expertos en diseño, expertos en el tema y al grupo objetivo.

Las validaciones fueran elaboradas de forma presencial, lo cual consistió en evaluar los tres perfiles anteriormente expuestos, ya que cada uno brinda observaciones y sugerencias sobre las piezas, en caso de necesitar mejoras o realizar cambios.

## EXPERTOS EN DISEÑO

Se realizaron encuestas a 3 expertos en el campo de diseño, como a la Licda. Jennifer Valvert que se especializa en imagen visual y branding, Licda; Patty De Paz diseñadora gráfica; y al Lic. Alejandro Azurdia que se especializa en ilustración y diseño editorial.

Se realizó un instrumento de validación (Anexo No.11), el cual evaluó diversos parámetros como generalidades de la línea gráfica y la funcionalidad de los materiales; cada experto expresó su opinión y criterios profesionales.

## EXPERTOS EN EL TEMA

Se encuestó a 3 expertos en el tema, como a la Licda. Elena Siakavizza, quien se especializa en ingeniería ambiental; Licda. Dafne Tuche, que se especializa también en ingeniería ambiental; y al Lic. Cristian Waldemar que ejerce su profesión como ingeniero agrónomo. Cada uno evaluó la propuesta a través de sus conocimientos, aportando mayor significado en la perspectiva sobre la flora y la naturaleza.

En el instrumento de evaluación (Anexo No.12), se buscó realizar preguntas puntuales que aportaran a mejorar los material, tanto en el mensaje como gráficamente.

## GRUPO OBJETIVO

Se encuestaron a 34 estudiantes y 7 personas que conforman el personal docente y administrativo de la Universidad Rafael Landívar. La evaluación consistió en presentarles la propuesta gráfica para observar cuál es el mensaje que logran percibir y si el diseño cautiva su atención.

Se desarrolló un instrumento de validación para los dos grupos (Anexo No.13), en el que se planteó una serie de preguntas para evaluar la funcionalidad de las piezas y línea gráfica, ya que busca llegar hacia el grupo objetivo para que logren familiarizarse con el Orquideario Landivariano.

# 12.1

## INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

# RESULTADOS VALIDACIÓN

A continuación, se presenta los resultados con base en los instrumentos de validación de los tres perfiles establecidos. Este permitió evaluar los criterios desde distintos puntos de vista, que retroalimentaran la eficiencia de la propuesta preliminar para aplicar cambios que se necesiten. De esta manera, se buscó que el diseño abarcara la necesidad y los objetivos determinados inicialmente.

- Anexo No.14 – Resultados expertos en diseño
- Anexo No.15 – Resultados expertos en el tema
- Anexo No.16 – Resultados grupo objetivo primario
- Anexo No.17 – Resultados grupo objetivo secundario

## LOGOTIPO

El grupo objetivo primario como los estudiantes, el 64.7% no conoce al Orquideario Landivariano mientras que el 35.3% si tiene una asociación con la entidad, por lo que se afirma que se necesita de una identidad gráfica para darse a conocer y familiarizarse con el grupo objetivo. La comunidad docente y administrativa presentan mayor reconocimiento sobre el orquideario por lo que el 57.1% ubica al Orquideario dentro de la universidad, el 42.9% no lo reconoce.

Sé identificó que el grupo objetivo primario logra interpretar y relacionar el logotipo con la temática de la flora, pero no específicamente con las orquídeas.

En cuanto al grupo objetivo secundario, el 85.7% relaciona el logotipo con la temática y la especie de las orquídeas, mientras que el 14.3% indica que es confusa su representación.

De los expertos en el tema, el 66.7% considera que el logotipo sí representa al orquideario y la temática, guardando relación con la formalidad de una entidad institucional como el IARNA. Por otra parte, el 33.3% considera que podría ser más orgánica la representación.

El 100% de los expertos en diseño consideran que el logotipo logra vincularse con el Orquideario Landivariano, su temática y la formalidad de una identidad.

## PALETA DE COLOR

Dentro del grupo objetivo, el 50% los colores llaman su atención gracias a su dinamismo; el 44.1% señala que relacionan los colores con la temática de las flores, y que son atractivos por su contraste.

El 57.1% del grupo objetivo secundario considera que los colores son dinámicos y armoniosos, ya que llaman su atención; mientras que el 42.9% indica que son colores que tranwwsmiten la temática de flora, son contrastantes y llamativos.

Los expertos en el tema, el 66.7% indican que los colores afianzan la interpretación de la temática, logra transmitir diversidad y belleza. El 33.3% señalan que los colores son adecuados ya que son los colores más representativos de su especie.

El 100% de los expertos en diseño evalúan que la paleta de color logra reforzar la temática, transmite la diversidad y lo exótico que caracteriza a las orquídeas.

## ILUSTRACIÓN

El grupo objetivo primario percibe dentro de las ilustraciones naturaleza, belleza, diversidad y un aspecto exótico, por lo que se considera que las ilustraciones transmiten el mensaje de manera eficiente. El 55.9% percibe dinamismo en las ilustraciones, generando curiosidad. También indican que sí transmiten la temática y el contenido.

El grupo objetivo secundario equivalentemente al primario, logra percibir en las ilustraciones naturaleza, belleza y diversidad; el 57.1% opinan que las ilustraciones son dinámicas, generan curiosidad y representan la temática de las orquídeas y la naturaleza.

El 66.7% de los expertos en el tema mencionan que las ilustraciones van acorde al grupo objetivo, por lo que capturan la atención y generan empatía con el tema. El 33.3% mencionan que las ilustraciones crean un vínculo con el contenido y la temática, transmitiendo la diversidad y la belleza de las especies.

El 100% de los expertos en diseño exponen que la ilustración crea un vínculo con el contenido y la temática, transmitiendo la diversidad y la belleza de las orquídeas.

## TIPOGRAFÍA

La tipografía genera curiosidad en el 47.1% del grupo objetivo primario, logra percibirse legible y dinámico. Para el 41.2%, la selección tipografía es agradable, y atrae su atención. Los textos en color blanco son legibles, agradables visualmente.

El 57.1% del grupo objetivo secundario señala que la fuente es agradable y se percibe atractiva; el 14.3% indica que le genera curiosidad y es agradable visualmente. mientras que el 14.3% lo percibe rígido y estético. El 71.4% percibe los textos en color blanco legibles, logrando comprender el mensaje, equivalentemente el 28.6% menciona que no existe confusión.

En cuanto a los expertos en el tema, el 66.7% de ellos, indica que logra capturar el mensaje, es llamativo para las personas y generan dinamismo dentro de la composición.

Para el 100% de los expertos en diseño, la tipografía se conecta con la línea gráfica y crea dinamismos para su visualización. También el 100% indica que el texto en color blanco es legible y permite comprender el mensaje.

## DIAGRAMACIÓN

El 50 % del grupo objetivo primario señala que la lectura dentro de los materiales genera fluidez, mientras la otra parte lo percibe con orden y limpieza.

Del grupo objetivo secundario, el 57.1% indica que se visualiza orden y limpieza, por lo que el contenido es legible; el 42.9% considera que genera fluidez, dinamismo y logra cautivar la atención.

El 100% de los expertos en el tema indican que la diagramación dentro los materiales es adecuada, genera orden y legibilidad, por lo que capta la atención del grupo objetivo.

El 100% de los expertos en diseño señala que las jerarquías tipográficas son adecuadas, debido a que generan orden y legibilidad; y el 100% de los mismos expertos indican que la diagramación y la retícula construyen una línea gráfica eficiente y dinámica.

## TONO DE VOZ

Para los expertos en el tema, el 100% considera que el uso de datos importantes de las orquídeas genera empatía respecto a la conservación y su apreciación. Consideran que, brindando conocimiento, se puede generar interés sobre la temática.

El 100% de los expertos en el tema indican que el uso de palabras como descubre, admira, cultiva y protege, aportan y refuerzan un mensaje amigable con la temática, construyendo un vínculo con la comunidad landivariana.

De los expertos en diseño, el 100% indica que el uso de datos importantes favorece e incentiva a la conservación y la apreciación de las orquídeas, y también genera interés.

El tono de voz en las palabras como anteriormente se mencionaba descubre, admira, cultiva y protege, el 100% de los expertos en diseño indican que aportan a un mensaje amigable.

## CONCEPTO

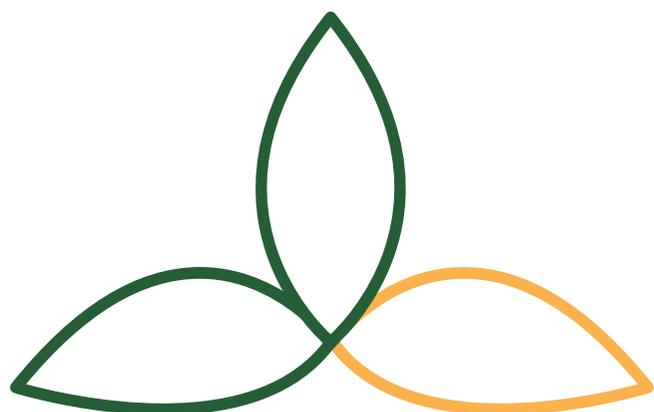
Lo expertos en diseño evaluaron la funcionalidad del concepto dentro de la línea gráfica, donde el 50% señala que el concepto se conecta con la línea gráfica, transmitiendo la temática eficientemente y cautivando al grupo objetivo. El otro 50% indica que el concepto si se transmite dentro de la línea gráfica por medio de los elementos gráficos representativos, ya que son atractivos para la comunidad landivariana y amigables con la temática.

12.2

# CAMBIOS DE VALIDACIÓN



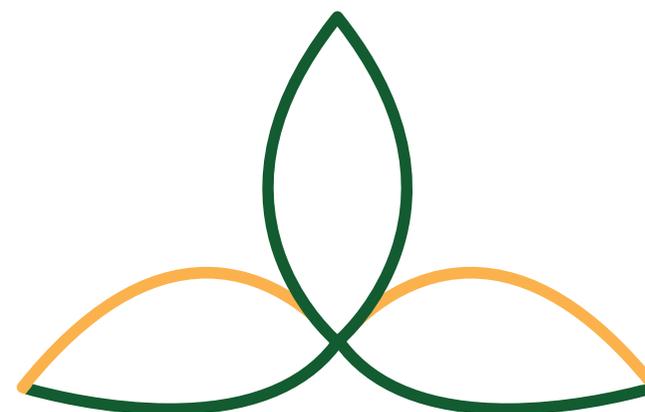
# LOGOTIPO



**ORQUIDEARIO**  
**LANDIVARIANO**

## ANTES

Por parte de los expertos en el tema, se creó la interrogante del porque el pétalo derecho era opuesto al lado izquierdo. A partir de esto, se sugirió que, en el caso de haber un pétalo diferente, que este sea el central, para dejar los pétalos de los lados simétricos en tanto forma y color.



**ORQUIDEARIO**  
**LANDIVARIANO**

## DESPUÉS

Retomando una de las características principales al momento de desarrollar la propuesta de logotipo, la simetría entre las orquídeas es un factor diferenciador, ya que diversas especies de flora no logran tener dicha variación. Por ello, se propuso la variación de colores entre los dos pétalos, afianzando la simetría y reforzando el concepto de fusión para transmitir la diversidad de la especie.

# AFICHES



## ANTES

Se sugirió por parte de los expertos en el diseño que debería existir un mejor equilibrio entre la secuencia de los afiches, ya que al final se visualizarían en conjunto. La retícula no se percibía uniforme, los elementos se desfazan y no lograban conectarse entre sí.



## DESPUÉS

Se realizó una estructura en la que los elementos logran conectarse entre sí, por lo que se percibe mayor equilibrio dentro de la composición y fluidez en el contenido.

Por parte de un experto en diseño, se observó que no existía un espacio para integrar el contacto del orquideario, la que podía evitar el acercamiento del grupo objetivo. En relación a lo anterior, se integró una frase persuasiva con la finalidad de hacer una invitación para los espacios de estudio y de recreación.

Existen normas corporativas para la implementación de los logotipos, por lo tanto, no se puede integrar el logo de la Universidad Rafael Landívar y el de la Vicerrectoría de Investigación y Proyección (VRIP) con otras variantes de color que no formen parte de la identidad gráfica establecida por la Universidad. Así como se debe de resguardar un orden jerárquico según la posición que ocupen dentro del esquema institucional.

# BROCHURE

Orquideario Landivariano	Cultivo in vitro	Conservación de orquídeas
<p>El Orquideario Landivariano es una colección de más de 200 orquídeas ubicada en el Campus Central de la Universidad Rafael Landívar.</p> <p>Es un espacio que se establece a través de la finalidad de poner al alcance del público una muestra de la riqueza y diversidad de las orquídeas.</p> <p>Es una modalidad de conservación que, al mismo tiempo, provee fines educativos y recreativos, para lo cual se realizan recorridos con estudiantes, personal docente y administrativo.</p>	<p>Todas las especies del orquideario han sido identificadas científicamente para el conocimiento de los visitantes; por lo que además, se atienden aspectos relativos a su reproducción, utilizando técnicas de micropropagación in vitro con la finalidad de reintroducirlas en su hábitat natural.</p> <p>La meta es que el orquideario incluya la mayor cantidad de especies dentro de su propia zona de vida, y promoviendo la distribución de las orquídeas en todos los espacios verdes del campus universitario.</p>	<p>El Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (Iarna) de la Universidad Rafael Landívar inició en el 2013 un proyecto para contribuir con la conservación de la familia de plantas más amenazada de Guatemala.</p> <p>El Programa de Biotecnología es uno de 6 programas del IARNA establecido para contribuir a la resolución de los principales problemas socio-ambientales. Dentro de estos principales problemas se reconoce que el país sufre de una deforestación acelerada que pone en peligro la diversidad de flora y fauna.</p>

**#PROTEGE LA RIQUEZA DE LA NATURALEZA**

**Contáctanos**  
TEL: 24262626 / EXT.2549  
CONTACTO: LDA. MARÍA LÓPEZ  
MMLOPEZ-SELVA@URL.EDU.GT

**Orquideario Landivariano**

Universidad Rafael Landívar  
Tradicón Jucua en Guatemala

VRIP | iarna | ORQUIDEARIO LANDIVARIANO

## ANTES

La interpretación de la maceta evocaba rigidez, por lo que no lograba conectar con el concepto y el mensaje que se desea transmitir. Además, el crecimiento de las orquídeas se da de mejor manera en su hábitat natural, por lo que el elemento de la maceta podría ser erróneo y transmitir un mensaje equivocado.



## DESPUÉS

Se eliminó el elemento de la maceta, transformándolo en un entorno en el que las orquídeas crecen libremente sin ser enclaustradas, ya que la belleza de la naturaleza se encuentra en sus ecosistemas. En el contenido interior, los expertos sugirieron el uso de diversas tonalidades para que el contenido no se percibiera uniforme.

En el retiro del brochure se integraron ilustraciones de hojas, para simular el hábitat natural de las orquídeas. No se implementó otros

elementos, ya que saturaría el material, y lo que se desea es que el contenido sea legible sin ninguna obstrucción visual.

Se implementó la paleta de colores institucionales para reforzar la familiarización e identificación de la entidad con el grupo objetivo, puesto que siento una pieza de carácter informativo y con mayor durabilidad en tiempo de distribución, obtendrá mayor alcance para presentes y futuros integrantes de la comunidad landivariana.

# BOLETÍN INFORMATIVO



TIRO

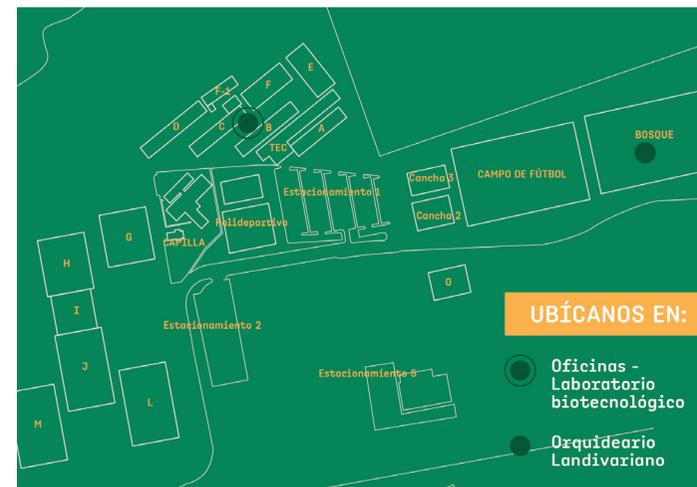
## ANTES

Inicialmente únicamente se había diseñado un lado del boletín, incentivando a la comunidad landivariana a participar en los espacios de estudio y recreación.

## DESPUÉS

Posteriormente se desarrolló el mapa de la universidad con la finalidad de dar a conocer los puntos de ubicación del orquideario.

Se puede observar que se implementó de igual manera como el brochure la paleta de colores institucionales, creando una integración gráfica y con fines estratégicos de comunicación.



RETIRO

# CALENDARIO



## ANTES

A partir de la explicación anterior en el brochure, el elemento de la maceta puede evocar un mensaje diferente, por lo que no se desea que las personas consuman la riqueza de las orquídeas. Al contrario, se busca que las personas admiren la especie en su propio entorno.



## DESPUÉS

La idea principal en el número de mes era que cada mes la orquídea iba floreciendo, hasta llegar a su punto de crecimiento, pero se analizó que competía con la ilustración principal por lo que generaba saturación dentro de la composición.



## ANTES

Un experto en diseño y uno en el tema, observaron que el material podría proporcionar más información sobre el tema. El contenido se percibía breve, por lo que integrando más datos sobre el tema de las orquídeas, se puede tener un aporte más informativo.

## DESPUÉS

Se implementó un recuadro con mayor información sobre el tema, resaltando su importancia. Durante los meses del año el personal docente y administrativo pueden informarse sobre datos curiosos.

# BOTONES



## ANTES

Los botones fueron diseñados para las personas que asisten a los espacios de estudio y de recreación que ofrece el orquideario. Inicialmente se trabajó 6 propuestas, ya que para mantener una perspectiva ecoamigable, se evitó reproducir una cantidad extensa. Se descartaron 2 diseños, debido a que no poseían una integración con las demás botones.



## DESPUÉS

Por medio de la evaluación con un experto en diseño se llegó a la conclusión de que no existía una familiarización con los colores institucionales, por lo que se propuso 3 botones que manejan el carácter institucional. Por esto, su funcionalidad va dirigido el personal administrativo del orquideario. No se descartaron las principales propuestas, ya que existe mayor dinamismo con la paleta de colores y es más agradable para el grupo objetivo.

# 13.

## PROPUESTA FINAL Y FUNDAMENTACIÓN

El Orquideario Landivariano nace por iniciativa del Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad el IARNA que trabaja sobre el programa de revitalización del medio ambiente natural. Dicho programa se enfoca en el estudio de la situación actual del medio ambiente y el análisis para desarrollar acciones sobre la conservación de los recursos naturales. Para el IARNA, las orquídeas constituyen un grupo meta de trabajo dado a que entre ellas se incluyen numerosas especies amenazadas a nivel nacional. En este sentido, el Orquideario Landivariano es una acción ecoamigable que abarca diversos parámetros para el cuidado y la preservación de esta especie de flor.

Actualmente, el Orquideario Landivariano es un espacio que pone al alcance del público una muestra de la riqueza de orquídeas que florecen dentro de las instalaciones de la Universidad Rafael Landívar en el campus central; el orquideario abarca diversos parámetros como espacios de estudio y recreación para la comunidad landivariana, así como áreas científicas y biotecnológicas para contribuir a la rehabilitación y la expansión de las especies en un hábitat natural siendo este un problema ambiental.

Después de hacer un análisis de las estrategias de comunicación que se implementan para dar a conocer al grupo objetivo el Orquideario Landivariano, se pudo establecer que el programa que lo tiene a su cargo no cuenta con un medio eficiente. Por este motivo, la proyección de este espacio ecológico y ornamental se da solo a nivel bajo y no comunitario, es decir, no se da a conocer a un grupo objetivo como tal y hacerlo participe y conocedor del proyecto. Por

esta razón no se alcanza el objetivo de promoción y conocimiento del establecimiento y su temática.

En este sentido, se observó que se utilizan diversos medios impresos y digitales para promocionar el Orquideario Landivariano, pero que no cuentan con una línea gráfica adecuada, con unidad contrastante y armoniosa. Por este motivo, se vio necesario generar una propuesta de diseño publicitario con una línea gráfica adecuada y creativa, acorde a las características de un proyecto ecoamigable.

A partir de los parámetros observados, se procedió a desarrollar un proyecto con una intervención estratégica y gráfica para crear una identidad visual para facilitar el reconocimiento del Orquideario Landivariano dentro de la comunidad landivariana, y crear material informativo y divulgativo que diera a conocer el proyecto, para lograr posicionar en la mente del grupo objetivo.

El proyecto está conformado por el rediseño de la identidad gráfica, y materiales informativos y divulgativos que se dividen en tres fases estratégicas denominadas como fase de expectativa, fase de revelación y fase de mantenimiento. Fase uno: consiste en introducir al orquideario por medio de canales de comunicación que interactúan constantemente con el grupo objetivo. Fase dos: tiene como propósito dar a conocer e informar sobre la proyección del orquideario. Fase tres: su finalidad es estar presente en la mente de la comunidad landivariana, para afianzar la familiarización con el orquideario.

# ESTRUCTURA DE LA FUNDAMENTACIÓN

- **IDENTIDAD GRÁFICA:**

- Logotipo

- Manual de identidad

- Sello corporativo

- Brochure

- Boletín informativo

- Botones institucionales

- Stand

- **ELEMENTOS GRÁFICOS:**

- Paleta de color

- Tipografía

- Ilustración

- **PIEZAS GRÁFICAS:**

- Monitores y portal URL

- Post de facebook

- Afiches

- Botones promocionales

- Calendario

# IDENTIDAD GRÁFICA

## LOGOTIPO

Una identidad institucional debe de ser lo más explícita en este sentido, Pocasangre (2013) hace énfasis en la coherencia que debe poseer un logotipo, de tal forma que transmita una identidad y que sea percibida de manera efectiva. Por esta razón, a través de la creación de la frase conceptual “Fusión de raíces en movimiento”, se concretó que la identidad del Orquideario Landivariano expresara como tal a una orquídea, porque el objetivo de una identidad gráfica es identificar a una empresa o establecimiento dentro del mercado como menciona la experta en diseño Regina López, donde se buscó establecer que la funcionalidad del logotipo sea representar de manera sintetizada el carácter primordial del Orquideario Landivariano.

Tomando como punto de partida lo expuesto anteriormente, se tomó la decisión de utilizar como referencia la monja blanca, ya que forma parte de la familia orchidaceae (orquídeas), y que es una especie con alto grado de simbolismo y conocimiento a nivel nacional; gracias a la taxonomía de las orquídeas en tanto a color y forma, se distingue de las demás especies. Por otra parte, se considera que el grupo objetivo está familiarizado con la figura y que esta construye un valor simbólico y significativo, ya que está incluida dentro de la lista de especies de flora amenazadas que publica el Consejo Nacional de Áreas Protegidas CONAP.

Se utilizaron los colores institucionales del Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad (IARNA), dado a que el orquideario está afianzado a dicha institución, por lo que debe de guardar relación.

Como anteriormente se menciona la taxonomía de las orquídeas es singular, ya que está conformado por una característica diferenciadora como la simetría. Esto significa que, al momento de dividir una especie a la mitad ambos lados son iguales, esto se refleja a través del isotipo, generalizando la unión y el refinamiento de las orquídeas en tanto a composición.

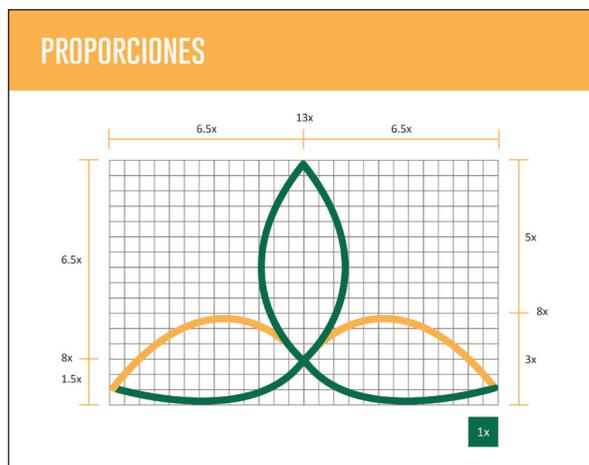


# MANUAL DE IDENTIDAD



El Orquideario Landivariano fue creado por el Instituto de Agricultura, Recursos Naturales y Ambiente (IARNA) de la Universidad Rafael Landívar, a través de la iniciativa Conservación de Orquídeas de Guatemala, que se enmarca dentro del Programa de Investigación sobre Biotecnología.

Su objetivo es promover el conocimiento y la conservación de orquídeas con distribución en Guatemala, a través de poner al alcance del público una muestra de la diversidad orchidaceae.



## ESCALA MÍNIMA DE REPRODUCCIÓN



## COLORES CORPORATIVOS

**PANTONE**  
14115C

**VALORES**  
R: 56  
G: 107  
B: 72

HEX/HTML: 386B48

C: 91  
M: 31  
Y: 83  
K: 23

**PANTONE**  
177C

**VALORES**  
R: 232  
G: 108  
B: 77

HEX/HTML: E8B44D

C: 0  
M: 34  
Y: 80  
K: 0

## TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

### ROBOTO

#### BOLT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789(.,;:&%€)

#### REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789(.,;:&%€)

# VARIACIONES

## VERSIONES CORRECTAS



## APLICACIONES CORRECTAS



**USOS INCORRECTOS**

## APLICACIONES INCORRECTAS



## SELLO CORPORATIVO

Se implementó el sello corporativo debido a que es un identificador del Orquideario Landivariano. Siendo parte del Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad, la pieza hace presente al orquideario en el involucramiento o participación en diversas actividades que realiza dicha institución, así como diligencias propias del establecimiento. Dado a que es un ente que está vinculado con otra institución, al momento de utilizar el sello debe de ir en conjunto con el sello del IARNA.



## BROCHURE

Con anterioridad el Orquideario Landivariano carecía de medios efectivos que proporcionaran información sobre la proyección del establecimiento y las diversas áreas que maneja. Consecuentemente no existía un canal de comunicación que generara interés entre la comunidad landivariana, por lo que se desarrolló un material informativo que consiste en dar una breve explicación sobre el Orquideario, el cultivo in vitro y la acción de conservación de orquídeas, resolviendo una de las necesidades del proyecto sobre dar a conocer la importancia del orquideario. Como menciona la experta en diseño Regina López, el diseño gráfico puede aportar a movimientos ambientales y es importante tomar en cuenta la manera de comunicar el mensaje.

Se desarrolló un diseño atractivo, con un contenido contrastante, sin crear una obstrucción visual. Es un material agradable a la vista y de fácil interpretación. Las ilustraciones utilizadas son un factor favorable al mensaje que se desea transmitir, gracias a que logra sobresalir de lo cotidiano y crea interés sobre su contenido, proporcionando un diseño creativo sobre la temática. A través de los colores se crea un nivel contrastante para la interpretación del contenido, lo cual capta el interés del grupo objetivo.

## TIRO



## RETIRO



## BOLETÍN INFORMATIVO

Su funcionalidad es invitar a la comunidad landivariana a ser parte de los espacios de estudio y de recreación que ofrece el Orquideario Landivariano. Se crea un contexto amigable para atraer el interés del grupo objetivo. Es un material que queda grabado en la mente del consumidor por medio del diseño que se ha implementado a través de las piezas gráficas desarrolladas.

Weinshchenk (2011) indica que generar movimiento y participación significa que las personas puedan percibir de manera significativa algo de lo cual valga la pena ser parte; además, motiva hacer algo productivo. Ser parte del cambio significa ser proactivo, por lo que se pretende que las personas se interesen. Con la frase “descubre la riqueza del Orquideario Landivariano”, se busca que las personas descubran el valor significativo de dicho espacio, ya que es algo diferente que rompe con lo tradicional, en medio de un ambiente natural.

Para que el grupo objetivo tenga un mayor acercamiento con el establecimiento, se agregó la información de contacto, así como el mapa de ubicación, debido que con anterioridad era difícil ubicar las oficinas y el área donde se encuentra el orquideario. Dichos parámetros favorecen para que la comunidad landivariana pueda dirigirse al orquideario y ser parte del movimiento de conservación de orquídeas; siendo ya conocedores sobre la temática aportan a un cambio positivo sobre la flora.

### TIRO



### RETIRO



## BOTONES INSTITUCIONALES

Se elaboraron tres diseños de botones con los colores institucionales del IARNA que forman parte de la identidad gráfica del Orquideario Landivariano. Se le proporcionará específicamente al personal administrativo del establecimiento, dado a que se pueden identificar con mayor facilidad dentro de las instalaciones del campus central.



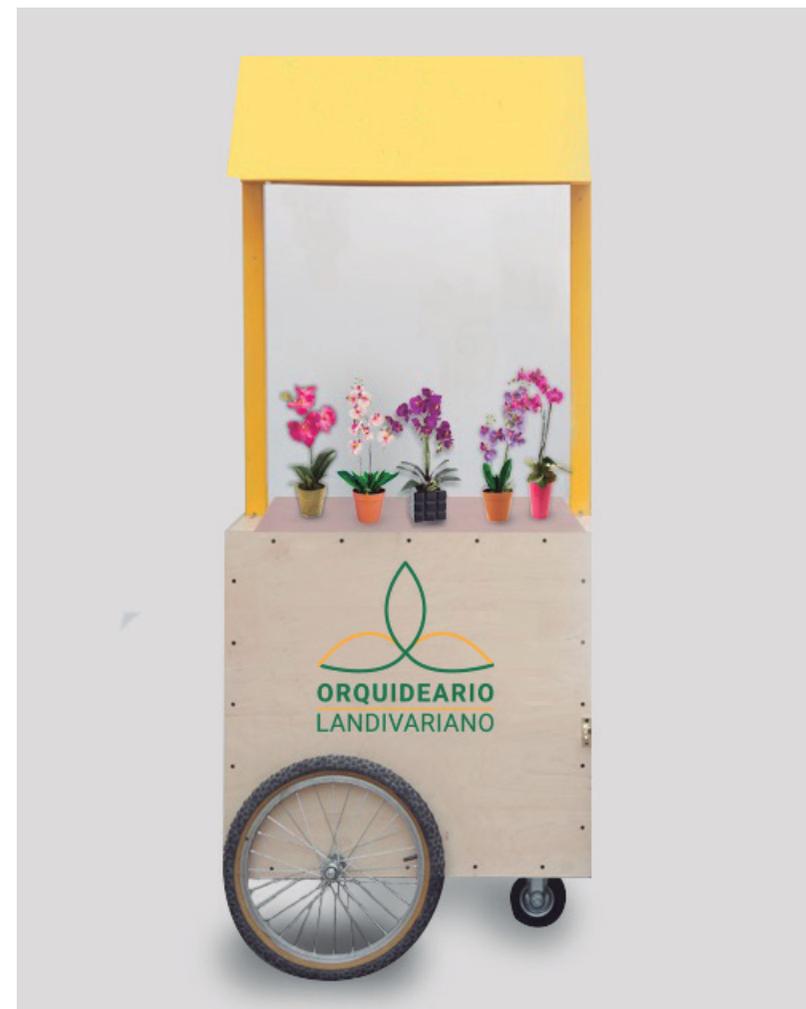
## STAND

A raíz de la problemática que existía sobre la ubicación de las oficinas del orquideario dentro de las instalaciones de la universidad, pasa desapercibido para el grupo objetivo, debido a que el departamento esta nombrada como “Laboratorio biotecnológico” que se encuentra cerca del edificio el TEC.

El objetivo del stand es ubicarlo en puntos estratégicos dentro del campus central y en días específicos, para un mayor reconocimiento, donde la información estará al alcance del grupo objetivo.

Por este motivo, surgió la idea de construir una carretilla para transportarlo de un lugar a otro. De esta manera el material podrá ser utilizado en distintos eventos, tales como la semana científica, la Expo Landívar y las distintas ferias que se realizan dentro de la Universidad. Los materiales con los que está construido el stand son ecológicos, reforzando la empatía con el cuidado del medio ambiente y vinculándolo con el espacio natural de las orquídeas, sin menoscabo de su atractiva elegancia.

Con todo, lo que se pretende es que tanto el brochure como el boletín informativo formen parte del stand, para presentar la información de manera efectiva y accesible al público objetivo.



# ELEMENTOS GRÁFICOS

## PALETA DE COLOR

La selección de la paleta de color se llevó a cabo a través de la búsqueda de colores representativos de las especies de orquídeas, tomando en cuenta que existe una amplia variedad de colores, siendo este un factor característico de la especie.

El experto en el tema Fredy Archila, menciona que a nivel nacional el amarillo, lila y rosado son las tonalidades que con mayor frecuencia se pueden apreciar en las orquídeas, por lo dentro de la comunidad guatemalteca existe una familiarización con la especie y con dichos colores; y al observar dentro de la investigación sobre el tema se valoró que los mismos colores que mencionaba Archila sobresalen, por lo que a partir de estos se desglosa una diversidad de gamas contrastante con la temática, debido a que se requiere que el grupo objetivo tenga primordialmente un acercamiento y familiarización concisa con la familia orchidaceae y que a través del color exista un vínculo con el mensaje que se desea transmitir sobre la conservación y apreciación de las orquídeas.

Freuler (2016), expresa que las orquídeas despiertan la atención de las personas, gracias a su inigualable gama de flores tan resplandecientes, de tal manera que estas flores se constituyen en una de las especies más enriquecedoras dentro de la flora por

el conjunto de colores vibrantes que presentan. Por esta razón, se considera que es un elemento válido para atraer y cautivar visualmente al grupo objetivo.

La paleta de colores se rige a través de tonalidades análogas a partir del naranja y del morado, en donde se despliega en cada uno tonos contrastantes que brindan un mejor acercamiento a la diversidad en las especies de orquídeas.

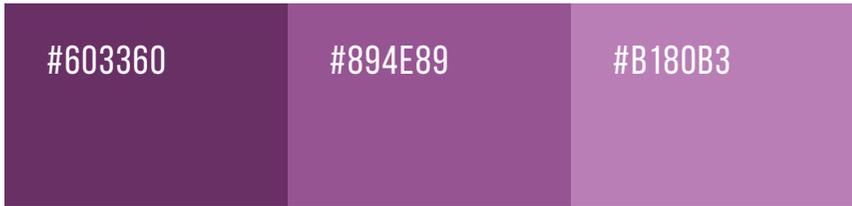
Dentro del material informativo y divulgativo se descarta los colores institucionales del IARNA y de la Universidad Rafael Landívar dado a que se pretende dar a conocer la proyección del Orquideario Landivariano a través de una personalidad contrastante a su temática, logrando destacar dentro del campus central, debido a que el color verde puede recaer en la monotonía y pasar desapercibido ante el grupo objetivo.



C: 0%	R: 202	C: 0%	R: 207	C: 0%	R: 218
M: 82%	G: 76	M: 73%	G: 97	M: 54%	G: 141
Y: 82%	B: 54	Y: 71%	B: 74	Y: 61%	B: 102
K: 0%		K: 0%		K: 0%	



C: 10%	R: 197	C: 0%	R: 232	C: 0%	R: 245
M: 62%	G: 117	M: 34%	G: 180	M: 16%	G: 218
Y: 92%	B: 48	Y: 80%	B: 77	Y: 49%	B: 151
K: 1%		K: 0%		K: 0%	



C: 61%	R: 96	C: 46%	R: 137	C: 27%	R: 177
M: 90%	G: 51	M: 79%	G: 78	M: 58%	G: 128
Y: 29%	B: 96	Y: 11%	B: 137	Y: 0%	B: 179
K: 21%		K: 1%		K: 0%	



C: 0%	R: 208	C: 0%	R: 212	C: 0%	R: 223
M: 72%	G: 103	M: 66%	G: 116	M: 48%	G: 159
Y: 41%	B: 115	Y: 38%	B: 124	Y: 23%	B: 165
K: 0%		K: 0%		K: 0%	

# TIPOGRAFÍA

La tipografía es parte fundamental en el desarrollo de la línea gráfica, debido a que brinda una óptima comprensión del mensaje. Este elemento trabaja en conjunto con el tono de voz con el que se desea llegar al grupo objetivo.

La tipografía san serif es un tipo de letra que carecen de terminaciones denominadas remates o serifas. Se seleccionó este tipo de tipografía, dado a que el mensaje que se proporciona en las diversas piezas gráficas son de carácter información sobre la temática y se requiere que sea legible para los usuarios.

## TRY ANGUS

Forma parte de la familia tipográfica san serif, es una tipografía donde sus terminaciones redondas son agradables visualmente, por lo que se percibe dinámica y no estéticamente rígida; su personalidad reside en sus proporciones condensadas y su apariencia monoespaciada que significa que los caracteres ocupan siempre el mismo espacio, por lo que crea un gran equilibrio entre redondez y rectitud.

Se busca transmitir a través de la tipografía un mensaje amigable dado a que se requiere generar empatía con el grupo objetivo, y poder sostener su atención de manera atractiva y eficientemente. Gracias a la familia Try Angus se puede generar composiciones visuales sin saturar el espacio.

## REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## BOLD

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

# ILUSTRACIÓN

La ilustración es uno de los elementos principales que apoyan la imagen gráfica y el contexto que se maneja dentro del mismo. Zeegen (2006) menciona que es un elemento que hace pensar al receptor y obtener mayor información sobre el texto e intentar comprender a fondo sobre el tema. Por medio de la ilustración se desea dar a conocer al Orquideario Landivariano e incentivar el interés de la comunidad landivariana sobre la temática, ya que gracias a este elemento se produce una línea gráfica dinámica, captando la atención del usuario.

Weinschenk (2011) afirma que la atención que manejan las personas es selectiva y al momento de centralizar su mente se filtran estímulos que hacen que se fije en una sola cosa sin desviarse con lo que se encuentra en el entorno, por lo que la ilustración es un aliado para generar curiosidad e interés.

La ilustración se basa en las principales y más características especies de orquídeas, para crear un mejor conocimiento sobre la temática, dado que existe una diversidad de especies muy complejas por lo que puede ser confuso para el grupo objetivo.

Para elaborar la ilustración se utilizaron trazos y líneas orgánicas que generan una conexión con la naturaleza, dado que las orquídeas transmiten libertad y belleza dentro de su entorno natural. El estilo

ilustrativo refleja fluidez y dinamismo, donde la especie se expande y florece a lo largo de las piezas gráficas, generando empatía debido a que las orquídeas deben permanecer en su propio ecosistema.

A pesar de que abundan especies dentro del conjunto de flora, Díaz (2013), indica que las orquídeas se les ha calificado como exóticas y ricas en su diversidad.

A continuación, se presentan tres características que se consideran fundamentales de las orquídeas:

1. Son simétricas, guardan a nivel general una simetría en su composición.
2. Tienen una variedad colores y tonos que las hacen muy atractivas a la vista.
3. Una variedad de especies.

Estas características se implementaron para acentuar la personalidad de estas especies ornamentales. Valiéndose de lo simétricos de las orquídeas, en un primer momento se presentaron frontales, sin embargo, se descubrió que esto daba mucha monotonía, que no reflejaba el movimiento, el crecimiento y la evolución de esta bella flor. Por ese motivo fue que se crearon nuevos diseños desde distintas perspectivas y ángulos de la especie.

La aplicación del efecto multiplicar surgió a través de expresar un entorno fuera de lo tradicional, donde surgen nuevas tonalidades a través de la unión de dos colores, por lo que logra evocar la fusión de una amplia variedad de especies que a pesar que unas se diferencien de otras siguen siendo un mismo linaje. Dicho efecto favorece a una ilustración dinámica, despojando a un estilo monótono y plano, donde crea un punto focal de atención.



# PIEZAS GRÁFICAS

## MONITORES Y PORTAL URL

Para dar a conocer al grupo objetivo el Orquideario Landivariano, los monitores y el portal de la Universidad Rafael Landívar son los canales de comunicación que se utilizan con mayor frecuencia. La información proporcionada a este respecto tiene como objetivo principal adentrar y familiarizar a los interesados sobre el contenido, propósitos y características de dicho espacio ecológico y ornamental.

Para llevar a cabo este proceso de reconocimiento es importante que con antelación se tomen en cuenta algunos aspectos, como los que señala Taylor (2013), quien sugiere que se identifique el papel específico de una publicación en la resolución del problema o necesidad, por lo que una publicación es efectiva dependiendo de cómo, a través de qué y dónde se transmita.

El mismo autor determina que es importante definir el tono de voz para centralizar la relación que tendrá la publicidad con el público; por lo tanto, el mensaje que se desea transmitir es en tono amigable debido a que fortalece el valor de la simpatía. La fase de expectación se maneja a través de cuatro palabras principales, como descubre, admira, cultiva y protege, los cuales están vinculadas con la conservación y apreciación de las orquídeas.

En la primera publicación realizada se utilizó la palabra “descubre”, dado a que uno de los objetivos era que las personas conocieran el Orquideario Landivariano y su proyección.

La segunda publicación se trabajó con la palabra “admira”. Está encaminada a lograr que las personas admiraran lo que habían descubierto, para generar en ellas mayor simpatía y asombro. Admirar la riqueza de la naturaleza es fortalecer el valor del respeto con el medio ambiente. Es por ello que la ilustración muestra un poco más sobre el entorno del hábitat natural de las orquídeas.

La tercera publicación hizo énfasis en la palabra “cultiva”, que hace referencia a una acción de transformar en algo significativo el objeto cultivado. Implica ser parte del cambio, por lo que se desea que las personas se integren y actúen. En la publicación se muestra una diversidad de especies de orquídeas que deben ser cultivadas para que florezcan.

Por último, la cuarta publicación se basó en la palabra “protege”. Es el último mensaje dado ya que cultivar significa responsabilidad y dicho valor se ejerce como comunidad landivariana para proteger

el entorno natural y ser partícipes para crear una relación amigable con el ecosistema, favoreciendo la conservación de las especies de flora.

En conclusión, el mensaje central que se quiso transmitir, al grupo objetivo, mediante estas cuatro ilustraciones, era el de valorar la riqueza de la naturaleza dentro del entorno de las orquídeas. De manera que en la quinta publicación se hace una invitación a que conozcan el establecimiento.

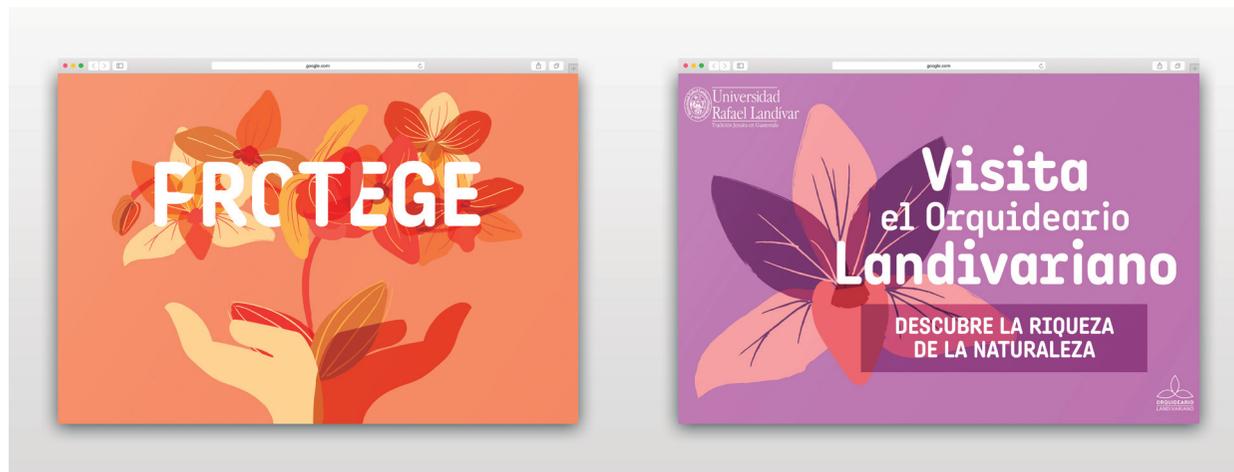
El objetivo de la fase de expectativa es para que el grupo objetivo se sienta intrigado con respecto a las publicaciones, las cuales estarán emitidos en los monitores de los kioscos en los diversos edificios como el M, J, L, O, H y el TEC, y para obtener mayor alcance se publicaran dentro del portal de la Universidad Rafael Landívar.

## MONITORES





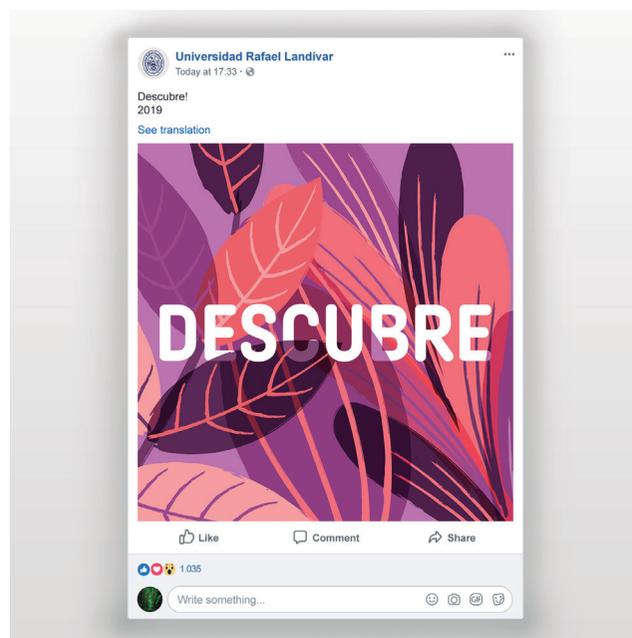
# PORTAL



## POST DE FACEBOOK

Se propuso que las publicaciones de la fase de expectativa se implementaran en el perfil oficial de la Universidad Rafael Landívar en Facebook, debido a que se pretende obtener mayor alcance sobre el reconocimiento del Orquideario dentro de la comunidad landivariana, de manera que dicha red social trabaja en conjunto con los monitores y el portal docente y estudiantil.

Se realizó una sexta publicación en donde se proporciona mayor información del contacto, reforzando el quinto post donde se incentiva el acercamiento del grupo objetivo con el establecimiento.





## AFICHES

Posteriormente a la fase de expectación, se implementó la fase de revelación. Por ello, se creó un afiche que ayuda a reforzar la familiarización con el proyecto, dado a que existe una continuación y el grupo objetivo puede eficientemente vincular la fase de expectativa con los materiales divulgativos e informativos.

Se elaboraron cuatro propuestas de afiches los cuales juegan un papel importante debido a que cada una posee un mensaje relevante y se vinculan entre sí; tal como se implementó en la fase de expectación con las palabras clave: descubre, admira, cultiva y protege. Son parte fundamental para transmitir la importancia de la conservación y apreciación de las orquídeas. Como se puede observar en el primer afiche, el dato sobre el número de especies de orquídeas a nivel mundial guarda relación con la palabra descubre, debido a que es un apunte para que las personas conozcan más sobre la diversidad de las orquídeas; en el segundo afiche se implementó la palabra admira dado a que se desea que el grupo objetivo se interese sobre la temática; en la tercera propuesta la palabra cultiva transmite un mensaje puntual que afianza el dato de que Guatemala es hogar de la Monja Blanca, símbolo patrio, por lo que cultivar significa proteger las riquezas que brinda la naturaleza; como última propuesta, el mensaje alarmante sobre las orquídeas y su estado actual, se arraiga a través de la palabra proteger.

El experto en el tema Fredy Archila, considera que para generar interés sobre la temática frecuentemente se utiliza mensajes positivos y negativos, por lo que recopilando información se puede abstraer mensajes como anteriormente se mencionaban que en conjunto creen un acercamiento sobre el estado de las orquídeas.

El diseño transmite la fusión y el crecimiento de las orquídeas, por lo que a través de los afiches la familia orchidaceae se expande y crece consecutivamente, esto se vincula con la frase conceptual “Fusión de raíces en movimiento”, pero como se puede observar en los afiches uno y dos, dicho desarrollo no es posible sin la ayuda comunitaria, en este caso de la comunidad landivariana.





Existen  
**+25,000**  
especies de  
**orquídeas**  
a nivel  
**mundial**

Participa  
en los espacios de  
**estudio y**  
de recreación

**Contáctanos**  
TEL: 24262626 / EXT.2549 LDA. MARÍA LÓPEZ MMLOPEZ-SEVA@URL.EDU.GT

**DESCUBRE LA RIQUEZA  
DE LA NATURALEZA**

 **iarna**  
Instituto de Investigación y Promoción  
del Ambiente Natural y Cultural

 **VRIP**  
Vicerrectoría de Investigación y Promoción

 **Universidad  
Rafael Landívar**  
Tradiciones Jóvenes en Guatemala



**Guatemala**  
posee **+1,000**  
**especies**  
de orquídeas

Participa  
en los espacios de  
**estudio y**  
de recreación

**Contáctanos**  
TEL: 24262626 / EXT.2549 LDA. MARÍA LÓPEZ MMLOPEZ-SEVA@URL.EDU.GT

**ADMIRA LA RIQUEZA  
DE LA NATURALEZA**

 **iarna**  
Instituto de Investigación y Promoción  
del Ambiente Natural y Cultural

 **VRIP**  
Vicerrectoría de Investigación y Promoción

 **Universidad  
Rafael Landívar**  
Tradiciones Jóvenes en Guatemala

**Monja Blanca,**  
pertenece a la  
**familia**  
de las  
**orquídeas**

Participa en los espacios de estudio y de recreación

**CULTIVA LA RIQUEZA DE LA NATURALEZA**

Contáctanos  
TEL: 2422626 / EXT.2249 LDA. MARÍA LÓPEZ MMLOPEZ.SEVA@URLEU.UT / IARNA URL / INFOIARNA.ORG.GT

**ORQUIDEARIO LANDIVARIANO**  
Instituto de Investigación y Promoción sobre Ambiente Natural y Cultural

**VRIP**  
Vicerrectoría de Investigación y Promoción

**Universidad Rafael Landívar**  
Tradición Juvenil en Guatemala

Las  
**orquídeas**  
son la especie de  
**plantas**  
con mayor  
**amenaza**  
a nivel nacional

Participa en los espacios de estudio y de recreación

**PROTEGE LA RIQUEZA DE LA NATURALEZA**

Contáctanos  
TEL: 2422626 / EXT.2249 LDA. MARÍA LÓPEZ MMLOPEZ.SEVA@URLEU.UT / IARNA URL / INFOIARNA.ORG.GT

**ORQUIDEARIO LANDIVARIANO**  
Instituto de Investigación y Promoción sobre Ambiente Natural y Cultural

**VRIP**  
Vicerrectoría de Investigación y Promoción

**Universidad Rafael Landívar**  
Tradición Juvenil en Guatemala

## BOTONES PROMOCIONALES

Como parte de la estrategia de mantenimiento se realizó una serie de diseños de botones con frases y elementos gráficos que refuercen la familiarización de la comunidad landivariana con el Orquideario Landivariano y su temática.

El material será proporcionado para las personas que asistan a los espacios de estudio y de recreación, como medio de agradecimiento o recompensa por ser personas proactivas, capaces de salir de su zona de confort y ser parte de un movimiento ecoamigable.

Se realizó el diseño de los botones con algunas especies de orquídeas para realzar la belleza de la especie, así como transmitir un mensaje positivo y un recordatorio de la importancia de cultivar y proteger las riquezas que nos rodean. Todos los diseños son atractivos y dinámicos, por lo que los miembros del grupo objetivo los pueden utilizar en cualquier momento y lugar.



## CALENDARIO

Forma parte del material promocional y se le proporcionara exclusivamente al personal docente y administrativo de la Universidad Rafael Landívar. Tiene como objetivo fortalecer la familiarización con el proyecto y dar a conocer un poco más sobre la temática. Despierta el interés gracias a la información y datos curiosos sobre las orquídeas.

Se elaboró un calendario de escritorio para un manejo práctico y agradable. Se espera que el mismo sea utilizado dentro de las áreas de trabajo del grupo objetivo. Su diseño lo convierte en un material dinámico, gracias a la implementación de la escala de colores, el manejo de las composiciones y las variaciones dentro de las ilustraciones, lo cual rompe con la monotonía y repetición de una pieza gráfica tradicional.

A través de los 12 meses del calendario se puede visualizar datos como fechas importantes y datos específicos sobre la temática de las orquídeas para fomentar el conocimiento sobre su estado actual, con lo cual se provee de un material no solo promocional sino informativo y recreativo a la vez.











# 14.

## PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN

# 14.1 ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## MONITORES Y PORTAL

NOMBRE DEL ARCHIVO: Fase expectativa

TAMAÑO: 1224 x 729 px

MODO DE COLOR: RGB

TIPO DE ARCHIVO: JPG

SOPORTE: Medio digital

DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

## POST DE FACEBOOK

NOMBRE DEL ARCHIVO: Fase expectativa

TAMAÑO: 1200 x 1200 px

MODO DE COLOR: RGB

TIPO DE ARCHIVO: JPG

SOPORTE: Medio digital

DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

## AFICHE

NOMBRE DEL ARCHIVO: Afiches

TAMAÑO: 11 x 17 in - 23.5 x 36 in

MODO DE COLOR: CMYK

TIPO DE ARCHIVO: PDF

SOPORTE: Opalina, papel 35% reciclable

DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

NO. DE REPRODUCCIÓN: 72

## BROCHURE

NOMBRE DEL ARCHIVO: Brochure

TAMAÑO: 16.5 x 5 in abierto, 5.5 x 5.5 in cerrado

MODO DE COLOR: CMYK

TIPO DE ARCHIVO: PDF

SOPORTE: Bond 120gr, papel 100% reciclable

DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

NO. DE REPRODUCCIÓN: 50

## BOLETÍN INFORMATIVO

NOMBRE DEL ARCHIVO: Boletín

TAMAÑO: 6.5 x 4.5 in

MODO DE COLOR: CMYK

TIPO DE ARCHIVO: PDF

SOPORTE: Bond 120gr, papel 100% reciclable

DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

NO. DE REPRODUCCIÓN: 100

## BOTONES

NOMBRE DEL ARCHIVO: Botones

TAMAÑO: 2.25 x 2.25 in

MODO DE COLOR: CMYK

TIPO DE ARCHIVO: PDF

SOPORTE: Base botón metálico, impresión papel bond, plástico transparente para encapsular y proteger la imagen.

DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

NO. DE REPRODUCCIÓN: 50

## CALENDARIO

NOMBRE DEL ARCHIVO: Calendario

TAMAÑO: 7.75 x 5.5 in

MODO DE COLOR: CMYK

TIPO DE ARCHIVO: PDF

SOPORTE: Interior couche - base texcote

DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

NO. DE REPRODUCCIÓN: 1,750

## STAND

NOMBRE DEL ARCHIVO: Render stand

TAMAÑO: 0.75 x 1.85 m

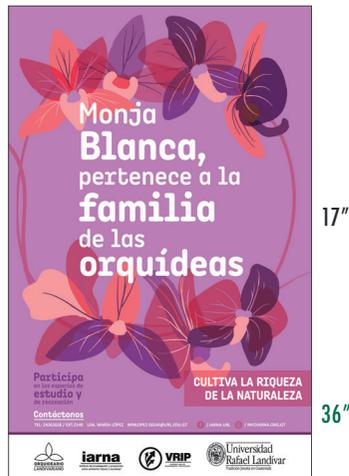
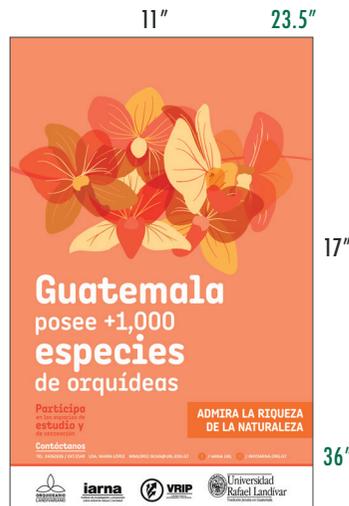
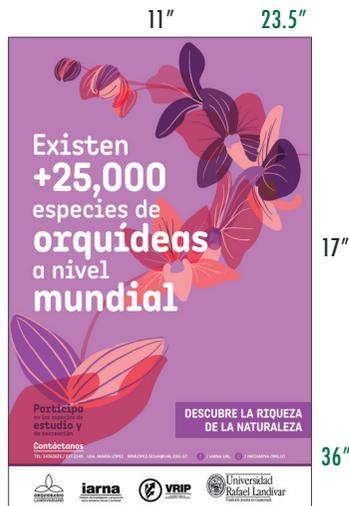
MODO DE COLOR: RGB

TIPO DE ARCHIVO: JPG

SOPORTE: Madera, logotipo del orquideario y de la Universidad Rafael Landívar en relieve

DESARROLLADO EN: Photoshop CC 2018

NO. DE REPRODUCCIÓN: 1



Fecha: 28/06/2018 Medidas: 11x17in - 23.5x36in  
 Cliente: Orquideario Landivariano Material: Opalina - 35% reciclable  
 Producto: Afiches Elaborado por: Estefani Laines

**APROBADO**

# ESTEFANI LAINES

## SISTEMA DE REPRODUCCIÓN

Litografía / Offset  Digital   
 Serigrafía  Impresión a cera - Sistema ecológico

## MODO DE COLOR

Full color CMYK

## ACABADOS ESPECIALES

Barniz UV  Foil  Laminado  Scodix   
 Estampado  Troquel  Relieve

## CHECKLIST

Medidas Correctas  
 Modo de Color: CMYK  
 Excesos  
 Respeto de márgenes  
 Software: illustrator CC2018

Fonts Paths  
 Fonts adjuntas  
 Layers Identificados y Ordenados  
 Paleta de Color Ordenada y Exacta  
 Guía de Troquel si aplica  
 Acabados Especificados

### IMÁGENES

Modo de Color: \_\_\_\_\_  
 Resolución: \_\_\_\_\_  
 Tamaño: \_\_\_\_\_  
 Nombre: \_\_\_\_\_

### DOCUMENTOS

Afiche 1.ai Afiche 3.ai  
 Afiche 1.pdf Afiche 3.pdf  
 Afiche 2.ai Afiche 4.ai  
 Afiche 2.pdf Afiche 4.pdf  
 Afiches ploter.ai Afiches ploter.pdf

## FICHA TÉCNICA: AFICHES

## TIRO



16.5"

5"

## RETIRO



16.5"

5"

Fecha: 28/06/2018

Medidas: 16.5x5plq

**APROBADO**

Cliente: Orquideario Landivariano

Material: Bond 120gr - 100% reciclable

Producto: Brochure

Elaborado por: Estefani Laines

# ESTEFANI LAINES

## SISTEMA DE REPRODUCCIÓN

Litografía / Offset  Digital   
Serigrafía  Impresión a cera - Sistema ecológico

## MODO DE COLOR

Full color CMYK

## ACABADOS ESPECIALES

Barniz UV  Foil  Laminado  Scodix   
Estampado  Troquel  Relieve

## CHECKLIST

- Medidas Correctas
- Modo de Color: CMYK
- Excesos
- Respeto de márgenes
- Software: illustrator CC2018
- Fonts Paths
- Fonts adjuntas
- Layers Identificados y Ordenados
- Paleta de Color Ordenada y Exacta
- Guía de Troquel si aplica
- Acabados Especificados

### IMÁGENES

- Modo de Color: \_\_\_\_\_
- Resolución: \_\_\_\_\_
- Tamaño: \_\_\_\_\_
- Nombre: \_\_\_\_\_

### DOCUMENTOS

- Brochure.ai
- Brochure.pdf

**FICHA TÉCNICA: BROCHURE**

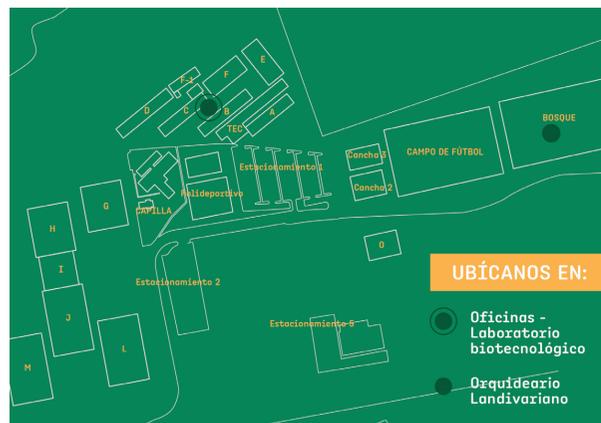
TIRO



4.5"

6.5"

RETIRO



4.5"

6.5"

Fecha: 28/06/2018

Medidas: 6.5x4.5plg

**APROBADO**

Cliente: Orquideario Landivariano

Materia: Bond 120gr - 100% reciclable

Producto: Boletín

Elaborado por: Estefani Laines

# ESTEFANI LAINES

## SISTEMA DE REPRODUCCIÓN

Litografía / Offset  Digital   
 Serigrafía  Impresión a cera - Sistema ecológico

## MODO DE COLOR

Full color CMYK

## ACABADOS ESPECIALES

Barniz UV  Foil  Laminado  Scodix   
 Estampado  Troquel  Relieve

## CHECKLIST

Medidas Correctas  Fonts Paths  
 Modo de Color: CMYK  Fonts adjuntas  
 Excesos  Layers Identificados y Ordenados  
 Respeto de márgenes  Paleta de Color Ordenada y Exacta  
 Software: illustrator CC2018  Guía de Troquel si aplica  
 Modo de Color: \_\_\_\_\_  Acabados Especificados

### IMÁGENES

Resolución: \_\_\_\_\_  
 Tamaño: \_\_\_\_\_  
 Nombre: \_\_\_\_\_

### DOCUMENTOS

Boletín.ai  
 Boletín.pdf

**FICHA TÉCNICA: BOLETÍN**

2.25"	2.25"	2.25"
2.25"	2.25"	2.25"
2.25"		
Fecha: <u>28/06/2018</u>	Medidas: <u>2.25plg</u>	<b>APROBADO</b>
Cliente: <u>Orquideario Landivariano</u>	Material: <u>Bond - 100% reciclable</u>	
Producto: <u>Botones</u>	Elaborado por: <u>Estefani Laines</u>	

# ESTEFANI LAINES

## SISTEMA DE REPRODUCCIÓN

Litografía / Offset       Digital   
 Serigrafía       Impresión a cera - Sistema ecológico

## MODO DE COLOR

Full color CMYK

## ACABADOS ESPECIALES

Base botón metálico       Plástico transparente para  
 Impresión papel bond       encapsular y proteger la imagen

## CHECKLIST

<input checked="" type="checkbox"/> Medidas Correctas	<input checked="" type="checkbox"/> Fonts Paths
<input checked="" type="checkbox"/> Modo de Color: <u>CMYK</u>	<input type="checkbox"/> Fonts adjuntas
<input checked="" type="checkbox"/> Excesos	<input checked="" type="checkbox"/> Layers Identificados y Ordenados
<input checked="" type="checkbox"/> Respeto de márgenes	<input checked="" type="checkbox"/> Paleta de Color Ordenada y Exacta
<input checked="" type="checkbox"/> Software: <u>illustrator CC2018</u>	<input type="checkbox"/> Guía de Troquel si aplica
<b>IMÁGENES</b>	<input checked="" type="checkbox"/> Acabados Especificados
<input type="checkbox"/> Modo de Color: _____	<b>DOCUMENTOS</b>
<input type="checkbox"/> Resolución: _____	<input checked="" type="checkbox"/> Botones.ai
<input type="checkbox"/> Tamaño: _____	<input type="checkbox"/> Botones.pdf
<input type="checkbox"/> Nombre: _____	

## FICHA TÉCNICA: BOTONES



PORTADA - TIRO



RETIRO



TIRO - 01



RETIRO - 01



TIRO - 02



RETIRO - 02



TIRO - 03



RETIRO - 03



TIRO - 04



RETIRO - 04



TIRO - 05



RETIRO - 05



TIRO - 06



RETIRO - 06



TIRO - 07



RETIRO CONTRAPORTADA - 07

Fecha: 28/06/2018

Medidas: 7.75x5.5plq

**APROBADO**

Cliente: Orquideario Landivariano

Material: Base textcote - Interior couche

Producto: Calendario

Elaborado por: Estefani Laines

# ESTEFANI LAINES

## SISTEMA DE REPRODUCCIÓN

Litografía / Offset  Digital   
 Serigrafía  Impresión a cera - Sistema ecológico

## MODO DE COLOR

Full color CMYK

## ACABADOS ESPECIALES

Barniz UV  Foil  Laminado  Scodix   
 Estampado  Troquel  Relieve  Espiral

## CHECKLIST

- Medidas Correctas
- Modo de Color: CMYK
- Excesos
- Respeto de márgenes
- Software: illustrator CC2018
- Fonts Paths
- Fonts adjuntas
- Layers Identificados y Ordenados
- Paleta de Color Ordenada y Exacta
- Guía de Troquel si aplica
- Acabados Especificados

### IMÁGENES

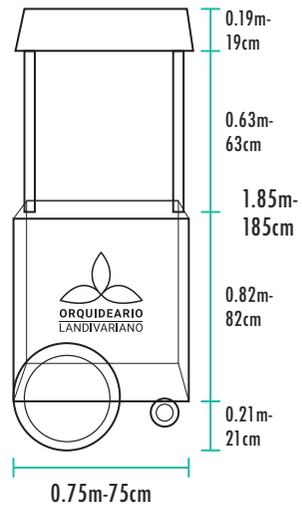
- Modo de Color: \_\_\_\_\_
- Resolución: \_\_\_\_\_
- Tamaño: \_\_\_\_\_
- Nombre: \_\_\_\_\_

### DOCUMENTOS

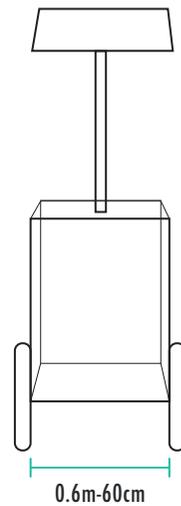
- Calendario.ai
- Calendario.pdf

## FICHA TÉCNICA: CALENDARIO

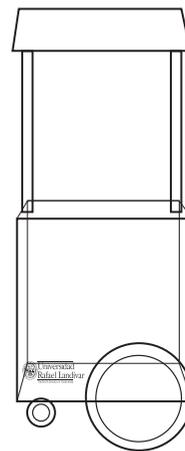
### LADO FRONTAL



### LADO LATERAL



### LADO POSTERIOR



### MONTAJE



Fecha: 28/06/2018 Medidas: 0.75m x 1.85m  
 Cliente: Orquideario Landivariano Material: Madera  
 Producto: Stand Elaborado por: Estefani Laines

**APROBADO**

## ESTEFANI LAINES

### SISTEMA DE REPRODUCCIÓN

Litografía / Offset  Digital   
 Serigrafía  Impresión a   
 cera - Sistema ecológico

### MODO DE COLOR

Full color CMYK

### ACABADOS ESPECIALES

Barniz UV  Foil  Laminado  Scodix   
 Estampado  Troquel  Relieve

### CHECKLIST

Medidas Correctas  Fonts Paths  
 Modo de Color: RGB  Fonts adjuntas  
 Excesos  Layers Identificados y Ordenados  
 Respeto de márgenes  Paleta de Color Ordenada y Exacta  
 Software: Photoshop CC2018  Guía de Troquel si aplica  
**IMÁGENES**  Acabados Especificados  
 Modo de Color: \_\_\_\_\_  
 Resolución: \_\_\_\_\_  
 Tamaño: \_\_\_\_\_  
 Nombre: \_\_\_\_\_

### DOCUMENTOS

Render stand.jpg  
 Logo orquideario.jpg  
 Logo URL.jpg

### FICHA TÉCNICA: STAND

# 14.2 INFORME TÉCNICO

Guatemala Julio 3, 2018

Estimada Lda. María Mercedes López

El motivo de la presente es para detallar sobre las especificaciones técnicas de las piezas, que se encuentran en el CD que se entrega adjunto.

El CD lleva nombre como "Identidad gráfica, material informativo y divulgativo del Orquideario Landivariano", el cual encontrará 8 carpetas, que contienen los archivos editables, artes finales y fichas técnicas según el material impreso.

A continuación, se presenta un resumen de los archivos:

## FASE EXPECTATIVA MONITORES Y PORTAL

Publicación 1.ai  
Publicación 1.jpg  
Publicación 2.ai  
Publicación 2.jpg  
Publicación 3.ai  
Publicación 3.jpg  
Publicación 4.ai  
Publicación 4.jpg  
Publicación 5.ai  
Publicación 5.jpg  
Publicación 6.ai  
Publicación 6.jpg

## FASE EXPECTATIVA POST DE FACEBOOK

Post 1.ai  
Post 1.jpg  
Post 2.ai  
Post 2.jpg  
Post 3.ai  
Post 3.jpg  
Post 4.ai  
PPost 4.jpg  
Post 5.ai  
Post 5.jpg  
Post 6.ai  
Post 6.jpg

## AFICHES

Afiche 1.ai  
Afiche 1.pdf  
Afiche 2.ai  
Afiche 2.pdf  
Afiche 3.ai  
Afiche 3.pdf  
Afiche 4.ai  
Afiche 4.pdf  
Afiches ploter.ai  
Afiches ploter.pdf  
Ficha técnica – afiches.pdf

# CARTA PARA CLIENTE

## BOLETÍN

Boletín.ai  
Boletín.pdf  
Ficha técnica – boletín.pdf

## BROCHURE

Brochure.ai  
Brochure.pdf  
Ficha técnica – brochure.pdf

## LOGO

Manual logotipo.pdf  
Sello logotipo.ai  
Sello logotipo.pdf

## BOTONES

Botones.ai  
Botones.pdf  
Ficha técnica – botones.pdf

## CALENDARIO

Calendario.ai  
Calendario.pdf  
Ficha técnica – calendario.pdf

## STAND

Render stand.jpg

Especificaciones técnicas:

### MONITORES Y PORTAL

NOMBRE DEL ARCHIVO: Fase expectativa  
TAMAÑO: 1224 x 729 px  
MODO DE COLOR: RGB  
TIPO DE ARCHIVO: JPG  
SOPORTE: Medio digital  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

### AFICHE

NOMBRE DEL ARCHIVO: Afiche  
TAMAÑO: 11 x 17 in - 23.5 x 36 in  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Opalina, papel 35% reciclable  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 72

### POST DE FACEBOOK

NOMBRE DEL ARCHIVO: Fase expectativa  
TAMAÑO: 1200 x 1200 px  
MODO DE COLOR: RGB  
TIPO DE ARCHIVO: JPG  
SOPORTE: Medio digital  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

### BROCHURE

NOMBRE DEL ARCHIVO: Brochure  
TAMAÑO: 16.5 x 5 in abierto, 5.5 x 5.5 in cerrado  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Bond 120gr, papel 100% reciclable  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 50

## CARTA PARA CENTRO DE IMPRESIÓN

Guatemala Julio 3, 2018

A quien interese:

Informe técnico

El motivo de la presente es para detallar las especificaciones técnicas de las piezas para el Orquideario Landivariano. En el siguiente informe se detalla las especificaciones para la proseguir con la reproducción; el CD está acompañado por los artes finales editables, archivos PDF y fichas técnicas.

### AFICHE

NOMBRE DEL ARCHIVO: Afiche  
TAMAÑO: 11 x 17 in - 23.5 x 36 in  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Opalina, papel 35% reciclable  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 72

### BROCHURE

NOMBRE DEL ARCHIVO: Brochure  
TAMAÑO: 16.5 x 5 in abierto, 5.5 x 5.5 in cerrado  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Bond 120gr, papel 100% reciclable  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 50

### BOLETÍN INFORMATIVO

NOMBRE DEL ARCHIVO: Boletín  
TAMAÑO: 6.5 x 4.5 in  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Bond 120gr, papel 100% reciclable  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 100

### BOTONES

NOMBRE DEL ARCHIVO: Botones  
TAMAÑO: 2.25 x 2.25 plg  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Base botón metálico, impresión papel bond, plástico transparente para encapsular y proteger la imagen  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 50

### BOLETÍN INFORMATIVO

NOMBRE DEL ARCHIVO: Boletín  
TAMAÑO: 6.5 x 4.5 in  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Bond 120gr, papel 100% reciclable  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 100

### BOTONES

NOMBRE DEL ARCHIVO: Botones  
TAMAÑO: 2.25 x 2.25 plg  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Base botón metálico, impresión papel bond, plástico transparente para encapsular y proteger la imagen  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 50

Atentamente,

Estefani Laines

Teléfono: 59461671

Correo: estefanilaines96@gmail.com

### CALENDARIO

NOMBRE DEL ARCHIVO: Calendario  
TAMAÑO: 7.75 x 5.5 plg  
MODO DE COLOR: CMYK  
TIPO DE ARCHIVO: PDF  
SOPORTE: Interior couche - base texcote  
DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 1,750

### STAND BTL

NOMBRE DEL ARCHIVO: Render stand  
TAMAÑO: 0.75 x 1.85 m  
MODO DE COLOR: RGB  
TIPO DE ARCHIVO: JPG  
SOPORTE: Madera, logotipo del orquideario y de la Universidad Rafael Landívar en relieve  
DESARROLLADO EN: Photoshop CC 2018  
NO. DE REPRODUCCIÓN: 1

**CALENDARIO**

NOMBRE DEL ARCHIVO: Calendario

TAMAÑO: 7.75 x 5.5 plg

MODO DE COLOR: CMYK

TIPO DE ARCHIVO: PDF

SOPORTE: Interior couche - base texcote

DESARROLLADO EN: Illustrator CC 2018

NO. DE REPRODUCCIÓN: 1,750

**STAND BTL**

NOMBRE DEL ARCHIVO: Render stand

TAMAÑO: 0.75 x 1.85 m

MODO DE COLOR: RGB

TIPO DE ARCHIVO: JPG

SOPORTE: Madera, logotipo del  
orquideario y de la Universidad  
Rafael Landívar en relieve

DESARROLLADO EN: Photoshop CC 2018

NO. DE REPRODUCCIÓN: 1

Atentamente,

Estefani Laines

Teléfono: 59461671

Correo: [estefanilaines96@gmail.com](mailto:estefanilaines96@gmail.com)

## 14.3 PRESUPUESTO DE DISEÑO

El presupuesto se llevó a cabo por medio de una serie de cálculos tomando como referencias el “Tarifario modelo 2017 - Cámara de Diseñadores en Comunicación Visual del CCIRR” y el “Tarifario 2017 - Asociación de diseñadores gráficos costa atlántica”, los cuales estableces una guía de precios dependiendo las áreas de intervención del diseño.

PIEZA	CANTIDAD	UNIDAD	TOTAL
Rediseño de logotipo			Q.2,000.00
Fase expectativa	5	Q.200.00	Q.1,000.00
Diseño de afiches	4	Q.385.00	Q.1,540.00
Brochure informativo	1		Q.730.00
Boletín informativo	1		Q.350.00
Botones	9	Q.80.00	Q.720.00
Calendario	1		Q.1,500.00
Stan BTL	1		Q.1,700.00
TOTAL FINAL			Q.9,540.00

## 14.4 PRESUPUESTO DE REPRODUCCIÓN

Se realizó un estimado del costo a través de una serie de cotizaciones (Anexo No. 18). Debido a que el proyecto es de carácter ambiental como la flora, se retomó un enfoque ecoamigable por lo que se recomienda realizar la reproducción de los materiales informativos como los botones en el centro de impresión Thesign, dado a que cuentan con un sistema de impresión ecológico a cera y papeles reciclables. Para la reproducción del calendario se recomienda un

centro de impresión litográfico ya que el número de impresión es elevado; aproximadamente 1300 personal laboran en los centros administrativos, 450 en al área de docencia de las 9 facultades educativas de la Universidad Rafael Landívar, tomando en cuenta el área de posgrados y educación continua. Por último, para el sello corporativo se recomienda la empresa Sellos de Guatemala, ya que logran acabados de alta calidad.

PIEZA	CANTIDAD	PROVEEDOR	UNIDAD	TOTAL
Afiche	72	Thesign	Q.14.00	Q.1,008.00
Brochure	50	Thesign	Q.11.00	Q.550.00
Boletín	100	Thesign	Q.2.75	Q.275.00
Botones	50	Thesign	Q.5.04	Q.270.00
Calendario	1,750	Impresa	Q.4.46	Q.7,805.00
POP - Stand	1	Bright solutions		Q.2,000.00
Sellos de madera	2	Sellos de Guatemala	Q.50.00	Q.100.00
			<b>TOTAL FINAL</b>	<b>Q.12,008.00</b>

# 15.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

# CONCLUSIONES

- Se desarrolló el rediseño de la identidad gráfica para el Orquideario Landivariano la cual representa e identifica al proyecto, facilitando su reconocimiento dentro de la comunidad landivariana. La identidad permite distinguir al establecimiento dentro de las múltiples áreas de proyección ambiental que cuenta el Instituto de Investigación y Proyección Ambiental y Sociedad el IARNA.
- Se realizó el diseño de materiales informativos y divulgativos que facilitó el proceso de familiarización del orquideario dirigido a estudiantes, personal docente y administrativa. Se dio a conocer la proyección del establecimiento e información sobre la temática de las orquídeas, generando interés sobre la conservación y apreciación de las especies.

El mensaje se transmitió por medio de una estrategia gráfica y de comunicación, empleando diversos factores que aportan un valor significativo, desde el proceso de la selección de la paleta de color y el desarrollo de las ilustraciones que brindan un entorno moderno y atractivo, así como la implementación de composiciones legibles y dinámicas. Se generó una estructura comunicativa que posee un tono de voz amigable e incentivadora, realzando la importancia de la información que se brinda.

# RECOMENDACIONES

- Se recomienda que al momento de realizar un diseño de una identidad gráfica para un ente institucional se debe de desfragmentar las cualidades más representativas del establecimiento, centralizándose en la parte más distintiva, el cual ayude a enfocarse en elementos como el cromatismo adecuado, ya que el color dice mucho acerca de la marca.
- Al realizar materiales con carácter informativo y divulgativo se recomienda tomar en cuenta los principales canales de comunicación como medios digitales e impresos que están al alcance del grupo meta, ya que el objetivo es lograr difundir el mensaje de manera eficiente y puntual.

# REFERENCIAS

## B

Boada, M. y Toledo, V. (2013). *El planeta, nuestro cuerpo – Ecología, ambientalismo, crisis de la modernidad*. (1ª. Ed.). México, Distrito Federal: Fondo de la Cultura Económica.

## C

Campos, J. (2015). *Diseño editorial*. Lima, Perú: Grupo Santillana.

Cámara de Diseñadores en Comunicación Visual. (2017). *Tarifario modelo v7.2*. Buenos Aires, Argentina: CDCV.

Castellanos, A. (2014). *Centro de interpretación de orquídeas y orquideario. Proyecto de grado*. Universidad Rafael Landívar, Guatemala.

Costa, J. (2004). *La imagen de marca, un fenómeno social*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Costa, J. (2008). *Diseñar para los ojos*. (2da ed.). Barcelona, España: Costa Punto Como Editor

## D

Díaz, M. (2013). *Manual de cultivo de orquídeas*. (1a. Ed.). Veracruz, México: Secretaría de Educación de Veracruz.

## F

Freuler, M. (2006). *Orquídeas*. (1a. Ed.). Buenos Aires, Argentina: Editorial Albatros.

## G

Gálvez, J. (2018). *Programa Ambiental del campus central de la Universidad Rafael Landívar*. Guatemala, Guatemala: Editorial Cara Parens de la Universidad Rafael Landívar.

## L

Lopez, M. (2015). *Las orquídeas en Guatemala y su estado*. Guatemala, Guatemala: Universidad Rafael Landívar.

## M

Marcos, A. (2007). *Claves del diseño logos*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

Murillo, M. (2013). *Cultura ambiental: un estudio desde las dimensiones del valor, creencias, actitudes y comportamientos ambientales*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional de Colombia.

## N

Nauray, W. (2013). *Manual de Orquídeas*. Lima, Perú: Perú Ministerio del Medio Ambiente.

## P

Parramón. (2003). *Todo sobre la técnica de ilustración*. Barcelona, España: Parramón Ediciones S.A.

Pocasangre, C. (2013). *Propuesta de rediseño de la identidad gráfica. Tesis de grado inédita*. Universidad de Tijuana, California.

Portal Universidad Rafael Landívar. (2017). *Misión y visión de la Universidad Rafael Landívar*. Recuperado de: <http://principal.url.edu.gt/index.php/home/sobre-nosotros>

Portal de la Real Academia Española. (2017). *Definiciones: fusión, movimiento y raíces*. Recuperado de: <http://www.rae.es>

## T

Taylor, A. (2013). *Pensamiento estratégico para creativos publicitarios*. Barcelona, España: Promotora de preense internacional, S.A.

## V

Vicerrectoría de Investigación y Proyección de la Universidad Rafael Landívar. (2017). *Un sistema de investigación y proyección para el país y la región*. Guatemala: Editorial Serviprensa.

## W

Weinschenk, S. (2011). *Diseño inteligente, 100 cosas sobre la gente que todo diseñador debe saber*. Madrid, España: Ediciones Anaya Multimedia.

## Z

Zeegen, L. (2006). *Principios de ilustración*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili, SL.

# ANEXOS

# ÍNDICE ANEXOS

1. BRIEF	296	10. RESULTADOS GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO	324
2. GUÍA DE OBSERVACIÓN: ANTECEDENTES	298	11. INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN: EXPERTOS EN DISEÑO	330
3. GUÍA DE OBSERVACIÓN: COMPETENCIA	300	12. INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN: EXPERTOS EN EL TEMA	333
4. GUÍA DE OBSERVACIÓN: CASO ANÁLOGO	302	13. INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN: GRUPO OBJETIVO	335
5. ENTREVISTA EXPERTO EN EL TEMA	305	14. RESULTADOS DE VALIDACIÓN: EXPERTOS EN DISEÑO	338
6. ENTREVISTA EXPERTO EN DISEÑO	308	15. RESULTADOS DE VALIDACIÓN: EXPERTOS EN EL TEMA	343
7. INSTRUMENTO GRUPO OBJETIVO PRIMARIO	312	16. RESULTADOS DE VALIDACIÓN: G.O PRIMARIO	346
8. INSTRUMENTO GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO	315	17. RESULTADOS DE VALIDACIÓN: G.O SECUNDARIO	352
9. RESULTADOS GRUPO OBJETIVO PRIMARIO	318	18. COTIZACIONES	357

# ANEXO NO. 1

## BRIEF DE DISEÑO

- **CLIENTE:** Orquideario Landivariano
- **CONTACTO:** María Mercedes López Selva
- **CAMPAÑA:** Identidad gráfica, material informativo y divulgativo.
- **DEPARTAMENTO:**
- **PRESUPUESTO:** No definido
- **RESPONSABLE:** María Mercedes López Selva
- **REQUERIMIENTO:** No establece requerimientos definidos.
- **PRODUCTO:** Material informativo y divulgativo para la comunidad landivariana.
- **OBJETIVO:** Rediseño de la identidad gráfica que represente e identifique al Orquideario, diseñar material informativo y divulgativo para dar a conocer el establecimiento y su proyección, incentivando el interés sobre el grupo objetivo.
- **CANAL DE COMUNICACIÓN:** Monitores del campus central, portal de la Universidad Rafael Landívar, áreas del campus.

### 1. ANTECEDENTES:

Existe una página web que corresponde al IARNA Instituto de Investigación y Proyección sobre Ambiente Natural y Sociedad, consta de diversas áreas el cual el Orquideario tiene un apartado para dar a conocer su proyección. Material informativo como el diseño de un trifoliar tiro y retiro.

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO A COMUNICAR:

Rediseño de la identidad gráfica.

Material informativo y divulgativo sobre el Orquideario Landivariano.

### 3. OBJETIVOS DEL NEGOCIO:

Crear el rediseño de la identidad gráfica el cual aporta a un mejor reconocimiento y familiarización con el proyecto de orquídeas, y tener materiales con el cual se pueda difundir la presencia del Orquideario dentro de las instalaciones de la universidad.

### 4. OBJETIVOS DEL PROYECTO:

Crear interés sobre la temática dentro de la comunidad landivariana.

### 5. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN:

Un acercamiento sobre la conservación y la apreciación de las especies de orquídeas.

### 6. INSIGHT:

La mayor parte del grupo objetivo no reconoce al Orquideario como tal, por lo que puede pasar desapercibido, y la conservación y apreciación de las orquídeas llega hacer un tema lejano.

## 7. VALUE PROPOSITION:

USP

Las piezas a desarrollar generaran mayor reconocimiento sobre el Orquideario, el cual se espera producir un impacto visual que logre centrarse en la mente del grupo objetivo.

Reason Why

Se desarrollará bajo una identidad grafica atractiva y funcional que logrará comunicar.

Net Take Away

La identidad grafica lograra establecer una relación con el contenido proyectando de manera concisa y directa lo que se desea comunicar.

## 8. PIEZAS A DESARROLLAR:

Identidad gráfica – logotipo

Material informativo – Brochure, boletín informativo.

Material divulgativo – Monitores y portal universitario.

Material promocional – Calendario y botones.

## 9. TONO Y MANERA:

Redacción que construya simpatía.

## 10. TARGET:

Comunidad landivariana, estudiantes, personal docente y administrativo.

## 11. MANDATARIOS:

María Mercedes López Selva.

## 12. PRESUPUESTO:

No definido.

## 13. ¿CÓMO VAMOS A MEDIR RESULTADOS?

Estadísticas sobre el acercamiento del grupo objetivo hacia el Orquideario Landivariano.

## 14. ¿QUIÉN APROBARÁ EL BRIEF?

María Mercedes López Selva.

## ANEXO NO.2

### GUÍA DE OBSERVACIÓN: ANTECEDENTES

Pieza: Logotipo

1. La identidad gráfica se representa a través de:
  - a) Logotipo
  - b) Imagotipo**
  - c) Isotipo
  - d) Isologo
2. ¿Ha qué estilo pertenece el logotipo?
  - a) Simbólico**
  - b) Descriptivo
  - c) Tipográfico
  - d) Abstracto
  - e) Ilustrativo
  - f) Emblemático
3. La imagen de la entidad se ve representada gráficamente por:
  - a) Nombre**
  - b) Forma**
  - c) Tipografía
  - d) Color
  - e) Composición
  - f) Dimensión y estructura
4. El logotipo cumple con las cualidades:
  - a) Simple
  - b) Memorable

- c) **Legible**
  - d) Atemporal
  - e) Adaptable
  5. El manejo del color se caracteriza por:
    - a) Denotaciones culturales**
    - b) Connotación culturales
    - c) Es adecuado para diversos medios de comunicación
    - d) El color influye en la memoria
  6. ¿Ha qué clasificación tipográfica pertenece?
    - a) Serif
    - b) San serif**
    - c) Cursivas
    - d) Decorativa
  7. ¿Cuál es el manejo de la composición?
    - a) Contrastante
    - b) Jerárquica
    - c) Desequilibrada**
- Pieza: Material informativo
8. Tipo de material
    - a) Impreso**
    - b) Digital**
    - c) Mixto
    - d) Auditivo
  9. ¿Cuál es su funcionalidad?
    - a) Informar**
    - b) Divulgar
    - c) Publicitar

10. Elementos gráficos de soporte:
- a) **Color**
  - b) **Tipografía**
  - c) Iconografía
  - d) **Fotografía**
  - e) Ilustración
11. El manejo del color se representa a través de:
- a) **Denotación sobre el tema**
  - b) Connotación sobre el tema
  - c) **Soporte visual**
12. El color genera:
- a) Armonía
  - b) Contraste
  - c) **Saturación**
13. ¿Cuál es la funcionalidad de la tipografía?
- a) **Trasladar la información**
  - b) Reforzar el mensaje
  - c) Crear impacto sobre el mensaje
14. ¿Qué clasificaciones tipográficas utiliza?
- e) Serif
  - f) **San serif**
  - g) Cursivas
  - h) Decorativa
15. ¿Cuál es el papel de la fotografía dentro de la pieza?
- a) Atraer
  - b) Comunicar un mensaje
  - c) **Reforzar el texto**
16. Tipo de fotografía:
- a) Fotografía artística
  - b) Fotográfica documental
  - c) Fotografía publicitaria
  - d) **Fotografía científica**
17. La composición genera:
- d) Contrastante
  - e) **Jerarquía**
  - f) Desequilibrada
18. La jerarquía visual se destaca por:
- a) **Divisiones**
  - b) Tamaño
  - c) Equilibrio
19. ¿Cómo se define la legibilidad y fluidez de la lectura?
- a) Familias tipográficas
  - b) **Uso de mayúsculas y minúsculas**
  - c) **Tamaño**
  - d) Color
20. ¿Cómo se maneja el mensaje dentro de la pieza?
- a) **Positivo**
  - b) **Negativo**
  - c) Cualitativo
  - d) Comparativo
- Pieza: Plataforma web
21. ¿Cuál es su funcionalidad?
- a) **Informar**
  - b) Divulgar

- c) Publicitar
- 22. Elementos gráficos de soporte:
  - a) **Color**
  - b) **Tipografía**
  - c) Iconografía
  - d) **Fotografía**
  - e) Ilustración
- 23. El manejo de los colores es:
  - a) **Contrastante**
  - b) Armonioso
  - c) Saturado
- 24. La proporción tipográfica es:
  - a) **Legible**
  - b) No legible
- 25. La composición dentro de la navegación es:
  - a) Contrastante
  - b) **Jerárquica**
  - c) Desequilibrada
- 26. La jerarquía visual se destaca por:
  - a) **Divisiones**
  - b) **Tamaño**
  - c) Equilibrio
- 27. ¿Cómo se define la fluidez dentro de la navegación?
  - a) Eficiente
  - b) **Práctico**
  - c) Confuso

## ANEXO NO.3

### GUÍA DE OBSERVACIÓN: COMPETENCIA

Pieza: Material publicitario

1. Tipo de material
  - a) **Impreso**
  - b) **Digital**
  - c) Mixto
  - d) Auditivo
2. ¿Cuál es su funcionalidad?
  - a) **Informar**
  - b) **Divulgar**
  - c) **Publicitar**
3. Elementos gráficos de soporte:
  - a) **Color**
  - b) **Tipografía**
  - c) Iconografía
  - d) **Fotografía**
  - e) Ilustración
4. El manejo del color se representa a través de:
  - a) Denotación sobre el tema
  - b) Connotación sobre el tema
  - c) **Soporte visual**
5. El color genera:
  - a) Armonía
  - b) Contraste

- c) **Saturación**
6. ¿Cuál es la funcionalidad de la tipografía?
- a) **Trasladar la información**
- b) Reforzar el mensaje
- c) Crear impacto sobre el mensaje
7. ¿Qué clasificaciones tipográficas utiliza?
- a) **Serif**
- b) San serif
- c) **Cursivas**
- d) Decorativa
8. ¿Cuál es el papel de la fotografía dentro de la pieza?
- a) Atraer
- b) Comunicar un mensaje
- c) **Reforzar el texto**
9. Tipo de fotografía:
- a) Fotografía artística
- b) Fotográfica documental
- c) Fotografía publicitaria
- d) **Fotografía científica**
10. La composición genera:
- a) Contrastante
- b) **Jerarquía**
- c) Desequilibrada
11. La jerarquía visual se destaca por:
- a) **Divisiones**
- b) Tamaño
- c) Equilibrio
12. ¿Cómo se define la legibilidad y fluidez de la lectura?
- a) **Familias tipográficas**
- b) **Uso de mayúsculas y minúsculas**
- c) **Tamaño**
- d) Color
- Pieza: Plataforma web
13. ¿Cuál es su funcionalidad?
- a) **Informar**
- b) Divulgar
- c) Publicitar
14. Elementos gráficos de soporte:
- a) **Color**
- b) **Tipografía**
- c) Iconografía
- d) **Fotografía**
- e) Ilustración
15. El manejo de los colores es:
- a) **Contrastante**
- b) Armonioso
- c) Saturado
16. La proporción tipográfica es:
- a) **Legible**
- b) No legible
17. La composición dentro de la navegación es:
- a) Contrastante
- b) Jerárquica
- c) **Desequilibrada**

18. La jerarquía visual se destaca por:
- a) **Divisiones**
  - b) Tamaño
  - c) Equilibrio
19. ¿Cómo se define la fluidez dentro de la navegación?
- a) Eficiente
  - b) **Práctico**
  - c) Confuso

## ANEXO NO.4

### GUÍA DE OBSERVACIÓN: CASO ANÁLOGO

Pieza: Logotipo

1. La identidad gráfica se representa a través de:
- a) Logotipo
  - b) **Imagotipo**
  - c) Isotipo
  - d) Isologo
2. ¿Ha qué estilo pertenece el logotipo?
- a) **Simbólico**
  - b) Descriptivo
  - c) Tipográfico
  - d) Abstracto
  - e) Ilustrativo
  - f) Emblemático

3. La imagen de la entidad se ve representada gráficamente por:
- a) **Nombre**
  - b) **Forma**
  - c) Tipografía
  - d) Color
  - e) **Composición**
  - f) Dimensión y estructura
4. El logotipo cumple con las cualidades:
- a) **Simple**
  - b) Memorable
  - c) **Legible**
  - d) Atemporal
  - e) **Adaptable**
5. El manejo del color se caracteriza por:
- a) Denotaciones culturales
  - b) Connotación culturales
  - c) **Es adecuado para diversos medios de comunicación**
  - d) El color influye en la memoria
6. ¿Ha qué clasificación tipográfica pertenece?
- a) Serif
  - b) **San serif**
  - c) Cursivas
  - d) Decorativa
7. ¿Cuál es el manejo de la composición?
- a) **Contrastante**
  - b) **Jerárquica**
  - c) Desequilibrada

Pieza: Material informativo

8. Tipo de material

a) **Impreso**

b) Digital

c) Mixto

d) Auditivo

9. ¿Cuál es su funcionalidad?

a) **Informar**

b) **Divulgar**

c) Publicitar

10. Elementos gráficos de soporte:

a) **Color**

b) **Tipografía**

c) **Iconografía**

d) **Fotografía**

e) Ilustración

11. El manejo del color se representa a través de:

a) **Denotación sobre el tema**

b) **Connotación sobre el tema**

c) **Soporte visual**

12. El color genera:

a) Armonía

b) **Contraste**

e) Saturación

13. ¿Cuál es la funcionalidad de la tipografía?

a) **Trasladar la información**

b) Reforzar el mensaje

c) Crear impacto sobre el mensaje

14. ¿Qué clasificaciones tipográficas utiliza?

a) Serif

b) **San serif**

c) Cursivas

d) Decorativa

15. ¿Cuál es el papel de la fotografía dentro de la pieza?

a) Atraer

b) Comunicar un mensaje

c) **Reforzar el texto**

16. Tipo de fotografía:

a) Fotografía artística

b) Fotográfica documental

c) Fotografía publicitaria

d) **Fotografía científica**

17. La composición genera:

a) **Contrastante**

b) **Jerarquía**

c) Desequilibrada

18. La jerarquía visual se destaca por:

a) **Divisiones**

b) **Tamaño**

c) **Equilibrio**

19. ¿Cómo se define la legibilidad y fluidez de la lectura?

a) Familias tipográficas

b) **Uso de mayúsculas y minúsculas**

c) **Tamaño**

d) **Color**  
20. ¿Cómo se maneja el mensaje dentro de la pieza?

- a) **Positivo**
- b) Negativo
- c) Cualitativo
- d) Comparativo

Pieza: Plataforma web

21. ¿Cuál es su funcionalidad?

- a) **Informar**
- b) Divulgar
- c) Publicitar

22. Elementos gráficos de soporte:

- a) **Color**
- b) **Tipografía**
- c) Iconografía
- d) **Fotografía**
- e) Ilustración

23. El manejo de los colores es:

- a) **Contrastante**
- b) **Armonioso**
- c) Saturado

24. La proporción tipográfica es:

- a) **Legible**
- b) No legible

25. La composición dentro de la navegación es:

- a) **Contrastante**
- b) **Jerárquica**
- c) Desequilibrada

26. La jerarquía visual se destaca por:

- a) **Divisiones**
- b) **Tamaño**
- c) **Equilibrio**

27. ¿Cómo se define la fluidez dentro de la navegación?

- a) **Eficiente**
- b) **Práctico**
- c) Confuso

# ANEXO NO.5

## ENTREVISTA

EXPERTO EN EL TEMA

FREDY ARCHILA

### 1. Me podría contar sobre su experiencia

He tenido la oportunidad de hacer investigaciones para organismos internacionales, mi experiencia con orquídeas empezó desde que tenía 8 años debido a que mi señor padre tenía una colección de orquídeas, pero la parte formal de investigación fue hace 28 años cuando funde una unidad denominada como “estación experimental de orquídeas de la familia Archila”, se dedica a educar a través de charlar a personas grandes y a niños de primaria. Investigar es una palabra muy compleja y normalmente se usa mal usada, investigar estamos hablando de publicar porque si uno dice que investiga y no publica entonces no lo puede acreditar. Se ha trabajado dieciséis libros, y ciento cincuenta publicaciones científicas en revistas internacionales. La comercialización de los libros normalmente se hacen fuera del país, pero para este pequeño mercado guatemalteco los libros se pueden encontrar en Cobán.

### 2. ¿Qué lo motiva a especializarse en el campo del medio ambiente?

#### ¿Y por qué orquídeas?

Desde pequeño participe en grupos de medio ambiente, me recuerdo que participe en un grupo que organizo prensa libre, el movimiento scout de una u otra forma me ayudo a los valores en temas de la

conservación y bueno la situación de vivir en un área verde hermosa, pero verla cada día desaparecer entonces esto me dio la motivación.

El reto ambiental es lograr un desarrollo sostenible, que se logren aprovechar los recursos sin acabarlos, sin comprometer los recursos para las siguientes generaciones.

Obviamente existe una influencia grande sobre mi padre y cuando yo viajo a estudiar a los Estados Unidos en “United States Botanic Garden” uno de los puntos más fuertes que se trabajaban eran las orquídeas. Uno de los factores que más me llamaban la atención es que son variables, y que además es muy amenazada entonces es un reto investigar qué especies tenemos, cómo se encuentran su estado de conservación para luego tener estrategias de conservación de las especies.

### 3. ¿Qué aspectos de su trabajo son los que más le apasionan?

Descubrir y aportar a las ciencias botánicas mundiales.

### 4. ¿Qué caracteriza o diferencia a Guatemala en cuanto al entorno ambiental de las orquídeas comparado a nivel Latinoamericano?

Hay varias variables, somos un país de mucha riqueza en orquídeas que puede ser Chile y Argentina, pero no llegamos al nivel de Ecuador y Colombia debido a que tienen muchísimas más, pero lo que caracteriza a Guatemala es que es un país pequeño y diverso

entonces en una porción del 10% en Colombia en nuestro país puede encontrarse la mitad de las especies comparado a nivel Latinoamericano.

Algunas orquídeas son utilizadas como para la vainilla pero para un uso más moderno las orquídeas forman parte de los jardines tradicionales, principalmente en los pueblos en montañas como en Cobán y Quiché.

Como cualquier otro país Guatemala cuenta con especie que solo florecen dentro de su entorno, eso llama la atención de la comunidad internacional, como nuestra monja blanca.

### **5. ¿Cuál es el aporte que brinda la flora dentro de la cultura guatemalteca?**

Estar presente todos los días, las flora sirven principalmente como un recurso alimenticio, medicinal, ornamental, textil y sagrados para algunas culturas. A nivel ambientales proporciona oxígeno, niveles de carbono y preservación de los ecosistemas.

### **6. ¿Bajo su experiencia, cómo se podría fortalecer la concientización del cuidado de la flora en la sociedad?**

Con una campaña muy fuerte de educación, considerando que las personas compran orquídeas de manera ilegal, cuando uno explica que existe una ley como para la preservación de la fauna al momento de comprar un orquídea se hace la analogía de la compra ilegal de especies de animales es un delito.

Dando a entender que la flora no es menos, que también se deben de proteger porque no son menos que los animales, también merecen ese cuidado y respeto.

### **7. ¿Cómo podría generar interés sobre las orquídeas, siendo un tema tan específico?**

Generar interés no se debe a referir a coleccionar debido a que en este país existen muchos coleccionistas que no necesariamente están legalmente inscritos. Si un orquideario existe y no tiene los permisos puntuales, esto quiere decir que está trabajando dentro de la ilegalidad. Como primer punto que la gente entienda la diferencia entre la afición sobre coleccionar y el término de conservar, debido a que generar interés puede generar una oleada de nuevos coleccionistas que significa tener más destrucción de las especies en los bosques; como segundo punto se debe de manejar específicamente el término para hacer conciencia de que no se debe de estar comprando ni depredando orquídeas, una orquídea es mejor verla en su hábitat natural como puede ser en un árbol o verla en una colección certificada que ver como las manejan sin ningún previo conocimiento.

Si esta dirigido a una segmentación de jóvenes adultos, hablarles sobre la importancia sobre las orquídeas dentro de los ecosistemas, todas las especies que están dentro de los ecosistemas son importantes debido a que indirectamente beneficia a las personas. Es difícil llegar un determinado público por lo que se puede manejar

materiales informativos acordes al grado del nivel de interacción con las personas.

#### **8. ¿Qué temas son importantes de abarcar o enfocarse para exponer el mundo de las orquídeas, englobando su importancia y conservación en los ecosistemas?**

Recalco en la relación que tiene las orquídeas dentro de los ecosistemas, como bioindicadores de cambios climáticos, la interacción con otras especies. Además que se están perdiendo los recursos como por ejemplo para la esencia de vainilla, Guatemala junto con México son uno de los países originarios de esta especie en específico pero que tristemente personas se dedicaron a la venta de orquídeas de vainilla, haciendo ricos a dos o tres familias, y dejando tristemente al país con una carencia de diversidad enriquecedora de dicha especie.

Las orquídeas no son las plantas más amenazadas, en realidad en la parte botánica existe muchas plantas amenazadas, como son numerosas las orquídeas entran entre la lista de especies amenazadas.

Para información dirigida a jóvenes adultos principalmente que son las orquídeas, su diferenciación, principales características, un poco de la historia de las orquídeas en Guatemala y la riqueza que brinda.

#### **9. ¿Cómo considera que podría abarcarse el mensaje para generar interés, a través de aspectos positivos, negativos, comparativos o cualitativos?**

Yo considero que hay que abarcar todos el tema, por que en el tema del medio ambiente a veces es muy importante tomar los aspectos negativos a través de que antes se tenía y ahora ya no, aspectos comparativos como Costa Rica aprovecha sus recursos y nosotras los guatemaltecos los estamos perdiendo, en realidad todos los aspectos dentro de un material pueden ayudar.

Para campaña publicitaria frecuentemente se utiliza mensajes positivos y negativos, pero se da a través de temas de alarma como por ejemplo que la especie se esta terminando y no abarcando un mensaje totalmente negativo. Los mensajes deben de ser cortos, así como se utilizan en las grandes campañas de las instituciones de la conservación de la flora y fauna.

#### **10. ¿Qué valores considera que se fomentan o fortalecen al crear conciencia en la relación entre el ser humano y el medio ambiente?**

Valorar y sentirse parte de no voy a contribuir a la extinción de las especies porque soy parte de un mismo ecosistema, y si destruyo es como un domino las personas tiran la primer piedra de igual manera me caerá a mi la persecución; el valor de la conciencia de lo malo que le haga a la naturaleza me va afectar a mi.

Sobre todo es la responsabilidad que tiene el ser humano con el medio ambiente, una campaña de orquídeas no va sacar a las

personas del sistema en los que se constituyen, una campaña no generar inmediatamente el pensamiento “ahora seremos solidarios porque sabemos de orquídeas”, es más que toda la responsabilidad.

**11. ¿Debido a la profundidad y amplitud del tema, qué medios o recursos considera adecuados para transmitir el mensaje?**

Materiales informativos y material publicitario, pero se debe de tener cuidado el manejo de la información debido a que normalmente existe información errónea, el 90% de la información de las orquídeas probablemente este mala y son cosas que no se deben dejar pasar. En este país existe muchas personas que se las lleva de saber sobre orquídeas comparado con nosotros que como a mi caso me he preparado a lo largo de 28 años, escribir y publicar para ser investigadores de orquídeas.

**12. ¿Qué amenazas retrasan y afectan a la flora especialmente a las orquídeas que es tan importante preservar y promover el mensaje?**

La destrucción del los bosques es la principal amenaza, luego el saqueo para coleccionistas ilegal. Dar a conocer al público como se ha destruido y hacer conciencia es una las tareas que se realiza en la “estación experimental de orquídeas”.

**13. ¿Con que colores relaciona a nivel cultural las orquídeas?**

Las orquídeas son una familia multicolor por lo que a nivel nacional se pueden reconocer principalmente por medio de tonalidades intensas del color amarillo, lila y rosada.

## ANEXO NO.6

### ENTREVISTA 2. EXPERTO EN DISEÑO LDA. REGINA LÓPEZ

**1. ¿Cuál ha sido su trayectoria profesional?**

Empiezo a trabajar profesionalmente en la rama del diseño desde 1997, inicialmente me desempeñe en el área de ilustración a través de 13 años y durando el mismo tiempo empecé sobre el área editorial, sin embargo en el 2003 fui adentrándome en branding; empecé con marca después sobre el campo de branding, marca me refiero más a identidad gráfica pero luego me intereso el tema del branding debido a que es un poco más profundo y estratégico. Me desarrollo más que todo en instituciones microempresarios, algunas instituciones publicas y en el área de servicios de salud.

**2. ¿Qué la influenció a especializarse en el campo de la imagen visual y su estrategia?**

El ver como los mercadólogos probaban el campo de los diseñadores, porque los mercadólogos ganan más que los diseñadores, entonces me fui especializando porque miraba que hacían tantos logos pero pocos funcionales y pensaba que le estaban pagando por eso. Me especialice no por el hecho que pagaran mejor, el mercadólogo hace más estudio estratégico que un diseñador, son pocos los diseñadores que si investigan. En el mercado me encuentro con más mercadólogos que diseñadores haciendo branding.

### 3. ¿Cuál es su fuente de inspiración al momento de diseñar?

Soy de las personas que si hay que ver referencias no para copias pero si para establecer tendencias, pero generalmente el branding no se deja influenciar por tendencias sino es para ver más recursos y cuales se están utilizando porque prácticamente sometería a su marca ha que se haga pique en cinco años. Tendencias son marcas de duren para menos de cinco años, pero luego la marca debe de ser renovada entonces se debe de hacer un rebranding. Si se observe la marca GAP es igual a lo largo de los años, lo que cambia es el color pero como marca visual si es perturbable.

### 4. ¿Qué aspectos de su trabajo son los que más le apasionan?

Uno el contacto con las personas, quizás yo soy de las personas que paso menos en la computadora y más tiempo con las personas, me apasiona más el entender que quieren en tanto al nivel del cliente como a nivel comunicacional del mercado y con el usuario que sería el grupo objetivo; estar con ellos, cual es su estilo de vida, que consumen como se comunican esos signos y luego el desarrollo de la parte estratégica lo manejo con el cliente. Ya al sentarme en la compu es porque ya tengo una solución entonces ya me siento a ejecutar.

### 5. A nivel técnico ¿Existe alguna diferencia entre imagen visual, identidad corporativa y branding?

Si existe una diferencia a nivel técnico y conceptual, porque imagen visual puede ser aplicado para un evento temporal corto, algunos en

el mercado confunden la imagen visual con identidad corporativo, digamos que para una institución privada o para una institución pequeña se utiliza imagen visual pero aplica más identidad corporativa cuando ya va a identificar a la empresa dentro del mercado, se esta hablando solamente de logotipo y papelería institucional, pero el branding es un poco más profundo no se puede desarrollar para un evento; dentro del branding se genere el concepto de identidad de marca, logra entender que símbolo se va a utilizar en la marca gráfica, ya no solo es marca es concepto, identidad y comunicación interna, comunicación externa, publicidad no por campaña sino por publicidad de marca que vaya a proyectar yo que abarca todo desde la proyección de la entidad hasta la voz que vaya a diferenciarlos. Las tres se realizan concepto, la diferencia es que el concepto de una imagen visual e identidad corporativa ya lo traen, por lo contrario en el branding es concepto estratégico desde cero.

### 6. ¿Cuáles considera que son los pasos o etapas más importantes al momento de desarrollar una imagen?

A mi criterio el orquideario no podrá desligarse totalmente del IARNA por lo que es una identidad gráfica, debido a que a pesar que se realice la parte de un espacio para proporcionar información sigue siendo proyección externa del orquideario, sigue siendo la identidad gráfica de cómo se va a proyectar.

En su caso, tiene que conocer como es parte de otra institución y viene en cascado, cuales son los lineamientos si tienen un manual de

identidad, si va a regir hacía donde puede acercarse y a donde no. Conocer el servicio y que desea promover el establecimiento

Ya teniendo eso claro, se empieza a analizar conceptos no gráficos, sino los conceptos que maneja la comunidad del orquideario, el grupo objetivo nos puede dar soluciones, dependiendo de esos conceptos ya empieza a vincular todo el proceso creativo dependiendo de la técnica que se utilice porque ya se adentra a que quiero comunicar, como lo quiero comunicar y que no quiero comunicar, estos son los tres pasos claves.

Luego se desarrolla el concepto gráfico a través de los diversos parámetros establecidos anteriormente para luego crear la idea; luego del desarrollo de la idea en mi caso me tomo más tiempo para validar, trabajo muy de la mano con el cliente debido a que él me proporciona información. La validación técnica la realizo en el espacio real, si es llegar a experimentar, utilizo mucho la técnicas etnográficas debido a que evaluó si funciona o no funciona; ya luego de la retroalimentación hago las mejoras.

Los clientes pueden decir me urge pero urge con calidad o no con calidad, la validación puede durar entre tres meses, o para un branding puede durar más de seis meses.

### **7. ¿Cuáles considera que son las barreras para el desarrollo de una imagen institucional? Y ¿Cómo podrían afrontarse?**

Primero que se debe de regirse por un manual muy cerrado y no

permite dar propuesta, casi que viene siento una adaptación de lo que le establecen ahí, lo que si hay que hacer es ser muy claro con el cliente, el cliente puede pedir la luna y el cielo pero si el manual no lo permite no se puede desligar.

El cliente puede tener una idea preestablecida, si uno no lo sabe manejar termina haciendo su idea preestablecida. Se debe de sacar muchas veces de la caja de confort al cliente; sacando esto uno ya puede ser libre de hacer lo que se desea, para mi esto es lo más difícil no tanto ejecutar una idea.

### **8. ¿Cómo logra centralizar la función, la razón y la emoción de una institución visualmente?**

En una identidad gráfica, la marca no le va a decir más haya de algo concreto, el que uno debe de comunicar es el servicio que viene siendo la función así como un orquideario es un orquideario no hay pierde. La emoción no la hace una marca, lo hace la publicidad, cuando se quiere posicionar a su marca a través de su concepto. Si se observa Saúl dice Saúl pero no me dice que es un café rico, que es muy juvenil y que es preparado con todo el sentimiento, una marca lo más que va a decir es “Saúl Express”; Apple no nos dice computadora de calidad y muy moderna. Insisto la emoción no lo va a decir la marca visual como logo, ni la papelería, ni la señalética, eso lo hace la publicidad.

### **9. ¿Cuál es el rol o la responsabilidad de un diseñador creativo dentro de esta área enfocándose en términos ambientales?**

Va muy de la mano de la misión o la visión que tenga la institución, ya siendo que el tema sea ecológica se debe de estudiar los medios que se manejan, no se puede proponer medios de impresión con soportes que vayan en contra del ambiente. Se debe de utilizar soportes de impresión que tengan que ver con el respeto del medio ambiente.

No quiere decir que sea esa tendencia paradigmática de solo redes digitales, para no imprimir y no hacer nada más de algo digital. La misión como puedo optimizar esos recursos sin dañar el medio ambiente, el papel reciclado ya existe, tintas ecológicas, sistemas de reproducción ecológicos existen, entonces es de informarse un poco más y poder aplicarlos.

### **10. ¿Qué factores tomaría en cuenta para el desarrollo de una imagen institucional con enfoque ambiental?**

A nivel gráfico depende del sector el cual se maneje, si es algo de deforestación tiene que ver lógicamente los paradigmas o arquetipos que tengan que ver con los arboles o naturaleza; se debe de estudiar esos paradigmas que tenga cada tema, en este caso como es un orquideario debe de vincularse con modelos ya preestablecidos, su marco no va a proyectar todos los servicios que ofrece, la marca va a proyectar la esencia, quien nos proporciona la esencia es el cliente, se puede tener cinco servicios pero cual es la esencia de los cinco servicios, como por ejemplo cual es la esencia del banco industrial

cuenta con muchos servicios pero lo que provocan es solidez, esa solidez si lo dice la marca, ya los otros servicios tienen su propia campaña, el orquideario es una cosa y se puede desarrollar una campaña que difunda que hace. No se puede tener un símbolo que tenga distribuido todos los servicios, es una tendencia que se puede ver en internet y se observan todos los collages de logos que tienen partes, no siempre funciona.

### **11. En tanto a la responsabilidad del diseñador en la toma de decisiones en cuanto a color, soporte e impresiones ¿A través de qué podría generar un giro para lograr desarrollar una imagen ecoamigable y con un impacto visual?**

Lo ecoamigable tiene que ser por medio del sistema de impresión, la imagen como forma no la va a tener ecoamigable, lo va a tener el desarrollo de donde la vaya a reproducir. Si no se desarrolla de esta manera el mensaje será contradictorio, el concepto se puede reforzar por terminas de reproducción, sino es muy contradictorio la filosofía de quiere esto pero gasto en esto, entonces no lo gaste.

### **12. Tomando en cuenta el enfoque gráfico que le han dado los diseñadores al tema ambiental, como la utilización trillada del color verde ¿Cómo podría generarse una paleta de colores que logre sobresalir de lo tradicional?**

Dependiendo del grupo objetivo y de las conexiones mentales que tengan, si se debe de conectar con naturaleza existen colores institucionalmente establecidos a nivel internacional. Si la comunidad dice que para ellos el amor es rojo, si es una comunidad su proceso

conceptual y de conocimientos bajos no puede cambiar el código, pero si su comunidad es de conocimientos más altos con nivel de comprensión más alto se puede manejar cierta retórica donde el amor deja de ser rojo y pasa a ser azul, pero dentro de mi campaña tengo ese contexto de explicar porque; para poder cambiar el verde dependerá del grupo objetivo, si lo permite si se puede cambiar sino se debe de tener cuidado porque puede tener un rebote como varias campañas que quieren romper con paradigmas en Guatemala y que no lo logran, y deben de quitarlo a los dos tres días porque el grupo objetivo no logra aceptarlo. Paradigmas son creencias y valores, si mi creencia y mi valor esta muy arraigado no se puede romper tan fácilmente, como por ejemplo coca-cola no rompe se afianza de los valores; la clave es analizar al grupo objetivo y entender su valor, si se puede manejar lo hace sino no luche contra ellos.

### **13. ¿A través de qué logra posicionar en la mente del receptor una identidad?**

Esto se da a través de la campaña, la marca visualmente pueda tener memorabilidad porque la forma permite fácilmente que mi memoria la asocie, si es un nivel de abstracción muy complejo y mi grupo objetivo no es acorde no habrá forma de que se familiaricen.

### **14. ¿Por medio de qué factores identifica los canales de comunicación? Y ¿Cómo funciona para entidades institucionales?**

Los canales de comunicación se identifican increíblemente cuando se esta con el cliente y la familiarización, cuando preguntamos cómo se ha comunicado, qué ha hecho, con qué esta vinculado y cuáles son

sus alianzas; aparte el grupo objetivo nos va a decir cuales son sus accesos de información y la otra es que existe estudios de mercado solo se extrae y se analiza en contra parte del grupo objetivo. La tendencia de solo redes es errónea, debido a que se puede ver que otras marca utilizan diferentes medio y se crea la incógnita de porque no solo redes; es más importante conectar con el usuario, conectar me refiera a que puede ser que ni las redes hagan que tengan conexión, importa más la historia de cuenta que puede ser en redes o no en redes, el cómo y qué cuenta es lo más importante. Los medios dependen del presupuesto del cliente.

## **ANEXO NO.7**

### **INSTRUMENTO GRUPO OBJETIVO PRIMARIO**

• **Sexo:**

• **Edad:**

• **Zona de residencia:**

• **Ocupación:**

Estudiar  
Trabajar  
Ambos

• **Facultad:**

Facultad de Humanidades  
Facultad de Ingeniería  
Facultad de Arquitectura y Diseño  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales  
Facultad de Ciencias Ambientales y Agrícolas  
Facultad de Ciencias de la Salud  
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales  
Facultad de Teología

• **Medio de transporte**

Auto familiar  
Auto propio  
Autobús  
Taxi  
Moto  
Peatonal  
Otro

• **Objetos tecnológicos que posee:**

Computadora de escritorio  
Laptop  
Celular inteligente  
Reloj inteligente  
Cámara fotográfica  
Tablet

**1. ¿Qué hace en su tiempo libre?**

Visitar lugares turísticos  
Actividades al aire libre  
Actividades dentro de casa  
Actividades culturales  
Actividades sociales  
Otro

**2. ¿En lo general que actividades prefiere frecuentar?**

Actividades que impliquen estar en un entorno natural  
Actividades que impliquen estar en un entorno social

**3. ¿Qué actividades preferiría hacer en un entorno natural?**

Admirar el paisaje  
Estar en contacto con la naturaleza  
Asistir a excursiones  
Practicar actividades extremas  
Otro

**4. Considera que los temas sobre el medio ambiente son:**

Importantes, me informo constantemente  
Interesantes, pero no me informo sobre el tema  
No es de mucha importancia

**5. Actividades que realiza para el cuidado del medio ambiente:  
(Puede seleccionar más de una opción)**

Cuidar los recursos naturales  
Voluntariados  
3R (Reducir, reusar, reciclar)  
Plantar árboles  
Cultivar flores  
Nada  
Otro

**6. ¿Qué valor considera que se vincula al cuidado del medio ambiente?**

Responsabilidad  
Solidaridad  
Respeto  
Integridad

**7. ¿Qué aspectos del medio ambiente considera con mayor importancia? (Puede seleccionar 2 opciones)**

Recursos naturales  
Ecosistemas  
Flora  
Fauna  
Climatología

**8. ¿Cuál considera que es la importancia de la flora en nuestro país?**

**9. ¿Qué aspectos de la flora considera que logra cautivar su atención? (Puede seleccionar más de una opción)**

Diversidad de formas  
Diversidad de colores  
Texturas  
Tamaños

**10. ¿Qué especies exóticas de flora conoce? (Puede seleccionar más de una opción)**

Hortensias  
Orquídeas  
Corazón sangrante  
Jengibre de la colmena  
Aves del paraíso  
Flor de loto

**11. ¿Cuál de estas flores exóticas reconoce? (Puede seleccionar más de una opción)**

A  
B  
C  
D  
E  
F

**12. ¿Sabe que es un Orquideario?**

Si  
No

13. ¿Sabía que existe un Orquideario dentro de las instalaciones de la Universidad?

Si  
No

14. ¿Alguna vez lo ha visitado?

Si  
No

15. ¿Le gustaría visitarlo?

Si  
No  
Talvez

## ANEXO NO.8

### INSTRUMENTO GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

• **Sexo:**

• **Edad:**

• **Zona de residencia:**

• **Ocupación:**

Estudiar  
Trababar  
Ambos

• **Área de desempeño dentro de la Universidad:**

Docencia  
Personal Administrativo  
Ambos

• **Medio de transporte**

Auto familiar  
Auto propio  
Autobús  
Taxi  
Moto  
Peatonal  
Otro

• **Objetos tecnológicos que posee:**

Computadora de escritorio  
Laptop  
Celular inteligente  
Reloj inteligente  
Cámara fotográfica  
Tablet

**1. ¿Qué hace en su tiempo libre?**

Visitar lugares turísticos  
Actividades al aire libre  
Actividades dentro de casa  
Actividades culturales  
Actividades sociales  
Otro

**2. ¿En lo general que actividades prefiere frecuentar?**

Actividades que impliquen estar en un entorno natural  
Actividades que impliquen estar en un entorno social

**3. ¿Qué actividades preferiría hacer en un entorno natural?**

Admirar el paisaje  
Estar en contacto con la naturaleza  
Asistir a excursiones  
Practicar actividades extremas  
Otro

**4. Considera que los temas sobre el medio ambiente son:**

Importantes, me informo constantemente  
Interesantes, pero no me informo sobre el tema  
No es de mucha importancia

**5. Actividades que realiza para el cuidado del medio ambiente:  
(Puede seleccionar más de una opción)**

Cuidar los recursos naturales  
Voluntariados  
3R (Reducir, reusar, reciclar)  
Plantar árboles  
Cultivar flores  
Nada  
Otro

**6. ¿Qué valor considera que se vincula al cuidado del medio ambiente?**

Responsabilidad  
Solidaridad  
Respeto  
Integridad

**7. ¿Qué aspectos del medio ambiente considera con mayor importancia? (Puede seleccionar 2 opciones)**

Recursos naturales  
Ecosistemas  
Flora  
Fauna  
Climatología

**8. ¿Cuál considera que es la importancia de la flora en nuestro país?**

**9. ¿Qué aspectos de la flora considera que logra cautivar su atención? (Puede seleccionar más de una opción)**

Diversidad de formas Diversidad de colores

Texturas

Tamaños

**10. ¿Qué especies exóticas de flora conoce? (Puede seleccionar más de una opción)**

Hortensias

Orquídeas

Corazón sangrante

Jengibre de la colmena

Aves del paraíso

Flor de loto

**11. ¿Cuál de estas flores exóticas reconoce? (Puede seleccionar más de una opción)**

A

B

C

D

E

F

**12. ¿Sabe que es un Orquideario?**

Si

No

**13. ¿Sabía que existe un Orquideario dentro de las instalaciones de la Universidad?**

Si

No

**14. ¿Alguna vez lo ha visitado?**

Si

No

**15. ¿Le gustaría visitarlo?**

Si

No

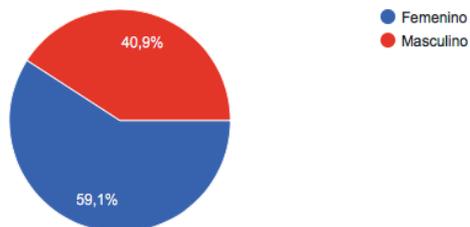
Talvez

# ANEXO NO.9

## RESULTADOS GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

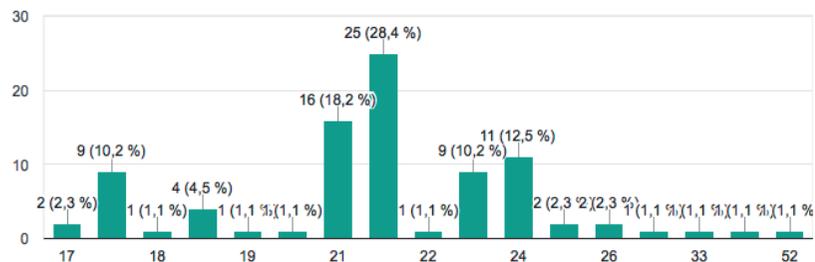
### Género

88 respuestas



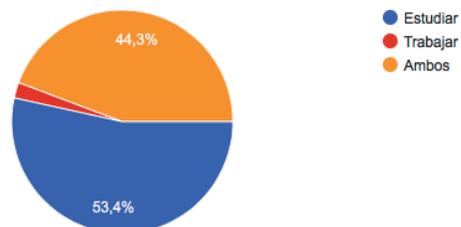
### Edad

88 respuestas



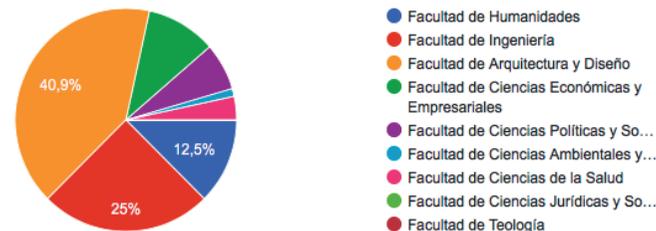
### Ocupación:

88 respuestas



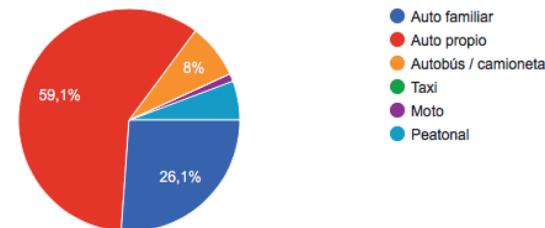
### Facultad

88 respuestas



### Medio de transporte

88 respuestas



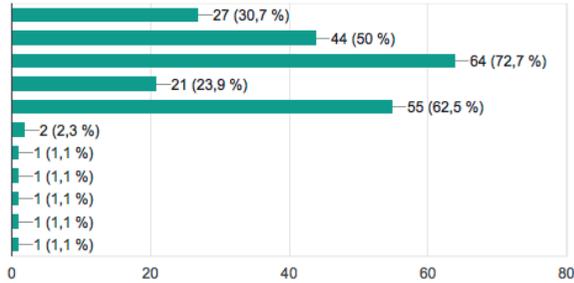
### Objetos tecnológicos que posees: (Puedes seleccionar más de una opción)

88 respuestas



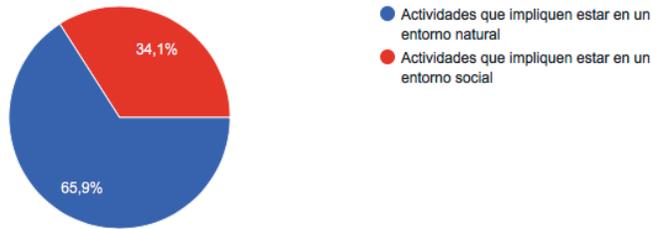
### ¿Qué haces en tu tiempo libre? (Puedes seleccionar más de una opción)

88 respuestas



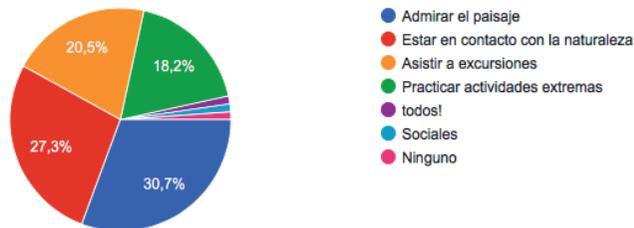
### ¿En lo general que actividades prefieres frecuentar?

88 respuestas



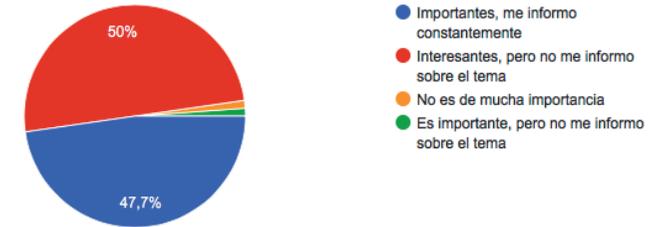
### ¿Qué actividades preferirías hacer en un entorno natural?

88 respuestas



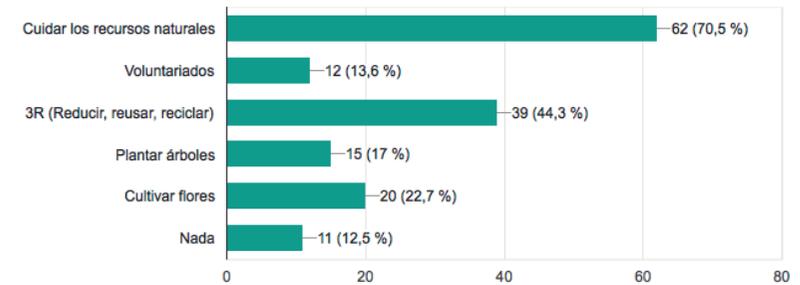
### Consideras que los temas sobre el medio ambiente son:

88 respuestas



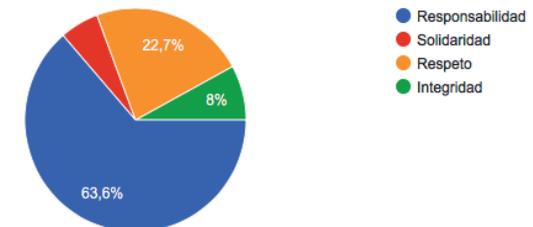
### Actividades que realizas para el cuidado del medio ambiente: (Puedes seleccionar más de una opción)

88 respuestas



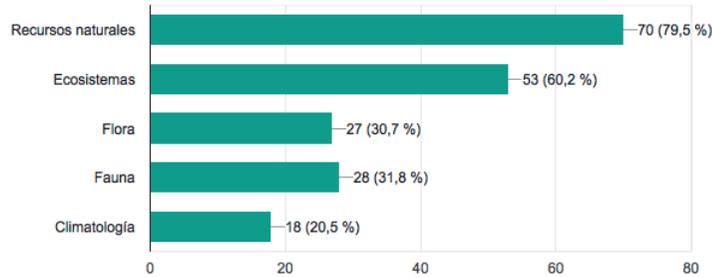
### ¿Qué valor consideras que se vincula al cuidado del medio ambiente?

88 respuestas



### ¿Qué aspectos del medio ambiente consideras con mayor importancia? (Puedes seleccionar 2 opciones)

88 respuestas



### ¿Cuál consideras que es la importancia sobre la flora en nuestro país?

88 respuestas

Mucha (3)
Es importante ya que es parte del ecosistema que ayuda al ser humano a sobrevivir (2)
... (2)
+
En los ecosistemas, su riqueza visual en espacios públicos.
Mucha importancia, para que un día no se acabe.
Brinda recursos para la subsistencia del ser humano, climatizar el ecosistema y protección ante la misma naturaleza
Es importante ya que es importante para que nuestro oxígeno sea puro
Aporta belleza a nuestro país
Brindan oxígeno al planeta
no es solo de nuestro país sino a nivel mundial es de gran importancia, es parte de nuestro entorno, del medio ambiente
Tiene un papel importante en el equilibrio de nuestros ecosistemas pues contribuyen a la alimentación y propagación de otras especies
Exportación
La diversidad
Ornato y lo que transmiten

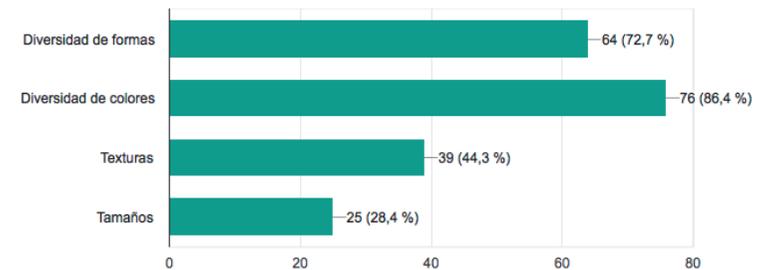
No tengo mucho conocimiento del tema por lo que no sé exactamente la importancia
Fotosíntesis
La preservación de la misma, y la importancia de su impacto dentro de nuestro ecosistema.
Linda
Es de suma importancia porque ayudan a oxigenar nuestro aire y esto ayuda a que no solo contribuyamos n con eso sino ya aportamos más con el medio ambiente. Un cambio pequeño puede hacer la diferencia
muy inportante porque guatemala es un país que tiene una diversidad en su flora
Muy importante p
que tiene reservas de vida para los seres vivos
Cuidarla
Además de ser una fuente de alimentacion de muchos insectos su atributo ornamental me parece bonito
N/A
Es parte de nuestra cultura
Es única en el país
Guatemala es un país con gran variedad de flora por lo cual es crucial porque a partir de ella se puede generar espacios turísticos tanto para personas nacionales con internacionales para que conozcan de algunas plantas endémicas de nuestro país, asimismo como conocer la inmensidad de variedades que tienen la flora.
Diversidad ambiental
Ayuda a la oxigenación de los seres humanos.
Tenemos una riqueza en la flora y fauna, pero en algunos casos es baga la información sabe sobre la existencia de toda esa variedad, que considero es importante saber y conocer
La flora es muy importante, ya que sin ella, el equilibrio natural, se caería y causaría mucho daño en el planeta
Es endémica
Importante, ya que somos un país con bastantes recursos naturales y somos un commodity
Por la oxigenacion y por los atributos medicinales que ciertas plantas poseen y nos brindan
Alimentos y fuentes de ingreso de familias
Por algo nos llaman el país de la eterna primavera
Muy importante
Paisajes del país y fuente de oxígeno
No es grande la importancia
Importante para equilibrio de ecosistemas
Mantener la biodiversidad.
Regulación de dióxido de carbono, temas de contaminación.

Poseemos especies unicas al ser un país de clima tropical y además un pulmón del mundo
La diversidad
Que no se vean afectados los ecosistemas de los que la flora es parte
Es parte fundamental del ecosistema de la región
Es parte del equilibrio del ecosistema.
Preservarla
Cuidado
Para preservar las especies de Guatemala
Parte importante siendo pulmón del mundo, parte de nuestro cultura y turismo
identificarnos
Son la base de los ecosistemas, aquellos que dan oxígeno y también evitan algunos desastres como los deslaves
Nos ayuda a recibir oxígeno
Ayuda a producir oxígeno y distintas medicinas. Es importante para el desarrollo de las especies, ecosistemas.
Cuidarlas
Indispensable para sobrevivir
La variedad de especies poco comunes
Ayudan a la sostenibilidad de un ecosistema
Para la sostenibilidad de un ecosistema
Muy poca
Por el simple hecho de ser parte de la naturaleza se le considera importante, y más que tenemos una flor cómo un símbolo patrio
Debemos cuidarla ya q hay gente inconciente que tala árboles además hay mucha contaminación en el aire y en el agua también hay muchos basureros clandestino s y es otro tipo de contaminación q afecta nuestra flora y fauna.
De gran importancia
Biodiversidad
Para mantener la salud ambiental de Guatemala
Pues diversos usos de agricultura
Descontaminan el aire
A pesar dw esfuerzos dw organizaciones y de los pueblos originarios para proteger la flora no es suficiente por el Estado se ha encargado dw autorizar licencias para que hayan minas de extracción dando solamente el 1% de ganancias. Este fue un ejemplo de lo que pasa en el país.
Es importante para un mejor desarrollo de especimenes

La biodiversidad en especiese vegetales y plantas son parte del hábitat de nuestra fauna y de seres humanos
La diversidad de flora que posee Guatemala, puede ayudar a un mejor estudio, protección y turismo.
El aire puro
la diversidad y que uno de nuestros símbolos patrios es una flor
Es importante para ayudar a que el medio ambiente esté estable
La flora lo es todo para nuestro país. No por nada le llaman "el país de la eterna primavera". Los climas y topografía tan variados, dependen de la flora del país. Un país tan extraordinario a tal grado, que si tiramos una basura al suelo, de allí mismo nace una planta!
No entendí
Cuidarlos
Es de gran importancia ya que calidad de vida de los habitantes del planeta tierra depende de ecosistemas equilibrados
El cuidado de las plantas

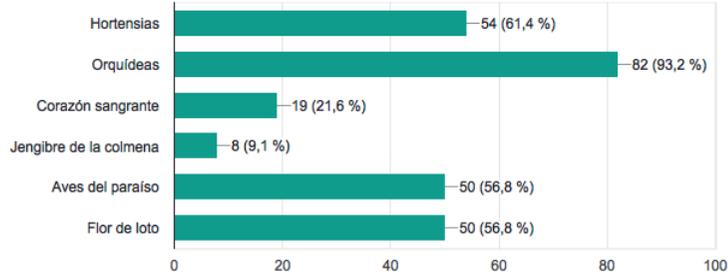
### ¿Qué aspectos de la flora consideras que logra cautivar tu atención? (Puedes seleccionar más de una opción)

88 respuestas



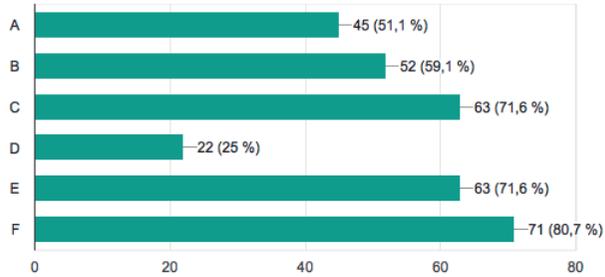
¿Qué especies exóticas de flora conoces? (Puedes seleccionar más de una opción)

88 respuestas



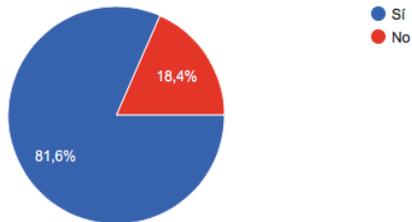
¿Cuál de estas flores exóticas reconoces?

88 respuestas



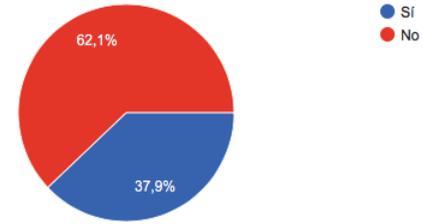
¿Sabes qué es un Orquideario?

87 respuestas



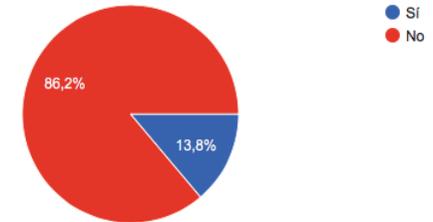
¿Sabias que existe un Orquideario dentro de las instalaciones de la Universidad?

87 respuestas



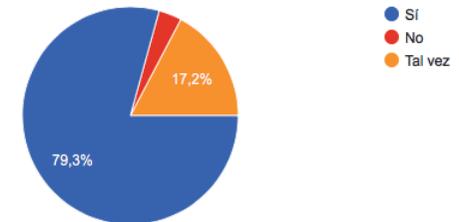
¿Alguna vez lo has visitado?

87 respuestas



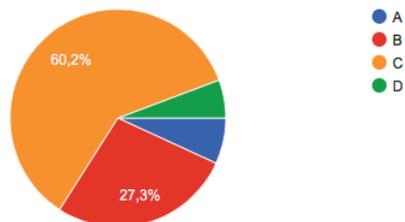
¿Te gustaría visitarlo?

87 respuestas



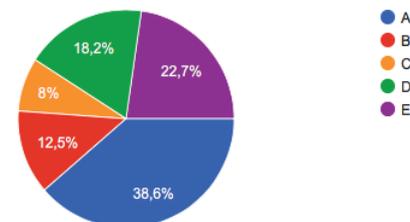
¿Con qué paleta de color relacionas a la naturaleza?

88 respuestas



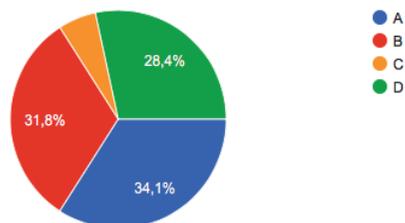
De las anteriores ilustraciones ¿cuál consideras que causa mayor impacto sobre la temática de flora?

88 respuestas



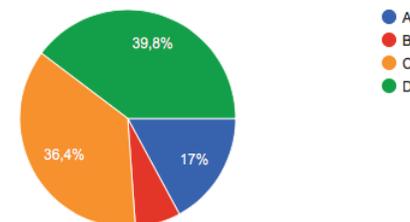
¿Con qué paleta de color relaciones a la flora?

88 respuestas



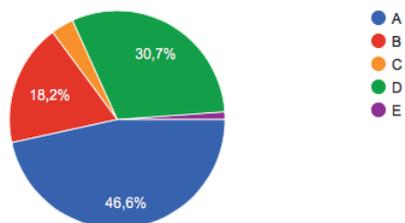
De las anteriores fotografías ¿cuál consideras que causa mayor impacto sobre la temática de flora?

88 respuestas



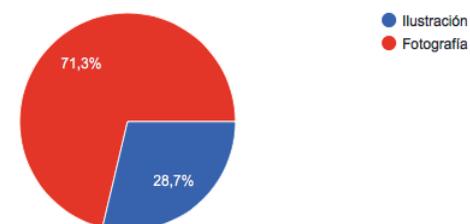
¿Qué tipo de tipografía consideras que logra representar a la flora?

88 respuestas



Entre ilustración y fotografía ¿cuál consideras que logra causar mayor impacto?

87 respuestas

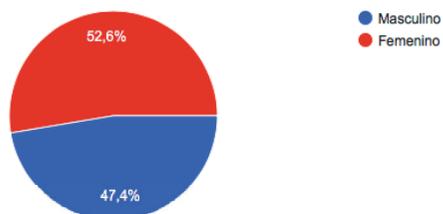


# ANEXO NO.10

## RESULTADOS GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

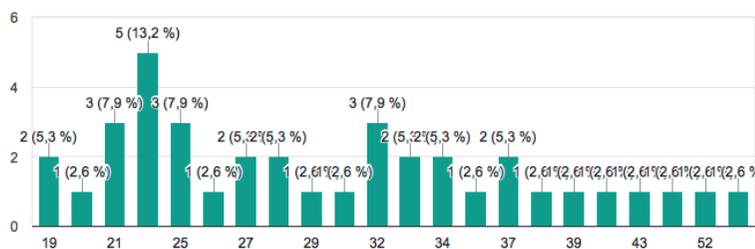
### Género

38 respuestas



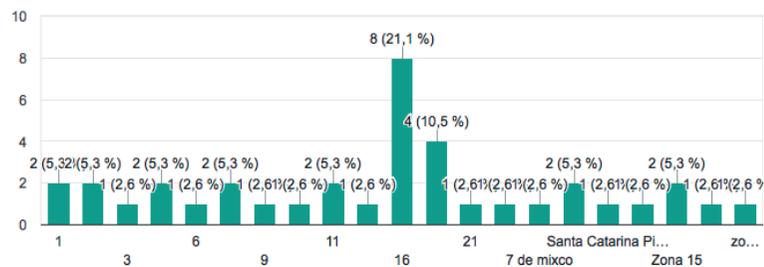
### Edad

38 respuestas



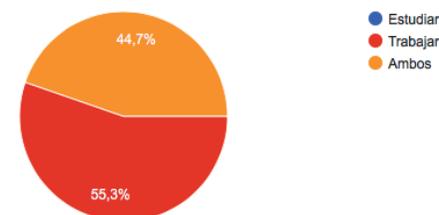
### Zona de residencia

38 respuestas



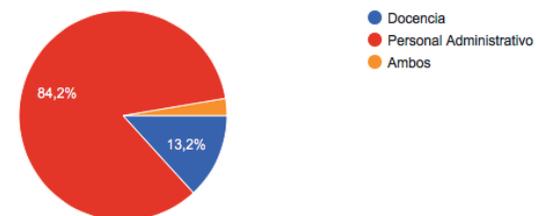
### Ocupación:

38 respuestas



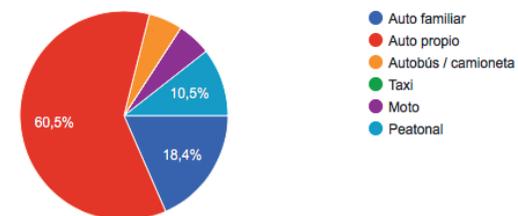
### Área de desempeño dentro de la Universidad:

38 respuestas



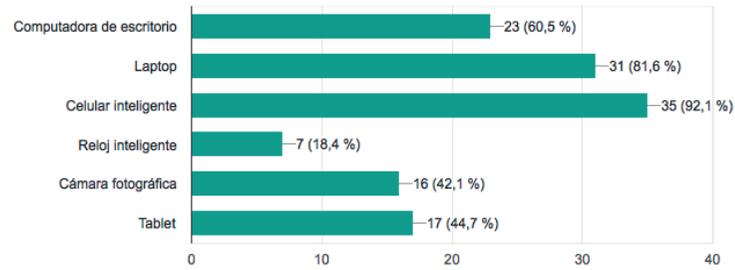
### Medio de transporte

38 respuestas



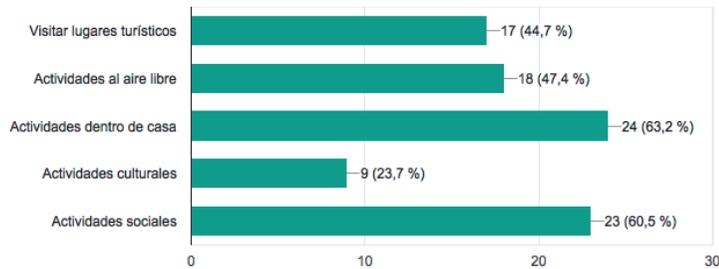
### Objetos tecnológicos que posee: (Puede seleccionar más de una opción)

38 respuestas



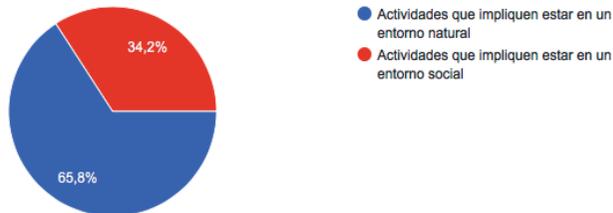
### ¿Qué hace en su tiempo libre? (Puede seleccionar más de una opción)

38 respuestas



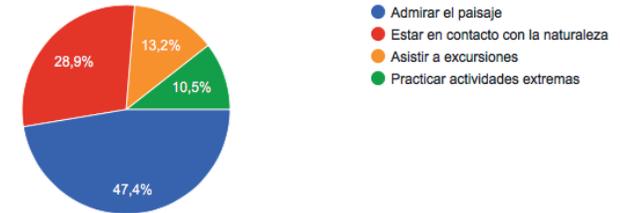
### ¿En lo general que actividades prefiere frecuentar?

38 respuestas



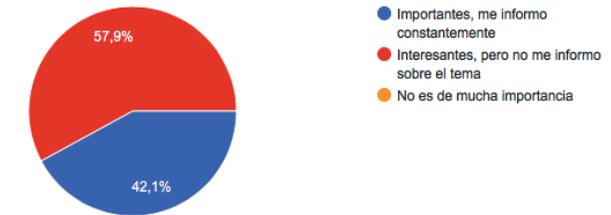
### ¿Qué actividades preferiría hacer en un entorno natural?

38 respuestas



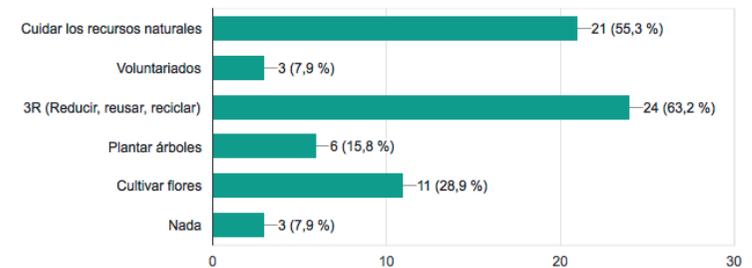
### Considera que los temas sobre el medio ambiente son:

38 respuestas



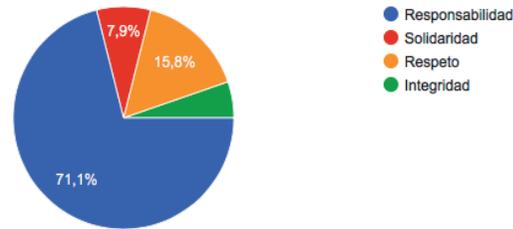
### Actividades que realiza para el cuidado del medio ambiente: (Puede seleccionar más de una opción)

38 respuestas



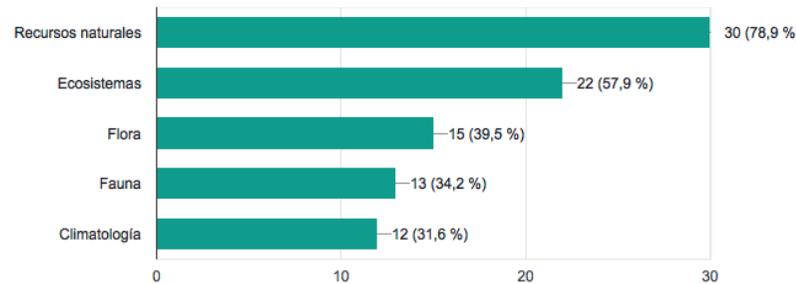
### ¿Qué valor considera que se vincula al cuidado del medio ambiente?

38 respuestas



### ¿Qué aspectos del medio ambiente considera con mayor importancia? (Puede seleccionar 2 opciones)

38 respuestas



### ¿Cuál considera que es la importancia de la flora en nuestro país?

38 respuestas

- Porque son especies que decoran parte de nuestro espacio (2)
- De suma importancia
- El que exista limitadas especies y que se pueden comercializar si se cuida el ambiente en favor de comunidades rurales.
- Mantiene la fertilidad en el suelo y la restituyen. Descontaminan el aire, embellecen el paisaje.
- Más que valor diría que como todo ser vivo tienen derechos.
- El área de Mesoamerica provee al mundo entero especies de importancia alimenticia y ornamental, Por ejemplo: los cultivos de aguante, cacao y orquídeas entre otros, son originarios de Guatemala. Somos proveedores de material vegetativo de origen.
- Representa la biodiversidad que existe en un ecosistema.
- Conservar el recurso natural ya que es un país con una flora extensa aún en el tiempo actual.
- Siendo un país con diversidad en muchos aspectos, la flora no se queda desvinculada de la problemática ambiental. Es importante velar por la conservación de seres o especies ya sea pequeños o grandes. Mantener la diversidad y especies exóticas que representa al país.
- Fuente de trabajo, fuente de turismo.
- Muy importante porque ayudan al cuidado del medio ambiente.
- Ella nos permite la sobrevivencia como especie humana, la estética paisajista, el enriquecimiento espiritual al contacto con la naturaleza, nos transmite afecto, cariño y sentido de vida. Nuestro planeta es bello.
- Plantas en peligro de extinción que no se conocen y que contribuyen como medicina, alimentación y ornamentales, así como a la fauna que las utiliza como fuente de alimentación.
- Es importante para el equilibrio del ecosistema, así mismo como oportunidad potencia para promover el turismo.
- Ayuda a purificar todo el aire contaminado.
- La variedad de climas
- La biodiversidad y su belleza
- Muy importante por la diversidad que existe en Guatemala.
- Adicional a que parte de ella genera el oxígeno para poder vivir, es una parte fundamental en belleza para nuestro país.

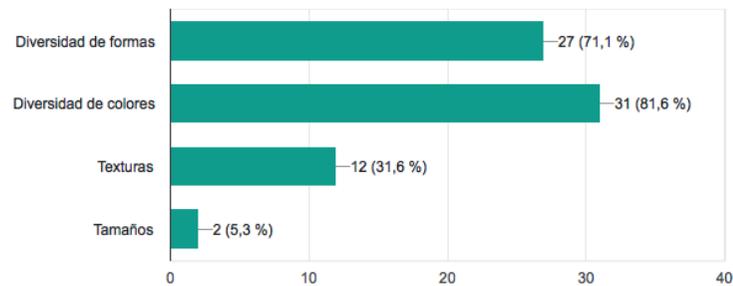
### ¿Cuál considera que es la importancia de la flora en nuestro país?

38 respuestas

La biodiversidad y su belleza
Muy importante por la diversidad que existe en Guatemala.
Adicional a que parte de ella genera el oxígeno para poder vivir, es una parte fundamental en belleza para nuestro país.
Es importante para nuestra vida, ellas nos dan el oxígeno para vivir, mantiene los ecosistemas.
Conservación de riqueza de especies y su preservación para mantener el equilibrio natural.
Es vida y nuestro patrimonio.
Fuente de oxígeno y realmente contribuye a la vista. Es vivienda y alimentación para los seres vivos, incluyendo a los animales.
Es muy importante ya que a través de ellas podemos apreciar y conservar estos recursos naturales.
Es importante cuidar la diversidad porque es el habitat de las abejas.
Aporta en nuestros ecosistemas belleza.
Ayuda al cuidado del medio ambiente.

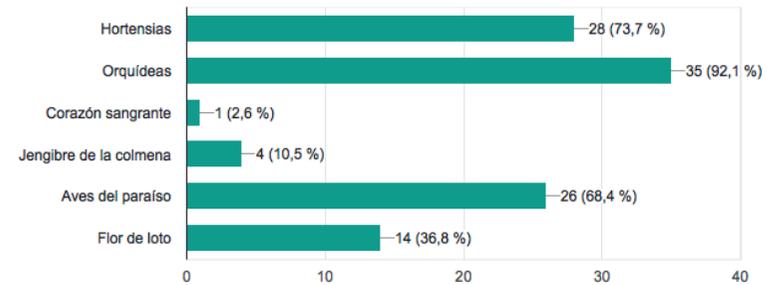
### ¿Qué aspectos de la flora considera que logra cautivar su atención? (Puede seleccionar más de una opción)

38 respuestas



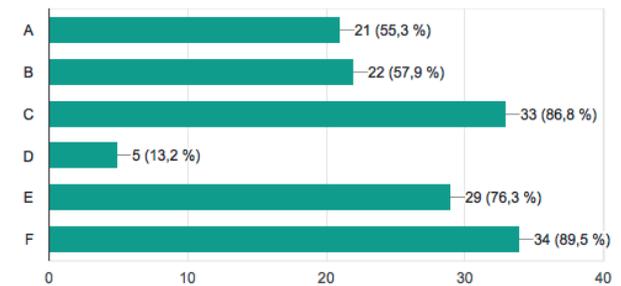
### ¿Qué especies exóticas de flora conoce? (Puede seleccionar más de una opción)

38 respuestas



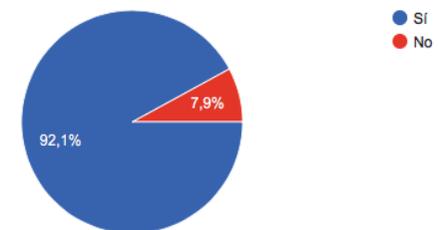
### ¿Cuál de estas flores exóticas reconoce? (Puede seleccionar más de una opción)

38 respuestas



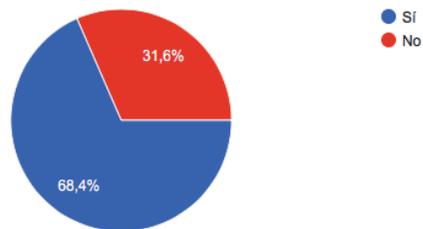
### ¿Sabe qué es un Orquideario?

38 respuestas



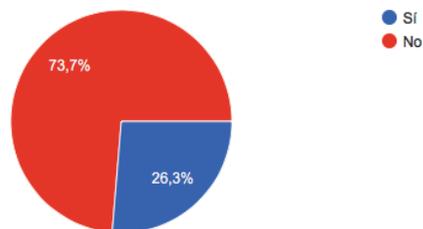
### ¿Sabía que existe un Orquideario dentro de las instalaciones de la Universidad?

38 respuestas



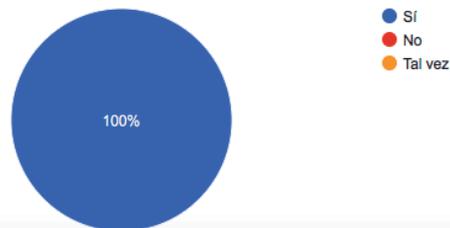
### ¿Alguna vez lo ha visitado?

38 respuestas



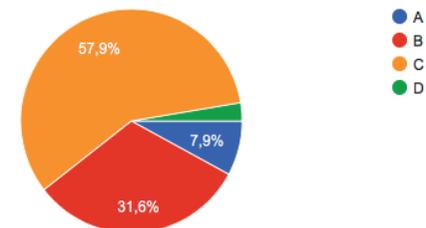
### ¿Le gustaría visitarlo?

38 respuestas



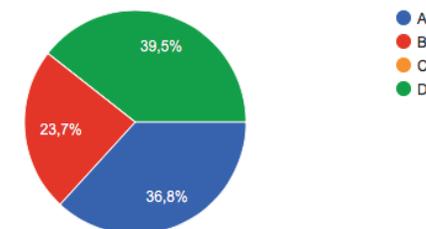
### ¿Con qué paleta de color relaciona a la naturaleza?

38 respuestas



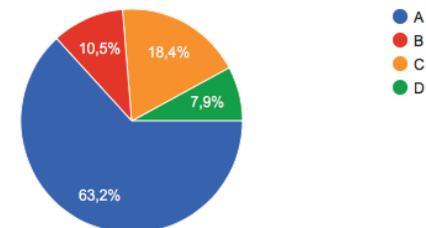
### ¿Con qué paleta de color relaciona a la flora?

38 respuestas



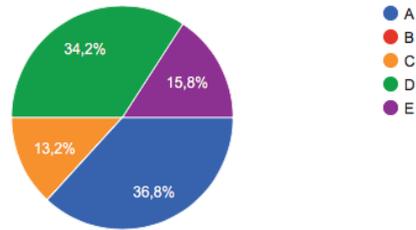
### ¿Qué tipo de tipografía considera que logra representar a la flora?

38 respuestas



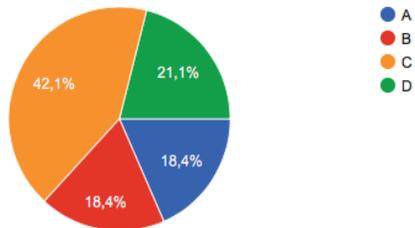
De las anteriores ilustraciones ¿cuál considera que causa mayor impacto sobre la temática de flora?

38 respuestas



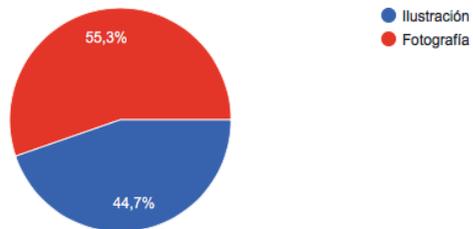
De las anteriores fotografías ¿cuál considera que causa mayor impacto sobre la temática de flora?

38 respuestas



Entre ilustración y fotografía ¿cuál considera que logra causar mayor impacto?

38 respuestas



# ANEXO NO. 11

## INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN: EXPERTO EN DISEÑO

De parte de la Universidad Rafael Landívar en la carrera de diseño gráfico, estoy realizando un proyecto, donde se está trabajando junto con el Orquideario Landivariano que es parte de uno de los programas del Instituto y Proyección sobre Ambiente Natural y Social - IARNA, uno de sus objetivos es contribuir al mantenimiento y a la revitalización del ambiente natural. Se realizó material informativo y divulgativo dirigido a la comunidad estudiantil, personal docente y administrativo de la universidad, con el objetivo de dar a conocer al Orquideario, y así mismo fomentar la conservación y la apreciación de las orquídeas. Se realizó el diseño de la entidad gráfica, como logotipo, brochure, boletín informativo, así como fase de expectativa, afiches, material BTL, material promocional como calendario y botones.

Agradecería de antemano su colaboración para esta validación, con la finalidad de obtener una evaluación sobre la propuesta de diseño, y lograr una implementación gráfica eficiente y funcional.

El concepto con el que se elaboró la línea gráfica fue “Fusión de raíces en movimiento”, fusión hace referencia a la diversidad de especies que existe dentro de la familia de las orquídeas debido a que se caracteriza por la variedad de colores y formas; raíces conceptualiza el crecimiento de las orquídeas, como la conservación y apreciación

de la diversidad; movimiento representa la iniciativa del proyecto, su proyección y la manera de dar a conocer y que las personas se interesen por el proyecto.

- Logo

1. ¿Considera que el logotipo logra representar al Orquideario, tomando en cuenta que es una entidad institucional?

Logra representar la entidad y se percibe formalidad

Es atractivo, pero pierde un poco la temática

Es confusa la representación por nivel de abstracción

No logra vincularse

2. ¿Qué palabra del concepto considera que logra vincularse con el logotipo?

Fusión

Raíces

Movimiento

Ninguno

3. Considera que la abstracción de la orquídea es:

La abstracción es concisa y simple, se entiende

La forma es legible

Debe de existir un mejor tratamiento

Muy abstracta, debe ser un poco más orgánica

- Generalidad del diseño

4. ¿Cómo considera la paleta de color?

Refuerza la temática, logra transmitir la diversidad y lo exótico de las orquídeas

Logra llamar la atención, es armonioso y legible

No existe una combinación adecuada, podría implementarse el verde para fortalecer la institución del IARNA

Se percibir un poco de saturación, no es armoniosa

5. La tipografía genera:

Se conecta con la línea gráfica, crea dinamismo

Legibilidad, crea curiosidad

Se percibe estético y aburrido

Es poco legible, no aportan a la línea gráfica

6. Considera que el manejo del color blanco en los textos:

Son legibles, logra comprenderse el mensaje

Poco confusos, se pierde en algunas piezas

Debe de existir una variación de colores

7. El manejo de las jerarquías tipográficas considera que:

Funcional, construye un mensaje con impacto visual

Adecuado, genera orden y legibilidad

Debe de existir un mejor tratamiento en tanto a

composición y tamaño

Rígido, dado a que no existe variaciones

8. Respecto a la diagramación y la retícula cree que:

Construye una línea gráfica eficiente y dinámica

Genera fluidez, se percibe un entorno llamativo

Existe poco contraste, es poco confusa

No existe un ritmo adecuado para su comprensión

9. En su opinión ¿La técnica ilustrativa es adecuada?

Crea un vínculo con el contenido y la temática, transmite la diversidad y la belleza de las orquídeas

Va acorde al grupo objetivo, logra capturar su atención

Existe poco contraste con la temática

No favorece al mensaje que se desea transmitir, no es adecuado para el GO

- Tono de voz

10 ¿Cree que el uso de datos importantes, favorezcan a incentivan a la conservación y apreciación de las orquídeas?

Muy de acuerdo, brindando conocimiento puede generar interés sobre la temática

De acuerdo, debido a que las personas pueden informarse

Poco de acuerdo, debe de manejarse mejor el mensaje

Desacuerdo, no contribuye a la conservación y apreciación

11. ¿Considera que el tono de voz es?

Refuerza el mensaje, es empoderado

Aportan un mensaje amigable

Poco amigable

Es muy imperativo

- Piezas gráficas

Material digital – Divulgativo

12. En tanto a las publicaciones en los monitores y página web ¿considera que genera eficiente para cautivar la atención del GO e introducirlos a la temática?

Genera intriga y curiosidad, transmite el mensaje eficientemente

Llama la atención, se vincula con la temática

El mensaje es confuso, no se percibe el mensaje

Pasa desapercibido

Material promocional

13. ¿Cómo considera el material BTL como parte de la línea gráfica, y su implementación para el GO?

Se logra integrar y relacionar con la temática de la naturaleza, incentiva al GO a acercarse

Se adapta a la temática, llama la atención del GO

Es indiferente a la línea gráfica que se ha manejado

Pasa desapercibida

14. ¿Cree que el calendario es funcional para el personal docente y administrativo?

El diseño y el tamaño aporta a una propuesta dinámica

El tamaño es adecuado para su manejo profesional

Es convencional

No existe espacios para anotaciones

Material impreso – Informativo

Brochure, boletín informativo

15. El contenido y la diagramación del material considera que:

Logra captar la atención del grupo objetivo, incentiva a su lectura

Es legible, la información se percibe ordenada

Debe de existir un mejor tratamiento en la información, mayor dinamismo

Contiene mucha información, se percibe desorganizado

Afiche

16. ¿Cómo considera el manejo del contenido en los afiches?

El diseño genera curiosidad, transmite el mensaje y aporta a su visualización

Se percibe una secuencia en el diseño y en el mensaje  
El contenido se percibe estético, no es confuso  
El mensaje pasa desapercibido

- Diseño en general

17. ¿Considera que el concepto logra conectarse con la línea gráfica?

Se conecta con la línea gráfica, transmite la temática y se conecta con el GO

Logra transmitirse debido al manejo de los elementos gráficos, es atractivo para el GO

Algunas palabras se pierden en el diseño y son confusas

No tiene conexión alguna con el concepto

18. En su opinión ¿Cree que existe una unificación en las piezas gráficas?

Existe una unificación eficiente y funcional

Se percibe una línea gráfica dinámica y fluida

Se pierde en algunas piezas gráficas

No existe una unificación en la línea gráfica

¿Cuáles? ¿Por qué?

19. ¿Cómo considera los materiales implementados?

Logran llegar hacia el grupo objetivo

Son adecuado para el grupo objetivo

Son poco funcionales para su visualización

No existe concordancia para transmitir el mensaje

## ANEXO NO.12

### INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN: EXPERTO EN EL TEMA

De parte de la Universidad Rafael Landívar en la carrera de diseño gráfico, estoy realizando un proyecto, donde se está trabajando junto con el Orquideario Landivariano que es parte de uno de los programas del Instituto y Proyección sobre Ambiente Natural y Social - IARNA, uno de sus objetivos es contribuir al mantenimiento y a la revitalización del ambiente natural. Se realizó material informativo y divulgativo dirigido a la comunidad estudiantil, personal docente y administrativo de la universidad, con el objetivo de dar a conocer al Orquideario, y así mismo fomentar la conservación y la apreciación de las orquídeas. Se realizó el diseño de la entidad gráfica, como logotipo, brochure, boletín informativo, así como fase de expectativa, afiches, material BTL, material promocional como calendario y botones.

Agradecería de antemano su colaboración para esta validación, con la finalidad de obtener una evaluación sobre la propuesta de diseño, y lograr una implementación gráfica eficiente y funcional.

- Logo

20. ¿Cree que el logotipo logra representar la temática de las orquídeas?

Logra representar la temática

Es atractivo y dinámico  
Es confuso la representación  
No logra visualizarse la temática

21. ¿Cómo considera la abstracción del logotipo?  
La abstracción no pierde la representación de las orquídeas  
La abstracción es confusa  
Podría ser un poco más orgánico

Comentario

- Material informativo y divulgativo

22. ¿Considera que los colores crean una conexión con las orquídeas?  
Son una de los colores más representativos en su especie  
Son atractivos, trasmite la diversidad de las orquídeas  
Considero que existe mucha saturación

23. ¿Cómo considera las ilustraciones de las orquídeas?  
Crea un vínculo con el contenido y la temática  
Son legibles y atractivas  
Es difícil de visualizar las orquídeas

24. La ilustración considera que:  
Genera empatía para la conservación y apreciación de las orquídeas  
Logra llamar la atención de los jóvenes y adultos

No logra transmitir un mensaje amigable

25. ¿Considera que la tipografía apoya a que el grupo objetivo entienda el mensaje e incentive su atención?

Excelente  
Bueno  
Promedio  
Malo

26. ¿Cree que el uso de datos importantes, favorezcan a incentivan a la conservación y apreciación de las orquídeas?

Muy de acuerdo, brindando conocimiento puede generar interés sobre la temática  
De acuerdo, debido a que las personas deben de informarse  
Desacuerdo, no aporta en nada

27. ¿Considera que las frases como “Descubre la riqueza de la naturaleza”, aportan a un mensaje con mayor impacto?

Refuerzan el mensaje  
Aportan un mensaje amigable  
No favorece al contenido

28. ¿Cree que las piezas pueden ser funcionales para llegar al grupo objetivo?

Si, debido a que son medios con mayor alcance  
Son piezas funcionales, logran transmitir el mensaje  
Poco funcional, debe de proponerse otras piezas

# ANEXO NO.13

## INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN: GRUPO OBJETIVO

De parte de la Universidad Rafael Landívar en la carrera de diseño gráfico, estoy realizando un proyecto con enfoque naturalista, donde se está trabajando junto con el Orquideario Landivariano que es parte de uno de los programas del Instituto y Proyección sobre Ambiente Natural y Social-IARNA.

A continuación, se presenta una serie de preguntas con el objetivo de evaluar la propuesta.

Agradecería tu opinión y evaluación sobre el proyecto.

¿Conoces el Orquideario Landivariano?

Si

No

1. ¿Logras relacionar el logotipo con el Orquideario?

Expresa la idea del Orquideario

Logro relacionarlo con flora, pero no específicamente con orquídeas

Es confusa la representación

No lo relaciono con nada

2. ¿Con que palabra relacionas el logotipo?

Fusión

Raíces

Movimiento

Ninguno

• Material informativo y divulgativo

3. ¿Cómo consideras la paleta de color?

Me transmite la temática de flora

Son colores dinámicos, logra llamar mi atención

Es saturado para la vista

4. ¿Cómo consideras las tonalidades de color?

Son contrastantes

El manejo del color es armonioso

La combinación no es agradable

5. La tipografía en los textos te parece:

Legibilidad

Se percibe estético

Son poco legibles

6. ¿Cómo consideras la combinación y tamaño de las tipografías?

Logra llamar mi atención

Existe dinamismo

Se percibe rígido

7. ¿Cómo te resulta la combinación entre textos, ilustraciones y otros elementos? ¿Cómo te resulta la lectura dentro de los materiales?

Existe orden, genera fluidez

Es legible, llama mi atención

Es un poco confuso, no existe orden

8. ¿Logras leer los textos en blanco?

Son legibles, logro comprender el mensaje

Poco confusos, se pierde el texto en algunos espacios

No son legibles

9. En tu opinión las ilustraciones te parecen:

Atractivas, generan curiosidad

La técnica es dinámica

Son poco legibles

Pasa desapercibido

10. ¿Logras visualizar la temática de las orquídeas?

El mensaje de las ilustraciones es eficiente

Logro visualizar la diversidad de orquídeas

Puede percibirse poco confuso

11. ¿Qué te transmiten las ilustraciones?

Diversidad

Exótico

Belleza

Naturaleza

Nada

12. ¿Qué te transmiten las siguientes publicaciones?

Genera intriga y curiosidad

Llama la atención

Pasan desapercibidos

13. ¿Cómo consideras el manejo del contenido en los afiches?

El diseño es dinámico, incita a visualizarlo

Genera simpatía

El contenido se percibe estético y rígido

14. ¿Cómo te resulta el contenido y la diagramación del brochure?

Logra captar mi atención, incentiva a su lectura

Es legible, la información se percibe ordenada

No es agradable, se percibe la información desorganizada

Contiene mucha información

15. ¿Cómo percibes el boletín informativo?

Dinámico

Tradicional

16. ¿Consideras funcional el calendario para su uso laboral? (Puedes seleccionar más de una opción)

El tamaño es adecuado y manejable

El espacio dentro del calendario es práctico

Muy poco espacio para anotaciones

17. ¿Considera que la propuesta del BTL es funcional?

Es funcional debido a su innovador diseño

Capta la atención, incentiva a su acercamiento

Transmite directamente la personalidad del Orquideario

Es poco funcional, pasa desapercibido

18. En tu opinión ¿Crees que existe una unificación en las piezas gráficas?

Existe una unificación eficiente y funcional

Se percibe una línea gráfica dinámica y fluida

Se pierde en algunas piezas gráficas

¿Cuáles? ¿Por qué?

19. ¿Consideras que los materiales propuestos son adecuados para causar impacto?

1    2    3    4    5

Comentario general

# ANEXO NO. 14

## RESULTADOS DE VALIDACIÓN: EXPERTOS EN DISEÑO

1. ¿Considera que el logotipo logra representar al Orquideario, tomando en cuenta que es una entidad institucional?

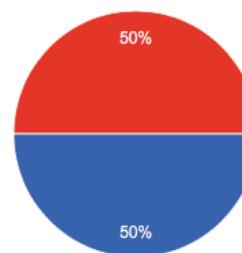
2 respuestas



- Logra representar la entidad y se percibe formalidad
- Es atractivo, pero pierde un poco la temática
- Es confusa la representación por nivel de abstracción
- No logra vincularse

3. Considera que la abstracción de la orquídea es:

2 respuestas



- La abstracción es concisa y simple, se entiende
- La forma es legible
- Debe de existir un mejor tratamiento
- Muy abstracta, debe ser un poco más orgánica

2. ¿Qué palabra del concepto considera que logra vincularse con el logotipo?

2 respuestas



- Fusión
- Raíces
- Movimiento
- Ninguno

4. ¿Cómo considera la paleta de color?

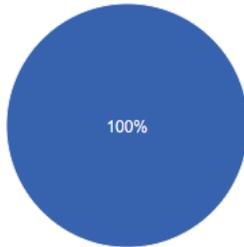
2 respuestas



- Refuerza la temática, logra transmitir la diversidad y lo exótico de las orquídeas
- Logra llamar la atención, es armonioso y legible
- No existe una combinación adecuada, podría implementarse el verde para fortalecer la institución del IARNA
- Se percibir un poco de saturación, no es armoniosa

### 5. La tipografía genera:

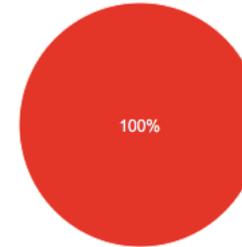
2 respuestas



- Se conecta con la línea gráfica, crea dinamismo
- Legibilidad, crea curiosidad
- Se percibe estético y aburrido
- Es poco legible, no aportan a la línea gráfica

### 7. El manejo de las jerarquías tipográficas considera que:

2 respuestas



- Funcional, construye un mensaje con impacto visual
- Adecuado, genera orden y legibilidad
- Debe de existir un mejor tratamiento en tanto a composición y tamaño
- Rígido, dado a que no existe variaciones

### 6. Considera que el manejo del color blanco en los textos:

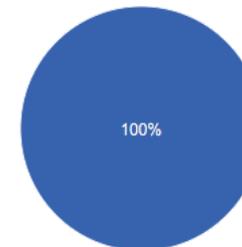
2 respuestas



- Son legibles, logra comprenderse el mensaje
- Poco confusos, se pierde en algunas piezas
- Debe de existir una variación de colores

### 8. Respecto a la diagramación y la retícula cree que:

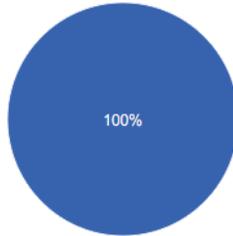
2 respuestas



- Construye una línea gráfica eficiente y dinámica
- Genera fluidez, se percibe un entorno llamativo
- Existe poco contraste, es poco confusa
- No existe un ritmo adecuado para su comprensión

### 9. En su opinión ¿La técnica ilustrativa es adecuada?

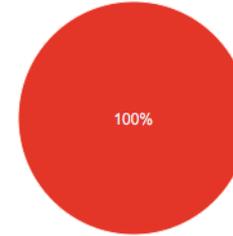
2 respuestas



- Crea un vínculo con el contenido y la temática, transmite la diversidad y la belleza de las orquídeas
- Va acorde al grupo objetivo, logra capturar su atención
- Existe poco contraste con la temática
- No favorece al mensaje que se desea transmitir, no es adecuado para el GO

### 11. ¿Considera que el tono de voz es?

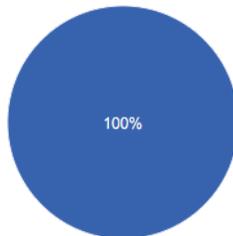
2 respuestas



- Refuerza el mensaje, es empoderado
- Aportan un mensaje amigable
- Poco amigable
- Es muy imperativo

### 10. ¿Cree que el uso de datos importantes, favorezcan a incentivan a la conservación y apreciación de las orquídeas?

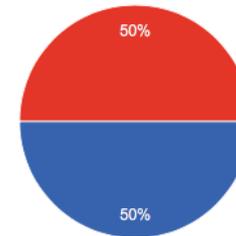
2 respuestas



- Muy de acuerdo, brindando conocimiento puede generar interés sobre la temática
- De acuerdo, debido a que las personas pueden informarse
- Poco de acuerdo, debe de manejarse mejor el mensaje
- Desacuerdo, no contribuye a la conservación y apreciación

### 12. En tanto a las publicaciones en los monitores y página web ¿considera que genera eficiente para cautivar la atención del GO e introducirlos a la temática?

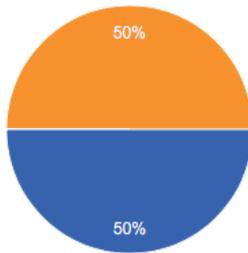
2 respuestas



- Genera intriga y curiosidad, transmite el mensaje eficientemente
- Llama la atención, se vincula con la temática
- El mensaje es confuso, no se percibe el mensaje
- Pasa desapercibido

### 13. ¿Cómo considera el material BTL como parte de la línea gráfica, y su implementación para el GO?

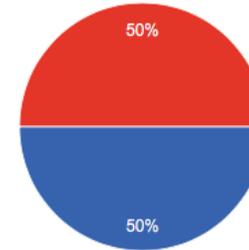
2 respuestas



- Se logra integrar y relacionar con la temática de la naturaleza, incentiva al GO a acercarse
- Se adapta a la temática, llama la atención del GO
- Es indiferente a la línea gráfica que se ha manejado
- Pasa desapercibida

### 15. El contenido y la diagramación del material broshure y boletín informativo considera que:

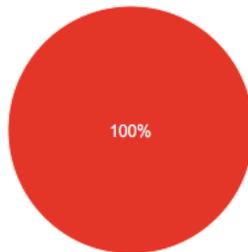
2 respuestas



- Logra captar la atención del grupo objetivo, incentiva a su lectura
- Es legible, la información se percibe ordenada
- Debe de existir un mejor tratamiento en la información, mayor dinamismo
- Contiene mucha información, se percibe desorganizado

### 14. ¿Cree que el calendario es funcional para el personal docente y administrativo?

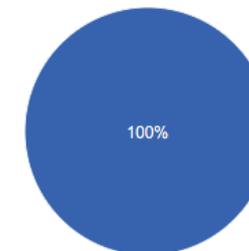
2 respuestas



- El diseño y el tamaño aporta a una propuesta dinámica
- El tamaño es adecuado para su manejo profesional
- Es convencional
- No existe espacios para anotaciones

### 16. ¿Cómo considera el manejo del contenido en los afiches?

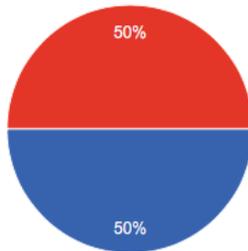
2 respuestas



- El diseño genera curiosidad, transmite el mensaje y aporta a su visualización
- Se percibe una secuencia en el diseño y en el mensaje
- El contenido se percibe estético, no es confuso
- El mensaje pasa desapercibido

### 17. ¿Considera que el concepto logra conectarse con la línea gráfica?

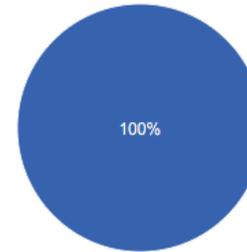
2 respuestas



- Se conecta con la línea gráfica, transmite la temática y se conecta con el GO
- Logra transmitirse debido al manejo de los elementos gráficos, es atractivo para el GO
- Algunas palabras se pierden en el diseño y son confusas
- No tiene conexión alguna con el concepto

### 18. En su opinión ¿Cree que existe una unificación en las piezas gráficas?

2 respuestas



- Existe una unificación eficiente y funcional
- Se percibe una línea gráfica dinámica y fluida
- Se pierde en algunas piezas gráficas
- No existe una unificación en la línea gráfica

### 19. ¿Cómo considera los materiales implementados?

2 respuestas



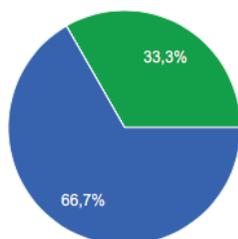
- Logran llegar hacia el grupo objetivo
- Son adecuado para el grupo objetivo
- Son poco funcionales para su visualización
- No existe concordancia para transmitir el mensaje

# ANEXO NO. 15

## RESULTADOS DE VALIDACIÓN: EXPERTOS EN EL TEMA

1. ¿Considera que el logotipo logra representar al Orquideario y la temática, tomando en cuenta que es una entidad institucional?

3 respuestas



- Logra representar la entidad y la temática, se percibe formalidad
- Es atractivo, pero pierde un poco la temática
- Es confusa la representación por nivel de abstracción
- No logra vincularse

Comentario:

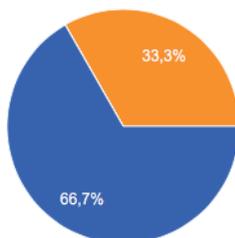
2 respuestas

Considero que podría ser mas atrayente usando otros colores sin perder la formalidad institucional

Si bien el logo es minimalista, creo que podría poner el color anaranjado utilizado podría ponerse en el pétalo central

2. ¿Cómo considera la abstracción del logotipo?

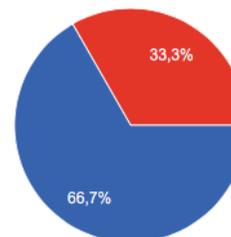
3 respuestas



- La abstracción no pierde la representación de las orquídeas
- La abstracción es confusa
- Podría ser un poco más orgánico

3. ¿Considera que los colores crean una conexión con la temática de las orquídeas?

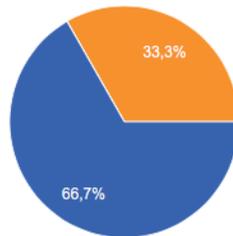
3 respuestas



- Refuerza la temática, logra transmitir la diversidad y lo exótico de las orquídeas
- Adecuados debido a que son una de los colores más representativos en su especie
- Los colores no son armoniosos con la temática
- No transmite la temática de las orquídeas

#### 4. ¿Considera que la tipografía apoya a que el grupo objetivo entienda el mensaje e incentive su atención?

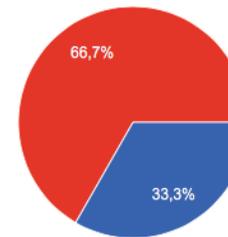
3 respuestas



- Crea dinamismo, logra capturar el mensaje y llama la atención
- Es legible y agradable para la comunidad landivariana
- Se percibe estético, puede ser confuso
- No apoya a la comprensión del mensaje

#### 6. En su opinión ¿Cómo considera las ilustraciones?

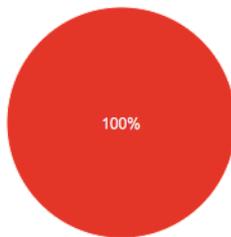
3 respuestas



- Crea un vínculo con el contenido y la temática, transmite la diversidad y la belleza de las orquídeas
- Va acorde al grupo objetivo, logra capturar su atención y genera empatía con el tema
- Existe poco contraste con la temática
- No favorece al mensaje que se desea transmitir, no es adecuado para el grupo objetivo (comunidad landivari...

#### 5. ¿Cómo considera la diagramación de los materiales?

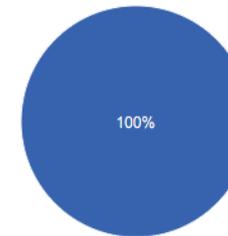
3 respuestas



- Eficientes, construyen un mensaje significativo para interpretar el tema, manteniendo el interés de las perso...
- Adecuados, genera orden y legibilidad, llama la atención
- Debe de mejorar en tanto a composición y tamaños, poco legible
- Existe saturación de contenido, puede ser confuso para la comunidad landivariana

#### 7. ¿Cree que el uso de datos importantes, generen empatía respecto a la conservación y apreciación de las orquídeas?

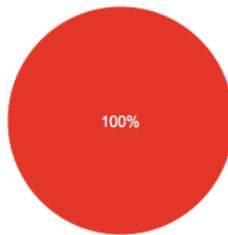
3 respuestas



- Muy de acuerdo, brindando conocimiento puede generar interés sobre la temática
- De acuerdo, debido a que las personas pueden informarse
- Poco de acuerdo, debe de manejarse mejor el mensaje
- Desacuerdo, no contribuye a la conservación y apreciación

### 8. ¿Cómo considera el uso de las palabras como Descubre, Admira, Cultiva y Protege?

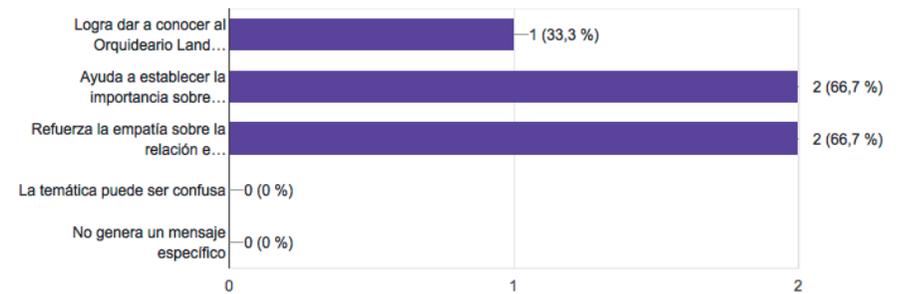
3 respuestas



- Refuerzan el mensaje, transmitiendo la importancia sobre la temática
- Aporta a un mensaje amigable con la temática, construyendo un vínculo con el grupo objetivo (comunidad landivariana)
- El mensaje puede ser confuso
- No favorece a la temática y al contenido

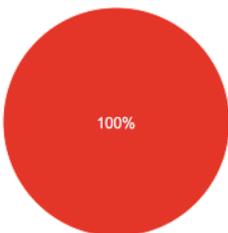
### 9. En su opinión, el diseño en general: (Puede seleccionar más de una opción)

3 respuestas



### 10. ¿Cómo considera los materiales propuesto para la comunidad landivariana?

3 respuestas



- Logra establecer la entidad del Orquideario en la comunidad, logra transmitir el mensaje
- Logra cautivar a la comunidad e incentivar su interés sobre la temática
- Poco funcional, debe de proponerse otras piezas
- No son adecuados, no logran llamar la atención

### 11. Agradecería sus comentarios o sugerencias sobre al proyecto que se le presento, sobre los materiales realizados, si considera que existe algunas mejoras o como podría manejar mejor el tema

3 respuestas

Me gusto mucho todo el material promocional, el logo no me convenció y lo veo muy aburrido. Pero toda la información y el material esta excelente.

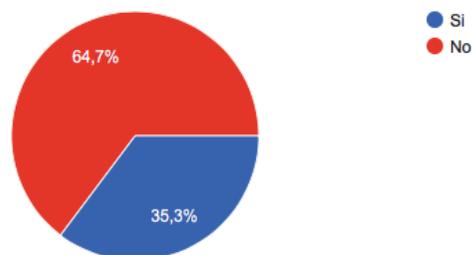
Creo que el material diseñado se basa en la diversidad de las orquídeas lo cual fortalece su relación con el tema. Creo que en los afiches, boletines, y calendarios podrían incluir un poco más de información sobre el tema para que tenga un aporte más aducacional

# ANEXO NO.16

## RESULTADOS DE VALIDACIÓN: GRUPO OBJETIVO PRIMARIO

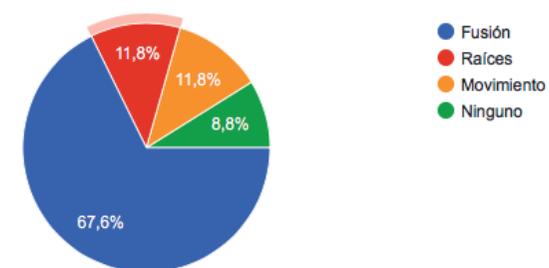
¿Conoces el Orquideario Landivariano?

34 respuestas



2. ¿Con que palabra relacionas el logotipo?

34 respuestas



1. ¿Logras relacionar el logotipo con el Orquideario?

34 respuestas



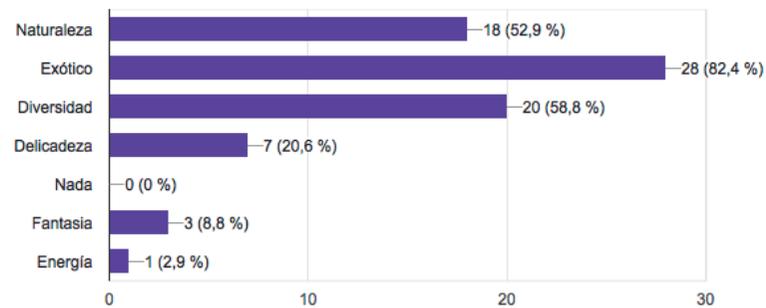
3. ¿Cómo consideras la paleta de color?

34 respuestas



#### 4. ¿Con qué relacionas los colores? (Puedes seleccionar más de una opción)

34 respuestas



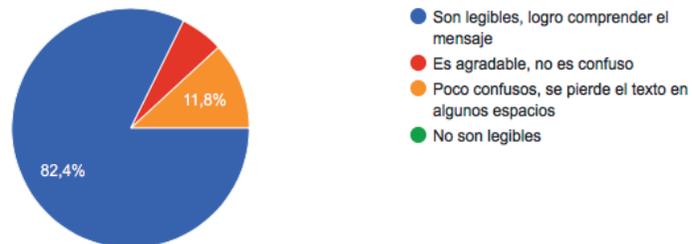
#### 5. La tipografía en los textos te parece:

34 respuestas



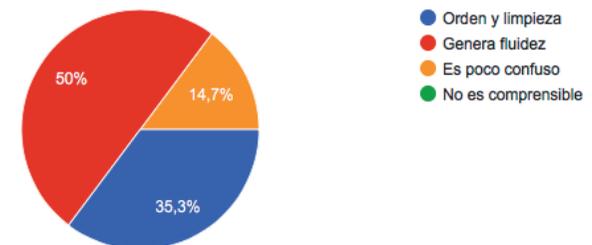
#### 6. ¿Logras leer los textos en color blanco?

34 respuestas



#### 7. ¿Cómo te resulta la lectura visual dentro de los materiales? Tomando en cuenta los textos, ilustraciones y otros elementos.

34 respuestas



## 8. ¿Qué logras visualizar en las ilustraciones?

34 respuestas

Hojas (4)
Flora (2)
Tipos de orquídeas (2)
Hojas, partes de orquídeas
Las orquídeas generan un estampado bastante llamativo
Flores, naturaleza, hojas
Orquídeas
La distinta variedad de flora
Flores,
Dinamismo
Las orquídeas
Hojas. Las orquídeas se pierden

## 8. ¿Qué logras visualizar en las ilustraciones?

34 respuestas

Llaman la atención, las variaciones crea un juego armonioso
Hojas, movimiento
Flores
Hojas
Se visualizan hojas de plantas y algunos pétalos.
Mensaje juvenil
Hojas y orquídeas
Orquídeas, colores, tratan de transmitir un mensaje de cuidado y apreciación a las orquídeas.
Naturaleza
Los diferentes imágenes de orquídeas, me encanta el movimiento y dinamismo que tienen, las manos como tomándolas o "cuidándolas" se me hace una buena composición
flores
Buena colocación del texto, me gusta el color es totalmente llamativo. Ccaptan la atención del lector. Sin embargo

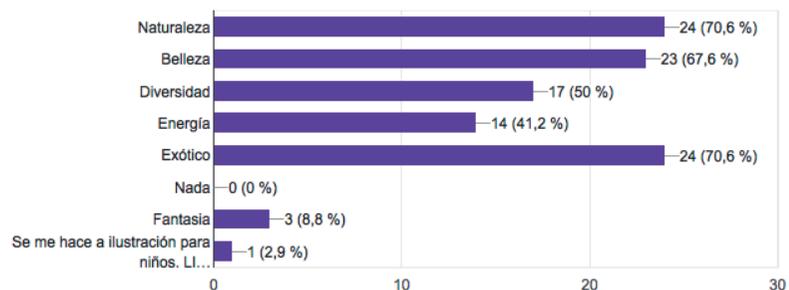
## 8. ¿Qué logras visualizar en las ilustraciones?

34 respuestas

Hojas y orquídeas
Orquídeas, colores, tratan de transmitir un mensaje de cuidado y apreciación a las orquídeas.
Naturaleza
Los diferentes imágenes de orquídeas, me encanta el movimiento y dinamismo que tienen, las manos como tomándolas o "cuidándolas" se me hace una buena composición
flores
Buena colocación del texto, me gusta el color es totalmente llamativo. Ccaptan la atención del lector. Sin embargo, no encuentro la relación entre los colores del logo y los materiales realizados.
Muchas hojas
Diseño e imaginación
Flores creativas
Son orquídeas
Orquídeas, flores.

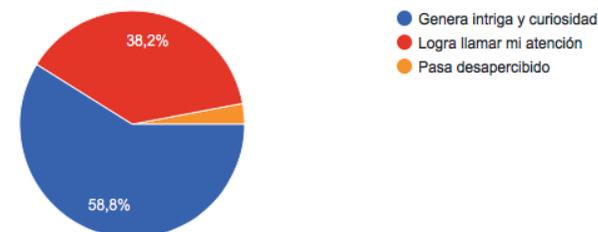
### 9. ¿Qué te transmiten las ilustraciones? (Puedes seleccionar más de una opción)

34 respuestas



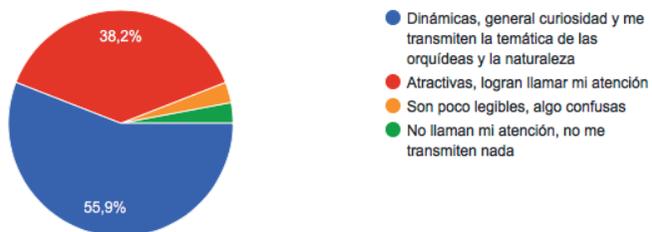
### 11. ¿Qué te transmiten las anteriores imágenes?

34 respuestas



### 10. En tu opinión las ilustraciones te parecen:

34 respuestas



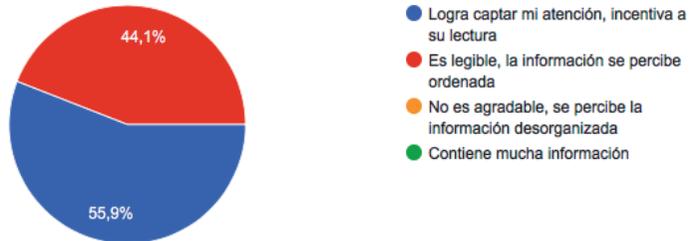
### 12. La anterior imagen ¿Consideras que el material logra integrarse con la temática de Orquídeas y la naturaleza?

34 respuestas



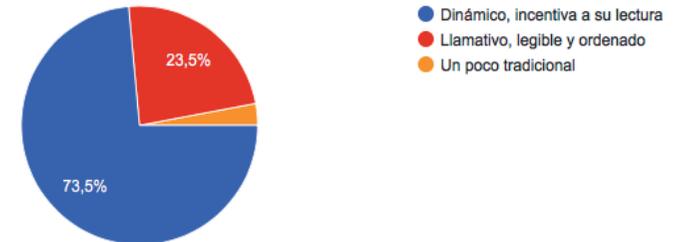
### 13. ¿Cómo te resulta el contenido y la diagramación del trifoliar?

34 respuestas



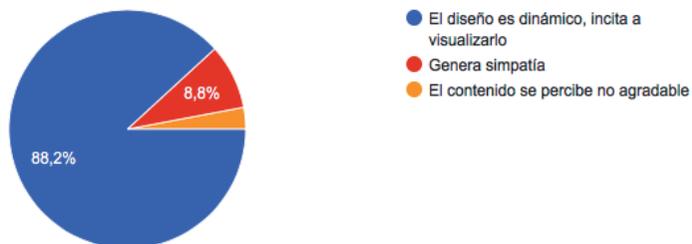
### 14. ¿Cómo percibes el boletín informativo?

34 respuestas



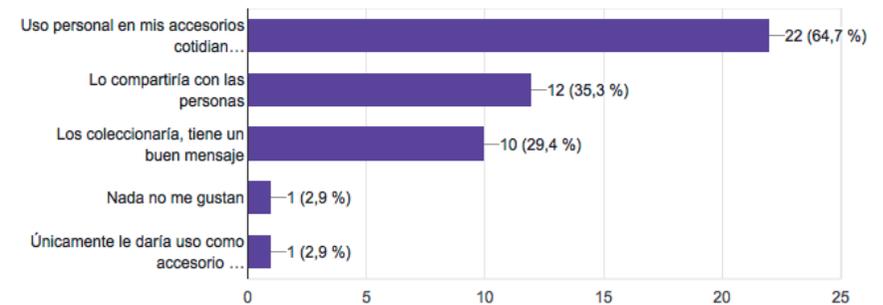
### 15. ¿Cómo consideras el manejo del contenido en los afiches?

34 respuestas



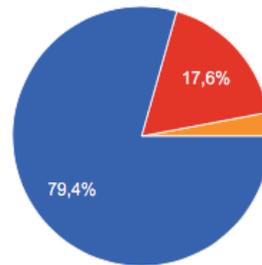
### 16. ¿Qué funcionalidad le darías a los botones? (Puedes seleccionar más de una opción)

34 respuestas



### 17. ¿Consideras que el diseño de los materiales propuestos llaman tu atención?

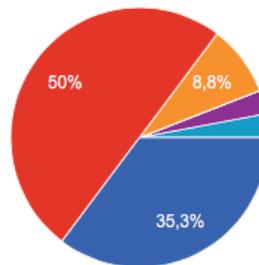
34 respuestas



- Si, el diseño logra cautivar mi atención, es diferente
- Es llamativo y fuera de lo convencional
- No logra llamar mi atención

### 18. ¿Qué mensaje te transmite el contenido y el diseño en general?

34 respuestas



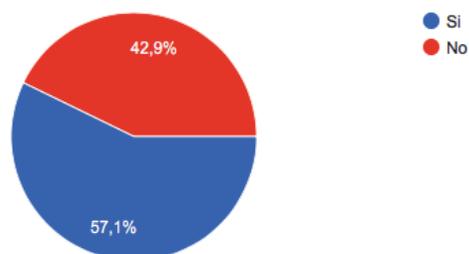
- Mensaje positivo, sobre conciencia en general de la naturaleza
- Mensaje sobre la belleza y la riqueza de las orquídeas
- Mensaje sobre la conservación de las orquídeas
- Mensaje negativo
- Es llamativo pero no representa las orquídeas. Solo hojas
- Tranquilidad y naturaleza

# ANEXO NO.17

## RESULTADOS DE VALIDACIÓN: GRUPO OBJETIVO SECUNDARIO

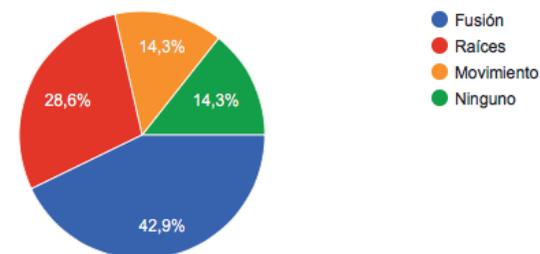
¿Conoces el Orquideario Landivariano?

7 respuestas



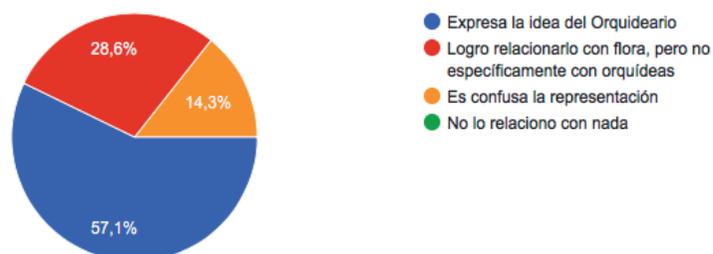
2. ¿Con que palabra relacionas el logotipo?

7 respuestas



1. ¿Logras relacionar el logotipo con el Orquideario?

7 respuestas



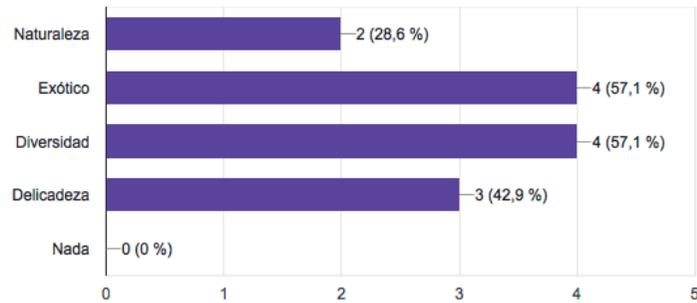
3. ¿Cómo consideras la paleta de color?

7 respuestas



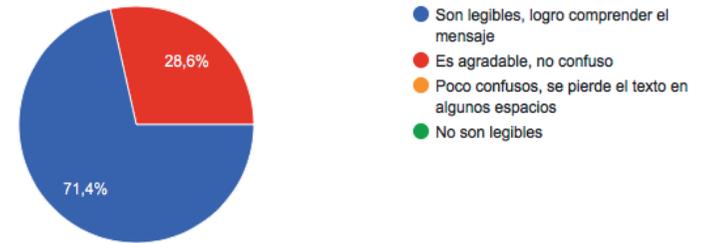
4. ¿Con qué relacionas los colores? (Puedes seleccionar más de una opción)

7 respuestas



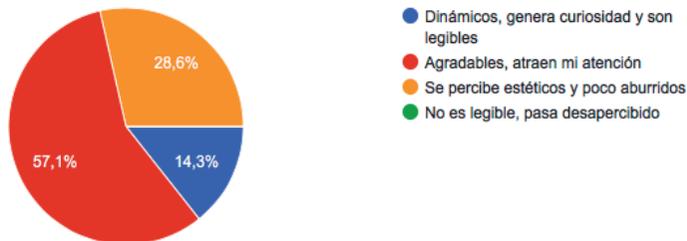
6. ¿Logras leer los textos en color blanco?

7 respuestas



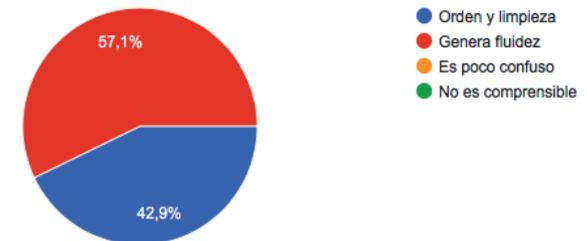
5. La tipografía en los textos te parece:

7 respuestas



7. ¿Cómo te resulta la lectura visual dentro de los materiales? Tomando en cuenta los textos, ilustraciones y otros elementos.

7 respuestas



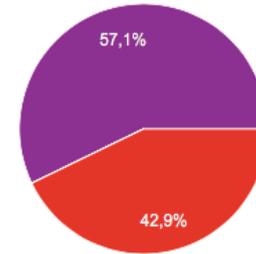
### 8. ¿Qué logras visualizar en las ilustraciones?

7 respuestas

Orquídeas (2)
Orquídeas y naturaleza
Hojas, flores, texto
Las orquídeas
Hojas, Flores, texto, logo URL
Flores

### 10. En tu opinión las ilustraciones te parecen:

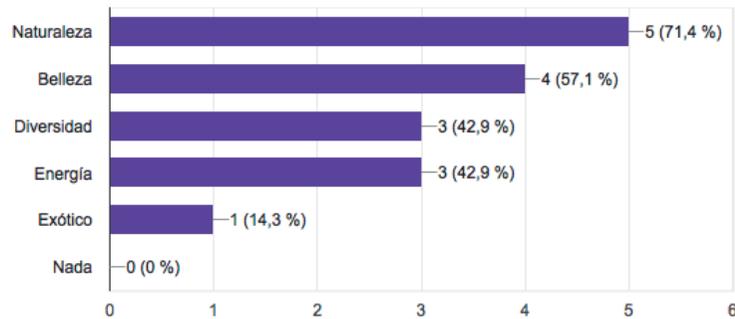
7 respuestas



- Dinámicas, generan curiosidad y me transmiten la temática de las orquídeas y la naturaleza
- Atractivas, logran llamar mi atención
- Son poco legibles, algo confusas
- No llaman mi atención, no me transmiten nada
- Dinámicas, general curiosidad y me transmiten la temática de las orquídeas y la naturaleza

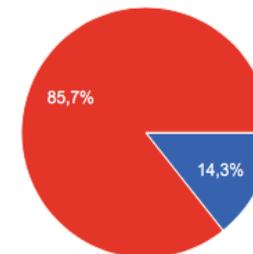
### 9. ¿Qué te transmiten las ilustraciones? (Puedes seleccionar más de una opción)

7 respuestas



### 11. ¿Qué te transmiten las anteriores imagenes?

7 respuestas



- Genera intriga y curiosidad
- Logra llamar mi atención
- Pasa desapercibido

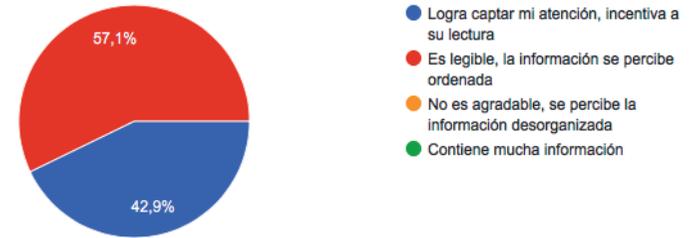
12. La anterior imagen ¿Consideras que el material logra integrarse con la temática de Orquídeas y la naturaleza?

7 respuestas



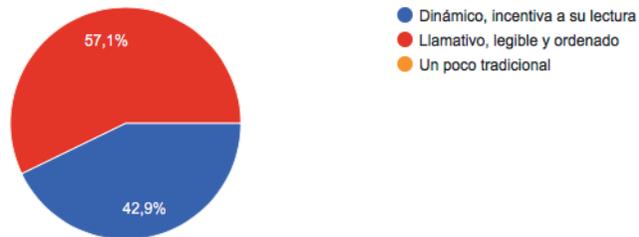
13. ¿Cómo te resulta el contenido y la diagramación del trifoliar?

7 respuestas



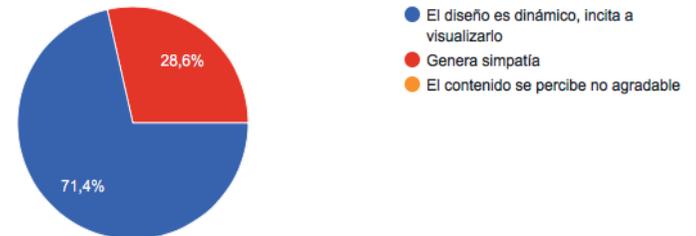
14. ¿Cómo percibes el boletín informativo?

7 respuestas



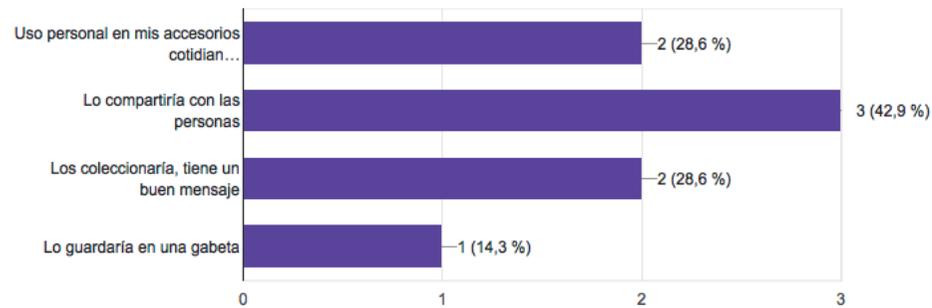
15. ¿Cómo consideras el manejo del contenido en los afiches?

7 respuestas



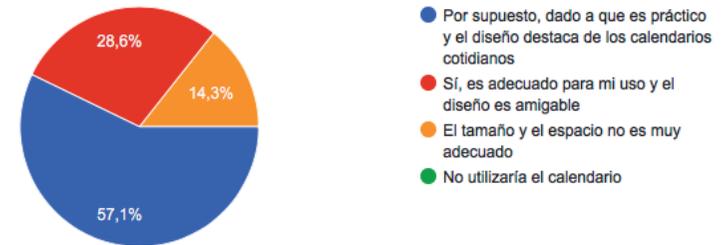
### 16. ¿Qué funcionalidad le darías a los botones? (Puedes seleccionar más de una opción)

7 respuestas



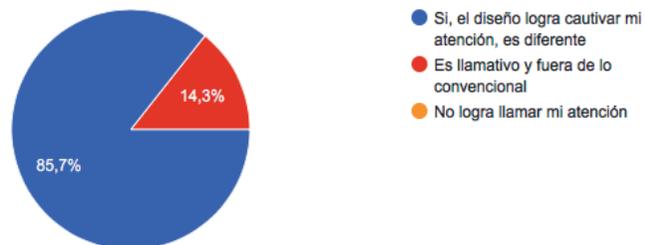
### 17. ¿Utilizarías el calendario para tu uso laboral?

7 respuestas



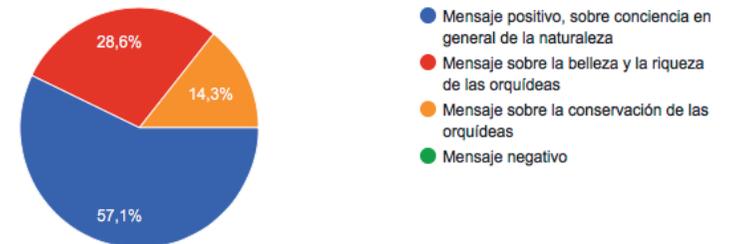
### 18. ¿Consideras que el diseño de los materiales propuestos llaman tu atención?

7 respuestas



### 19. ¿Qué mensaje te transmite el contenido y el diseño en general?

7 respuestas





# THE SIGN

2 C 16-76 BLVD VISTA HERMOSA  
ZONA 15, 2NDO NIVEL  
3200 6654 / 2365 7655  
para.imprimir.porfa@gmail.com

CENTRO DE IMPRESIÓN DIGITAL

COTIZACIÓN No. 302

Fecha: 2 de julio 2018  
Cliente: Estefani Laines  
Contacto:  
Atendió: Erick Luna.

CANT.	DESCRIPCIÓN	P.U.	TOTAL
	<b>Piezas a imprimir</b>		
72	Afiches impresos a full color solo tiro en impresión de cera ecológica y papel ecológico almond, desert, o cotton tamaño tabloide	Q	1,008.00
100	Volantes impresos a full color solo tiro en impresión de cera ecológica y papel bond 120grms 30% fibra post consumo tamaño 4.5"x6.5	Q	275.00
50	Desplegables impresos a full color tiro y retiro en impresión de cera ecológica y papel bond 120grms 30% fibra post consumo 5"x16.5" abierto, 5"x5.5" cerrado	Q	550.00
50	Botones tamaño 2.25" diametro	Q	270.00
50	Calendarios impresos a full color en impresión de cera y papel bond 120grms ecológico consta de portada y contraportada impresa en papel cotton wods y 8 hojas interiores impresas en papel bond 120grms	Q	4,800.00
	<b>Cheque a nombre de: UN NOMBRE SERIO S.A.</b>		
<b>TOTAL</b>			

Esta cotización tiene validez de 7 días. Está sujeta a cambios.  
No nos responsabilizamos por algún error de diseño después de aprobado el arte.



## COTIZACION

No Cot: **20180702**

Centro Comercial SAN JORGE  
Anillo Periferico 22-29 z11 Local 18

Cliente	ESTEFANI LAINES		
Dirección	CIUDAD		
Contacto		Correo @	
Fecha	2/07/2018	VENDEDOR	
Correo Vendedor			

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNITARIO	TOTAL
72	AFICHES FULL COLOR TIRO TEXCOTE 11 X 17	Q 7.00	Q 504.00
	AFICHES FULL COLOR TIRO OPALINA 11 X 17	Q 8.00	Q 576.00
100	FULL COLOR DE 4.5 X 6.5 PLGS EN BOND	Q 1.75	Q 175.00
	FULL COLOR DE 4.5 X 6.5 PLGS EN COUCHE	Q 2.05	Q 205.00
50	BROCHURES FULL COLOR 5 X 16.5 PLGS ABIERTO TIRO Y RETIRO COUCHE	Q 8.00	Q 400.00
50	BOTONES DE 2.5 PLGS	Q 5.00	Q 250.00
	BOTONES DE 3.5 PLGS	Q 7.00	Q 350.00
100	FULL COLOR TAMAÑO 5.8 X 8 PLGS BASE EN TEXCOTE, 8 INTERIORES EN BOND CON ARILLO	Q 42.00	Q 4,200.00
	FULL COLOR TAMAÑO 5.5 X 8 PLGS BASE EN TEXCOTE, 8 INTERIORES EN OPALINA CON ARILLO	Q 44.00	Q 4,400.00
1	SELLO MADERA	Q 75.00	Q 75.00

PRECIOS INCLUYEN IVA  
FORMA DE PAGO: 50% ANTICIPADO Y 50% CONTRA ENTREGA  
TIEMPO DE ENTREGA: 15 DÍAS HÁBILES  
VIGENCIA DE LA COTIZACIÓN: 15 DÍAS



CONTÁCTENOS, S.A.  
NIT. 4436888-7

COTIZACIÓN NO. **14,265**

FECHA: **03/07/2018**

CLIENTE: **Estefani Laines**

DIRECCIÓN:

NIT:

EMAIL: **estefanilaines96@gmail.com**

COTIZACIÓN VÁLIDA: **Por 15 días hábiles**

TIEMPO DE ENTREGA: **03 DÍAS HÁBILES**

FORMA DE PAGO / **Credito**

PREPARADA POR **Pablo Villela**

CANT.	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
72	Afiches impresión digital full color solo tiro tamaño 11x17" en texcote u opalina.	Q 5.50	Q 396.00
100	Volantes impresión digital full color solo tiro tamaño 1/2 carta couche.	Q 1.375	Q 137.50
100	Volantes impresión digital full color solo tiro tamaño 1/2 carta bond.	Q 0.84	Q 84.00
50	Brochures impresión digital full color solo tiro tamaño 5x16.5" abierto en couche.	Q 2.75	Q 137.50
50	Brochures impresión digital full color solo tiro tamaño 5x16.5" abierto en bond.	Q 1.68	Q 84.00
50	Botones de 1"	Q 5.50	Q 275.00
50	Botones de 3"	Q 10.00	Q 500.00
50	Botones de 6cm	Q 7.00	Q 350.00
50	Calendarios impresión digital full color tamaño 6.75x9.5" portadas en husky o texcote con 8 páginas interiores duplex full color con espiral plastico.	Q 29.00	Q 1,450.00

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

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

Firma de Aceptado

Fecha Aceptado

2473-8095 // 4740-6809

cotizaciones@lastminute.net.gt

www.lastminute.net.gt



Tel: (502) 2473-8095  
V. Calle 23-20 zona 14, Edif. #3  
Ciudad de Guatemala, Guatemala, C.A.  
www.corporacionlitografica.com

Cotización No. **86353**  
Guatemala, 19 septiembre 2018

Señores  
**Estefani Laines**  
Presente

ATN: Estefani Laines

Estimados Señores

Nos es grato presentarles nuestra cotización por lo siguiente:

**CALENDARIOS**

**BASE: Impreso en TEXCOTE 16, tamaño abierto 9.5 x 20.5 plgs., 0 colores tiro, troquelado.**

**HOJAS INTERIORES: Impreso en COUCHE 80, tamaño abierto 5.5 x 8 plgs., 4 colores tiro, 4 colores retiro, 7 signaturas, compaginado con lomo al calor.**

1,750 ..... Q 11,500.00

Nota: El Precio anterior podrá sufrir cambios sin previo aviso debido a las constantes variaciones en los precios del material.

En espera de su respuesta, nos suscribimos.

Atentamente,

**Roberto Molina**  
Ejecutivo de Ventas

Términos y condiciones de aceptación: La variación en la cantidad de entrega puede ser de +/- 5%. La forma de pago es del 50% al autorizar y 50% contra entrega. Las placas, troqueles o clichés utilizados son propiedad de Corporación Litográfica y serán destruidos. El plazo de respuesta del archivo digital es de 48 días. El empaque será estándar a excepción de solicitud especial por parte del cliente. El plazo de reclamos es de 8 días a partir de la entrega.



19 de septiembre de 2018

Atención: Estefani Laines

Es un gusto presentarle la cotización por lo siguiente:

Trabajo: **Calendarios de escritorio**  
 Cantidad 1,750  
Material p/meses Couche 80g  
 Tamaño 5.5" x 8" pulgadas  
 Impresión: full color \* frente y dorso  
 Barniz: U.V. brillante al frente y dorso  
 Contiene : 14 paginas (7 hojas)  
Material p/ Base: Texcote C-18 sin impresión  
 Encuadernado: espiral plastico negro  
 Punto Creativo: elabora diseño

**Precio con IVA: Q13,223.00**

P/Unitario: Q7.56

**Silvia Pérez**  
Asesor de Ventas

2433 1105 • 2433 4589  
 4281 4348  
 pcreativogt  
 www.puntocreativo.com.gt

Nombre del cliente: \_\_\_\_\_  
 Nombre de la persona que hace la contratación: \_\_\_\_\_  
 Nombre del evento: **BTL Carreta**  
 Fecha: **05/07/2018**  
 Fecha de inicio: \_\_\_\_\_  
 Fecha de fin: \_\_\_\_\_

**PRODUCCIÓN**

Cantidad	Días	Precio Unitario	Sub-total
1	1	GTQ 2,000.00	GTQ 2,000.00
Sub-total			GTQ 2,000.00

Elaboración de Carreta con llantas de bicicleta y cajón de melamina con puertas y entrepaños, con una medida de 0.80 largo X 0.60 ancho X 1.80 de alto (Según foto de Referencia) • Vinil adhesivo laminado para la cenefa  
 Medida 0.80x0.40mts

**FEES**

Cantidad	Nº de días	Precio Unitario	Sub-total
1	1	Q	GTQ
Sub-total			GTQ

Coordinación General.

<b>Sub-Total</b>	<b>GTQ 2,000.00</b>
<b>IVA</b>	<b>GTQ</b>
<b>TOTAL GENERAL BRIGHT SOLUTIONS</b>	<b>GTQ 2,000.00</b>

**CONDICIONES COMERCIALES**

- Se requieren artes para elaboración de material impreso, tiempo de entrega 08 días hábiles después de haber aprobado presupuesto
- Incluye: adaptación de artes por parte de Bright Solutions (se excluye la conceptualización) y se requieren 2 días hábiles para su adaptación.
- Tiempo de ejecución: 6 días hábiles después de aprobado el Presupuesto-Contrato.
- Todo Presupuesto-Contrato aprobado deberá contar con una Orden de Compra y/o firma y sello por parte del cliente antes de iniciar la actividad.
- Si el servicio contratado es cancelado por razones ajenas a la ejecución, habrá una penalidad del 30% del total del presupuesto aprobado.
- Toda modificación a este Presupuesto-Contrato deberá ser notificada por escrito. Si es de reducción, estará sujeta a que la empresa no haya hecho el desembolso correspondiente; si es de ampliación se deberá hacerse un nuevo Presupuesto-Contrato y/o una Orden de Compra por el complemento (si el Cliente trabaja por medio de dicho documento).
- El plazo de crédito pactado es de \_\_\_\_\_ días, si el pago de la factura ocurre una vez transcurrido el plazo pactado de crédito, se cobrará un 5% mensual por concepto de intereses sobre el valor de la misma, hasta su efectiva cancelación.

**IMPORTANTE:**

Monto de Anticipo: \_\_\_\_\_  
 Plazo de crédito: \_\_\_\_\_  
 Número de OC: \_\_\_\_\_

Nombre y firma de aprobado





¡Expertos en impresión!

COTIZACION No. A 6,206  
GUATEMALA 20 de SEPTIEMBRE del 2,018

NIT: 1729005-8

Señores:  
ESTEFANI LAINES  
ESTEFANI LAINES

Presente

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

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. UNITARIO	TOTAL
1,750	IMPRESION CALENDARIOS DE ESCRITORIO CON BASE EN TEXCOTE 12 ENCUADERNADO CON ESPIRAL CON INTERIOR EN 7 HOJAS COUCHE 100 FULL COLOR TIRO Y RETIRO, TODO EN TAMAÑO 5.5X8 PLGS.	Q6.80000	Q11,900.00

**OBSERVACIONES IMPORTANTES**

Forma de Pago: CONTADO

Tiempo de Entrega: 6 días hábiles después de aprobado el diseño y realizado el 50% de anticipo

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

Todos nuestros precios ya incluyen IVA.

Todo trabajo autorizado por el cliente no tiene cambios ni devolución

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

**NOTA:** Cotización válida por los siguientes 10 días hábiles.

\_\_\_\_\_  
Persona que Autoriza

\_\_\_\_\_  
Firma de Autorizado

En espera de tener una relación comercial exitosa, me suscribo.

**INGRID REYES  
VENTAS**  
IREYES@LITOEXPRESS.COM.GT  
23119400 ext 104

17 CALLE 22-70 ZONA 10

Teléfono 23119400 ext 104 www.litoexpress.com.gt IREYES@LITOEXPRESS.COM.GT

**CENTRO EDITORIAL VILE**

NIT: 8751-3  
Avenida Simeón Cañas 5-31, zona 2  
PBX/FAX: 2314-2222 2253-2222 23142200  
Guatemala, C. A.  
E MAIL: ventas1@vile.com.gt

PROFORMA No.

**100392**

Guatemala, 20 September, 2018

SEÑORES: ESTEFANI LAINES

ATENCION:

CORREO estefanilaines23@gmail.com

TELEFONO

De la manera mas atenta nos dirigimos a Uds. para presentarles la siguiente cotización:

CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR
1750	CALENDARIOS DE ESCRITORIO DE 5,5 X 8 PULGADAS. CON BASE EN CARTULINA TEXCOTE 12 BLANCA Y CON 7 HOJAS IMPRESAS A FULL COLOR TIRO Y RETIRO EN PAPEL COUCHE 80. TODO UNIDO CON ESPIRAL EN LA PARTE SUPERIOR		Q.11,450.00
		<b>VALOR TOTAL Q.</b>	11,450.00

**OBSERVACIONES:**

TIEMPO DE ENTREGA: A CONVENIR

SOSTENIMIENTO DE LA OFERTA: 15 DIAS

FORMA DE PAGO: 50% AL ORDENAR Y 50% CONTRA ENTREGA

En espera de su pronta respuesta, atentamente

MYRIAM DE VILLANUEVA

ESTIMADO CLIENTE: PARA PODER PROCEDER CON ESTA COTIZACION, POR FAVOR ENVIARLA FIRMADA Y SELLADA O/Y ORDEN DE COMPRA

Como se envió la cotización Correo

Guatemala, 03 de Julio de 2018

**Estefani Laines**  
Ciudad  
Guatemala

Estimados señores:

Reciban un cordial saludo. A continuación, encontrarán la información solicitada:

CANTIDAD		TOTAL
02	Sellos de hule en base de madera, con medida de 3.5cmx3.5cm Q50.00 c/u	Q100.00
02	Sellos de hule en aparato automático, con medida de 3.5cmx3.5cm Q110.00 c/u	Q220.00



Esperamos que la información sea útil. Quedamos a la espera de poder servirle.

Josselyne González  
Cel. 5199-9476 / 2308-4726  
info@ideaslaser.com  
www.sellosdehulegt.com

**PARA ESTEFANI LAINES**

**SOLICITUD No. 03237**  
**FECHA:** 03 de Julio 2018

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	COSTO UNITARIO	IMPORTE
2	Sellos Con base de madea un logo dos palabras un línea	Q 90	Q 180
2	Sellos Automaticos un logo dos palabras un línea	Q 187	Q 374

- 1.- Puede realizar el pago mediante depósito o transferencia electrónica en la cuenta de ahorro # 3450381331 a nombre de DIGITAL PRINT en Banco Industrial. Los cheques se emiten a nombre de DIGITAL PRINT.
- 2.- La empresa DIGITAL PRINT se encuentra inscrita en la SAT bajo el regimen tributario mensual.
- 3.- Se trabaja con un Anticipo del 50% y el resto Contra entrega.
- 4.- Los precios ya incluyen el IVA.
- 5.- Esta cotización es válida por 15 días.
- 6.- Confirmar via Correo Electronico Firmada y Sellada, NO se procederá, al trabajo si solo confirma por teléfono.