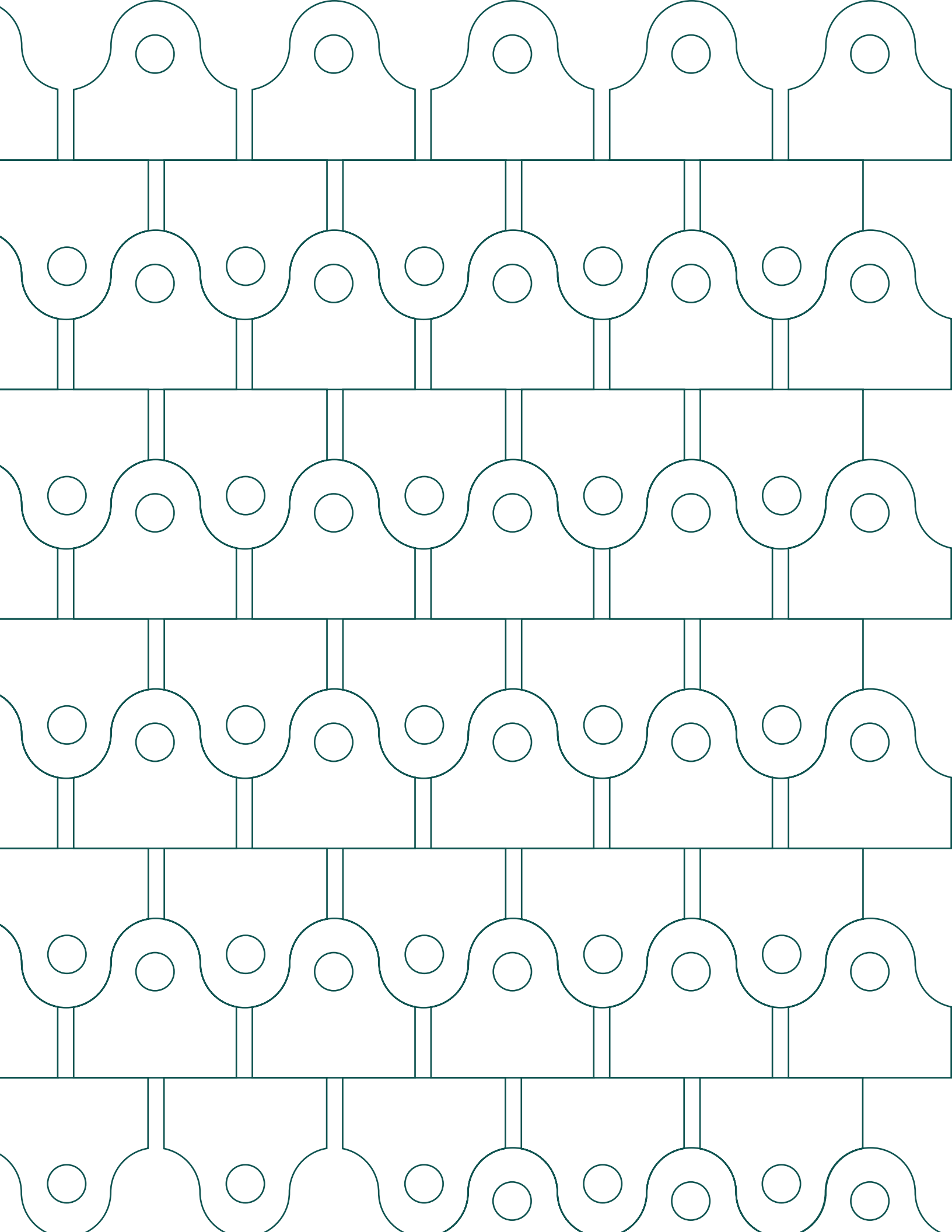




**DESARROLLO DE IDENTIDAD
VISUAL Y CORPORATIVA**
PARA LA MUNICIPALIDAD DEL
MUNICIPIO DE SAN JOSÉ PINULA

Presentado por:
Ana Cecilia del Rosario Altán Barrios



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

DESARROLLO DE IDENTIDAD VISUAL Y CORPORATIVA

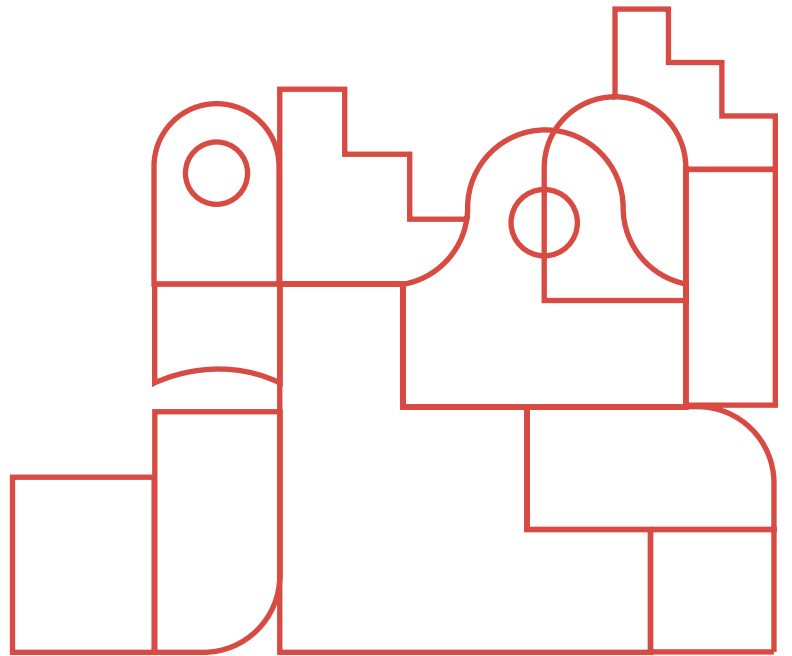
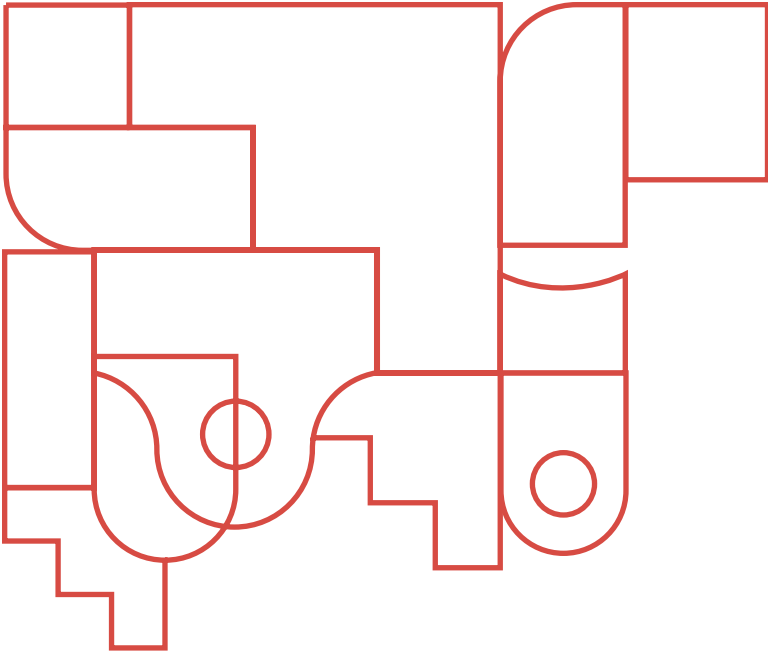
PARA LA MUNICIPALIDAD DEL MUNICIPIO DE SAN JOSÉ PINULA

Presentado por:
Ana Cecilia del Rosario Altán Barrios

Previo a conferírsele el Título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, noviembre de 2022

Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.



Nómina de Autoridades

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

Licda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arqta. Mayra Jeanett Díaz Barillas
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Perez
Vocal V

Ma. Arq Juan Fernando Arriola Alegría
Secretario Académico

Tribunal Examinador

MSc. Arq. Edgar Armando López Pazos

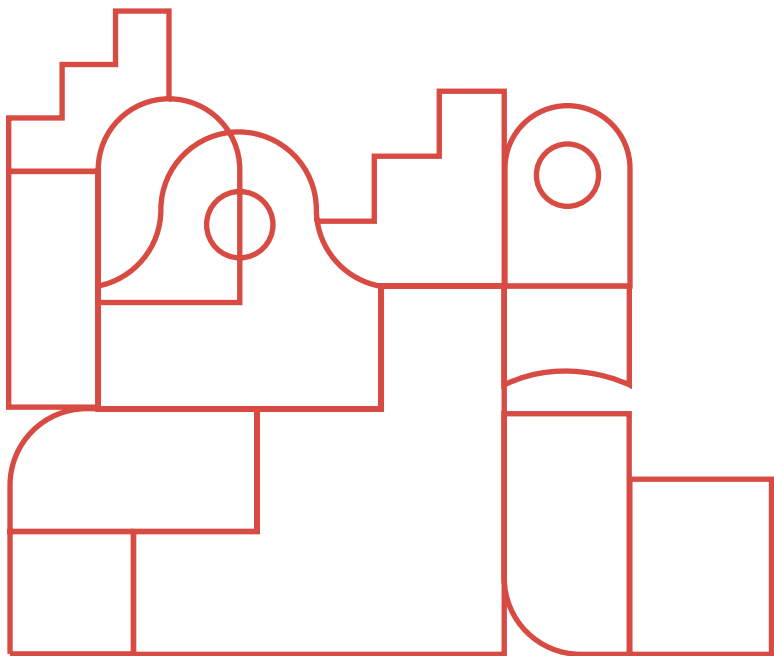
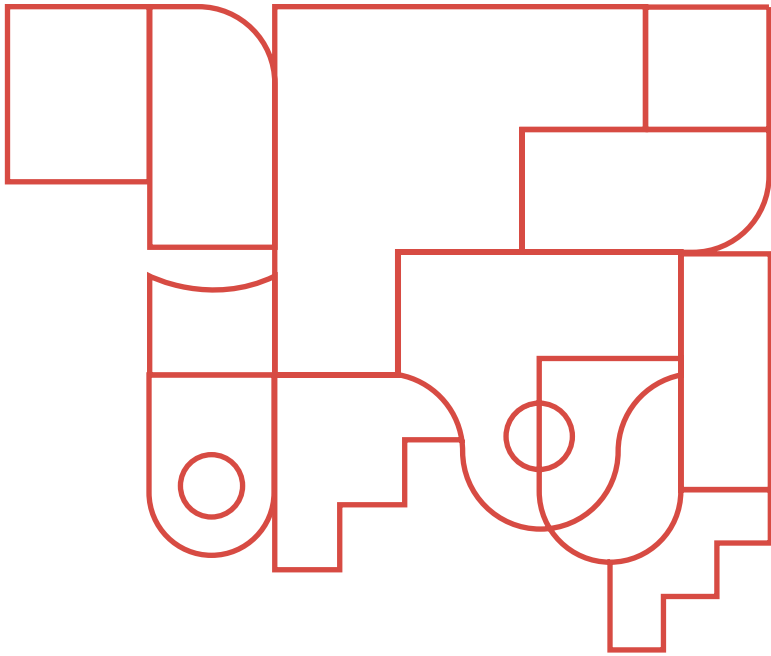
Arq. Marco Antonio de León Vilaseca

Lcda. Anggely María Enríquez Cabrera
Asesora Metodológica

M.A. Lcda. Ana Carolina Aguilar Castro
Asesora Gráfica

Lcda. Cindy Gabriela Ruano Palencia
Examinadora





Agradecimientos

A Dios

Agradecerle primero a Dios, que siempre me guiado mis pasos y mi camino, y al que agradezco siempre por la vida y las oportunidades que me da y por nunca abandonarme.

A mis padres

Que me han brindado siempre lo mejor, que me han permitido seguir mi camino profesional y me han apoyado siempre en mis decisiones. Que han soportado mis malos ratos, pero nunca me han dejado caer y que siempre me alientan a no rendirme y a dar lo mejor de mí hasta el final.

Un sincero agradecimiento a mi madre que siempre a pesar de la distancia nos dio lo mejor junto a mi hermano y es un ejemplo de mujer para mí.

A mis amigos

Que siempre estuvieron y en los cuales me pude apoyar. A los cuales les agradezco siempre su compañía y su ayuda enseñando y explicando cuando no entendía algo. Por hacer mi estancia en la universidad menos dura y que siempre fuera llena de risas a pesar de los malos ratos, de las tareas y de los desvelos. Y por ser una fuente de inspiración para mí.

A mis asesoras

A las cuales agradezco profundamente la guía que me han brindado a lo largo de este duro proceso y de las cuales he aprendido muchísimo.

A mis catedráticos

Pellecer, Jurado, Enríquez y Palencia por brindarme su conocimiento sin reservas, por enseñarme lo que es tener pasión por lo que nos gusta hacer y por enseñarme que el aprendizaje nunca se detiene.



Presentación

Como parte de las direcciones de la Municipalidad de San José Pinula, departamento de Guatemala, funciona la Unidad de Comunicación Social, la cual se encarga de toda la parte gráfica de la Municipalidad, la cual incluye programación de publicaciones, grabación de videos, toma de fotografías y elaboración de material impreso adicional. Como parte de esta dirección labora el siguiente personal: un camarógrafo, un fotógrafo y el jefe de dirección, pero no se cuenta con un diseñador gráfico o alguna persona especializada que se encargue exclusivamente de la parte gráfica de la imagen de la Municipalidad. Si bien el personal de la dirección se reparte las tareas de diagramación y diseño, dichos colaboradores no cuentan con estudios que certifiquen un trabajo especializado, lo cual ocasiona que la identidad visual y corporativa no tenga unidad gráfica.

En atención a lo anterior, el propósito de este proyecto es apoyar al mejoramiento de la identidad visual y corporativa de la Municipalidad de San José Pinula, a través del rediseño de su logotipo, reestructuración de su línea gráfica y elaboración de un manual de identidad que establezca los parámetros para todo material a realizar, que logre una unidad visual atractiva, y que logre que las personas del grupo objetivo establecido, conformado por los residentes del Municipio de San José Pinula, (los cuales se encuentran distribuidos en aldeas y residenciales, en su mayoría son residentes de la parte urbana del Municipio),¹ puedan identificar de manera más rápida los contenidos que pertenecen a la Municipalidad diferenciándolos de contenidos externos publicados en las redes sociales y otros medios.

Branding - Logotipo - Línea Gráfica - Municipalidad - Identidad

¹ INE. «Censo población 2018». Mapas. Acceso el 5 de marzo de 2021, <https://www.censopoblacion.gt/mapas>.



Introducción

El presente Informe de Proyecto de Graduación, expone los procesos de diseño gráfico llevados a cabo para el desarrollo de la identidad visual y corporativa de la Municipalidad de San José Pinula. El trabajo se llevó a cabo en la Unidad de Comunicación Social de dicha municipalidad. El mismo se realizó durante los dos semestres del ciclo universitario 2021, período en el cual se llevaron a cabo actividades académicas de investigación, gestión y procesos gráficos.

El informe abarca siete capítulos, en los cuales se describen las diferentes etapas realizadas en el transcurso del proyecto, con el objetivo de desarrollar la identidad visual y corporativa de la Municipalidad de San José Pinula. En el informe también se incluyen los artes finales de las piezas elaboradas, las cuales son producto del proceso de investigación, conceptualización y producción gráfica.



Índice

Introducción

pág. 3

1

1.1 Antecedentes del problema de comunicación visual.....	04
1.1.1 Contextualización de la necesidad.....	06
1.2 Definición y delimitación del problema de comunicación visual...08	
1.3 Justificación del proyecto.....	09
1.4 Objetivos.....	10

Perfiles

pág. 11

2

2.1 Perfil del Cliente

Institución.....	12
Características del sector social.....	13
Organigrama de la Institución.....	14
Departamento y descripción.....	15
Información general.....	15
Antecedentes gráficos.....	22

2.2 Perfil del Grupo Objetivo

Tamaño de la muestra.....	27
Análisis e interpretación de datos.....	28
Mapa de empatía.....	32



Planeación Operativa

pág. 33

3

3.1 Previsión de Insumos y costos.....	34
3.2 Flujograma del proceso.....	37
3.3 Cronograma de trabajo.....	40

Marco Teórico

pág. 44

4

4.1 Dimensión social y ética.....	43
4.2 Dimensión estética y funcional.....	46



Definición Creativa

pág. 51

5

5.1 Brief	50
5.2 Descripción de la estrategia de la pieza de diseño	
6W´s.....	52
Cuadro comparativo.....	53
5.3 Insight	54
5.4 Concepto Crativo	
Técnicas creativas.....	56
Concepto creativo.....	57
5.5 Premisas de diseño	58
5.6 Códigos visuales	62

Producción Gráfica

pág. 66

6

6.1 Previsualización	65
6.2 Ruta de Usuario	67
6.3 Nivel de producción gráfica 1	68
6.4 Nivel de producción gráfica 2	75
6.5 Nivel de producción gráfica 3	90
6.6 Propuesta gráfica final fundamentada	103
6.7 Vista preliminar de la pieza gráfica	107
6.8 Lineamientos para la puesta en práctica	119
6.9 Honorarios:	
Total de horas reales de producción gráfica.....	122
Insumos y costos reales.....	123



Síntesis del Proceso

pág. 125

7

Lecciones Aprendidas.....	125
Conclusiones.....	129
Recomendaciones.....	133

Glosario

pág. 136

8

Referencias

pág. 138

9

Índice de Figuras

pág. 141

10

Índice de Tablas

pág. 151

11



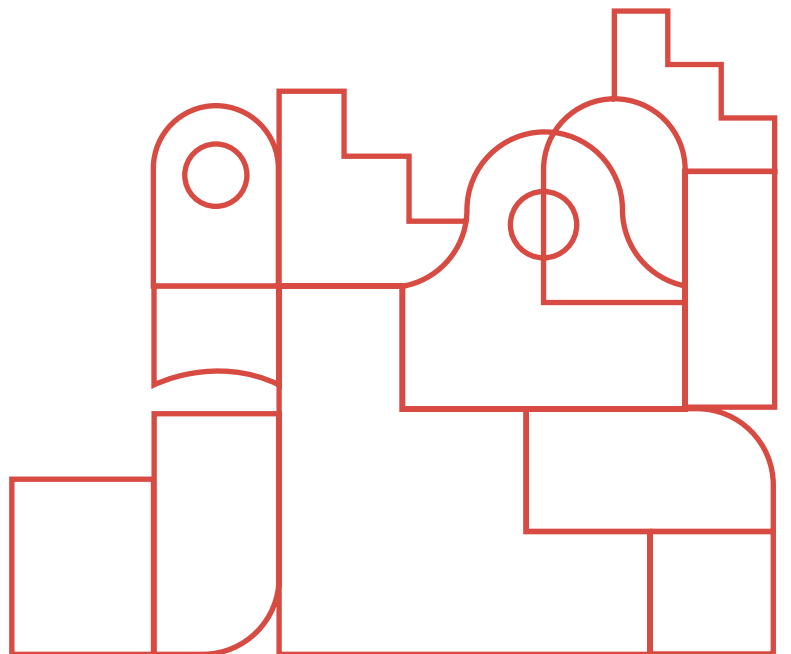
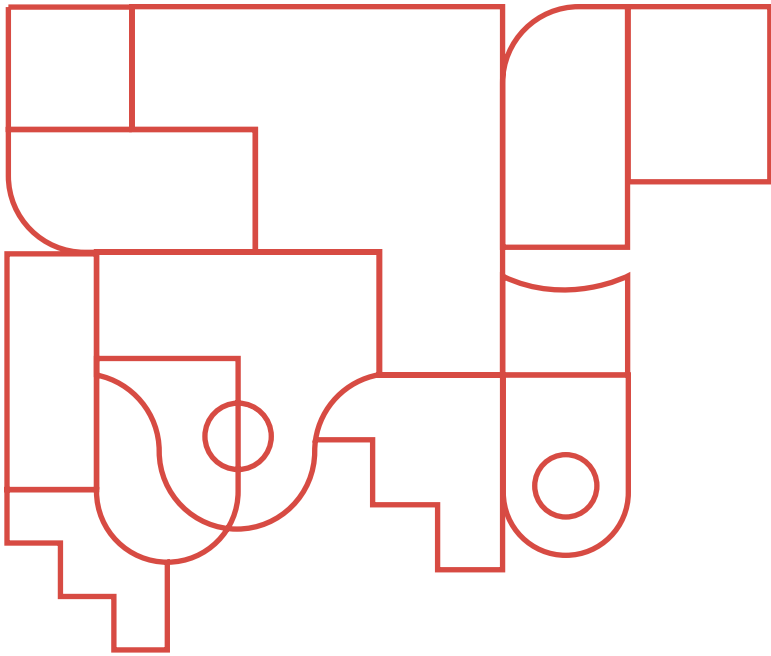
Anexos

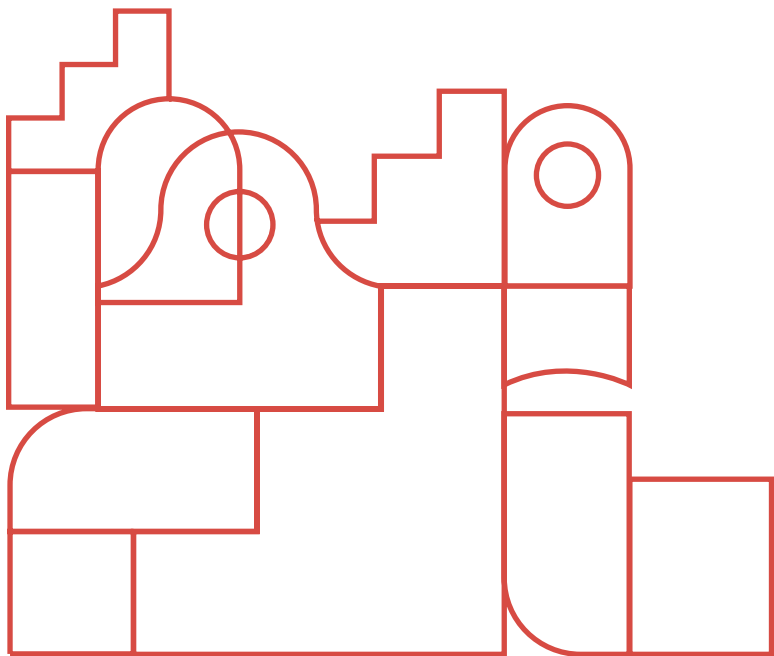
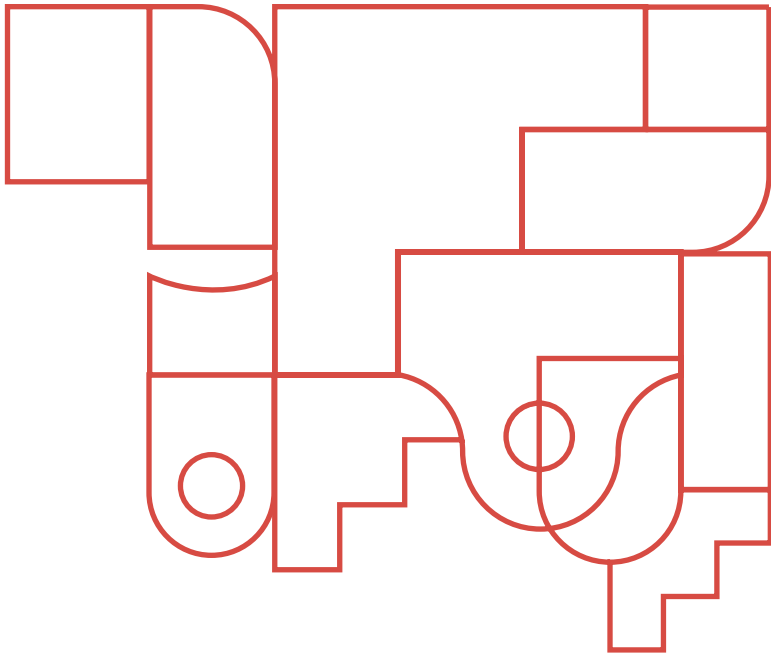
pág. 154

12

1. Análisis FODA.....	154
2. Planes de acción.....	155
3. Instrumentos de valoración.....	157
4. Gráficos de perfil del grupo objetivo.....	161
5. Definición del problema.....	162
6. Validaciones.....	164
7. Evidencia de horas y costos.....	168
8. Evidencia de comunicación con sede.....	170







01 Introducción

El presente capítulo comprende los antecedentes del problema, así como su definición y delimitación, la contextualización de las necesidades de diseño y la justificación del proyecto desarrollado.

1.1 Antecedentes del problema de comunicación visual

¿Una buena imagen?

El problema de comunicación visual, identificado y resuelto mediante el desarrollo del presente proyecto en la Unidad de Comunicación Social de la Municipalidad de San José Pinula, consistió principalmente en que su grupo objetivo manifiestaba confusión al momento de visitar sus redes sociales, canales por los cuales se transmite la información del Municipio. Dicha confusión era ocasionada por la falta de unión en los lineamientos gráficos que rigen la creación de contenido digital e impreso. Dicha carencia se presentaba desde hace un tiempo atrás, específicamente desde la creación del anterior logotipo el cual nunca fue acompañado de una línea grafica en los contenidos.

Al no contar con lineamientos gráficos que rijieran la elaboración de materiales, tanto impresos como digitales, los contenidos se encontraban divididos entre los que la comunidad que vive en el municipio lograba identificar como parte de la Municipalidad y los contenidos que no adquirieron relevancia por su diseño totalmente diferente. No se lograba armonizar, lo que trajo como consecuencia que no se apreciara como un medio confiable, que se perdía información importante y que a la comunidad no llegaran de forma eficaz tanto noticias como acontecimientos relevantes. Todo el tráfico de información que no llega de forma correcta, dificulta que la Municipalidad se visibilice como una institución que apoya a sus vecinos.

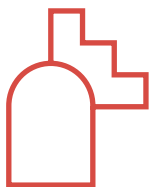
En conversación con el jefe de la Unidad, desde que esta inició como una unidad bajo la Dirección Administrativa, no ha contado con el suficiente apoyo por parte del Concejo Municipal. Tanto en los inicios, como en los tiempos actuales no se le ha tomado en cuenta en presupuestos, ni en espacio propios para laborar. Tomando en cuenta que este departamento está a cargo desde lo que respecta a la imagen de la Municipalidad hasta de la divulgación de información hacia la población del Municipio, el no contar con una persona que tenga el conocimiento profesional para manejar la resolución de problemas de comunicación



visual da como resultado un trabajo poco estético y de baja calidad, sin mencionar que, según el jefe de Dirección no cuenta con la capacitación necesaria para realizar materiales impresos, audiovisuales y estrategias de comunicación todo lo cual se suma al poco tiempo que sus deberes principales le requieren.²

Otro antecedente relevante de acuerdo con el jefe de Dirección es que la comunidad se encuentra dividida por extrabajadores de la Municipalidad y exgobernantes municipales, lo cual da como resultado que esta parte de la comunidad no exprese buenos comentarios respecto a las actividades que realiza la administración edil actual; lo que provoca una crítica no constructiva en los comentarios de redes sociales y crea un ambiente de rechazo a todo el contenido que se publica. Así mismo, según el jefe de Dirección solo 37,135 de un total de 79,844 habitantes del Municipio están suscritos a la página de Facebook, la principal página de redes utilizada para la divulgación de información.³

Con base en los antecedentes recopilados, se concluye que trabajar con una imagen no solo corporativa y gráfica muchas veces beneficia la presentación de entidades, empresas y negocios. Contar con lineamientos definidos, coherentes y consistentes logra atraer al público meta, se incrementa la afiliación y se puede llegar a más personas. Al no tener lineamientos gráficos que rijan la creación de contenidos, el grupo objetivo no identifica la información de manera rápida, lo cual hace que pierda el interés, crea comentarios negativos y deja de interactuar con la Municipalidad. (Ver anexo 3)



² Jonny Herrera (Jefe de Unidad). Entrevista por Ana Altán. 8 de marzo de 2021, entrevista para identificación de grupo objetivo y antecedentes, transcripción propia.

³ *Ibid.*



1.1.1 Contextualización de la necesidad

Social

La Municipalidad de San José Pinula ofrece diferentes programas comunitarios para el apoyo a personas con altos índices de vulnerabilidad e ímpetu de emprendimiento. Además, ejecuta soluciones viales y de infraestructura para el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos residentes en la jurisdicción municipal. Estas labores se llevan a cabo por medio de diferentes departamentos y direcciones municipales que ejercen sus labores coordinada y eficientemente.⁴

Económica

La Municipalidad cuenta con un sistema económico autofinanciable, el cual genera un apartado de presupuesto que se utiliza para los diferentes programas ya mencionados de acuerdo a una jerarquización de importancia y urgencia. Cuando se realizan eventos sociales de manera esporádica se buscan patrocinadores que apoyen las causas con los menores intereses comerciales posibles de por medio, esto influye en todos y cada uno de los programas donde la municipalidad ejerce sus labores de acuerdo a la optimización de recursos tangibles e intangibles.⁵

Política

La Municipalidad se somete a un proceso de elecciones cada cuatro años, donde las autoridades son electas por medio del voto popular de las personas empadronadas en la jurisdicción de dicha municipalidad. El alcalde electo toma la decisión de seleccionar su gabinete de servicio para que la municipalidad pueda mejorar tanto en infraestructura, educación, comercio y seguridad. Por su parte, el pueblo confía en su voto y en que este será beneficioso para ellos, esto puede verse reflejado en una buena administración, por lo tanto, si no existe un orden claro en la comunicación la población puede crear confusiones y problemas de comunicación por parte de esta entidad del gobierno hacia su pueblo.

⁴Municipalidad de San José Pinula. «*Información pública*». Acceso 8 de febrero de 2021. <https://munisanjosepinula.gob.gt/wp-content/uploads/2016/04/Vision-Y-Mision.pdf>

⁵Municipalidad de San José Pinula. Dirección de Asistencia a la Administración Financiera Municipal (DAAFIM). «*Manual de Administración Financiera Integrada Municipal*». Acceso 8 de febrero de 2021.



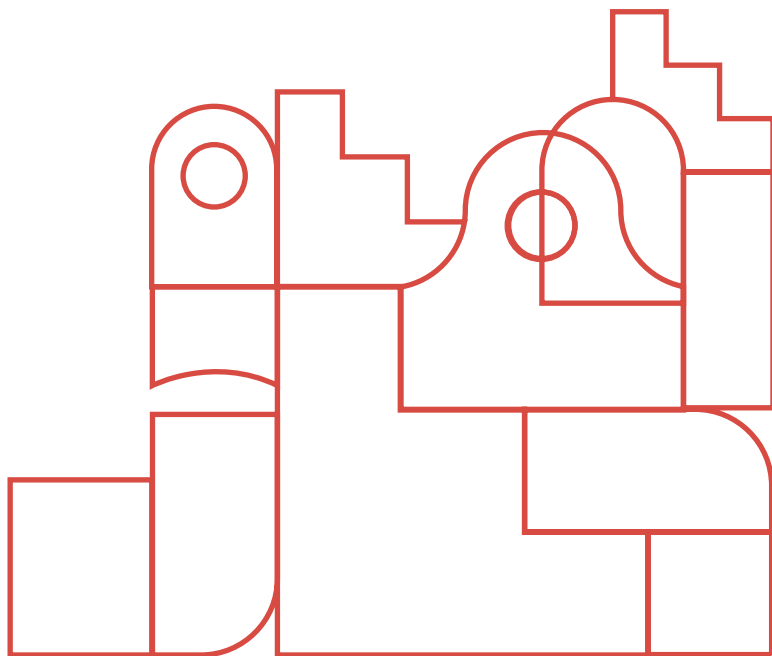
Mercado o industria

Operativo

La Municipalidad ejecuta diversos proyectos en donde el principal objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas que residen en la comunidad de San José Pinula, los cuales son llevados a cabo por un equipo especializado de cada programa el cual vela porque se realicen con eficacia, eficiencia y efectividad para el bienestar de la población, sin embargo, el ente encargado de la divulgación de estos programas es la municipalidad, más específicamente en la Unidad de Comunicación Social. En este aspecto se han evidenciado problemas de comunicación en cuanto a las publicaciones, material impreso, material de propaganda, etc., debido a que no hay un proceso de información claro.

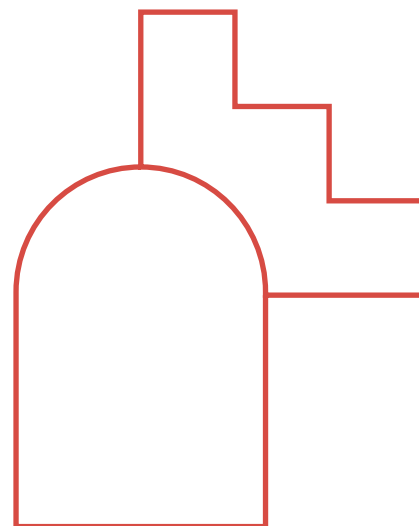
Institucional

De acuerdo al régimen de gestión municipal, el actual alcalde de la Municipalidad, Miguel Ángel Solares, manifiesta la intención de mejorar la comunicación visual de la institución respecto a todos y cada uno de los programas que se realizan, por ello es necesario la asesoría tanto gráfica como mercadológica de un profesional en el área, el cual tenga la capacidad de satisfacer cada una de las necesidades de comunicación visual con las mejores estrategias, tácticas, técnicas y metodologías posibles, ya que se detectan deficiencias en cuanto a la armonización de las publicaciones tanto en las redes sociales, como en el sitio web; no se aplica una línea gráfica establecida y no se utilizan parámetros que definan definir los criterios de comunicación.



1.2 Definición y delimitación del problema de comunicación visual

La Municipalidad de San José Pinula, como institución municipal, es la encargada de transmitir información del interés a los vecinos del municipio. A pesar de contar con una Unidad de Comunicación que funciona desde 2012,⁶ no cuenta con lineamientos establecidos que rijan y unifiquen los contenidos tanto impresos como digitales. Su grupo objetivo manifiesta confusión al momento de visitar sus redes sociales, canales por los cuales es transmitida la información, ya que no existe un reconocimiento formal de qué información es referente a la municipalidad y cuál es referente a información externa, lo que ocasiona un descontento por parte de los vecinos en cuanto al buen desempeño de la Municipalidad. (Ver anexo 5)



⁶ Jonny Herrera (Jefe de Unidad), entrevista por Ana Altán, 8 de marzo de 2021, entrevista para identificación de grupo objetivo y antecedentes, transcripción propia.



1.3 Justificación del proyecto

Trascendencia del proyecto

Con el desarrollo de este proyecto se busca que la problemática actual que existe en la Municipalidad de San José Pinula para divulgar información en sus canales digitales (redes sociales y sitio web) e impresos (boletines, folletos, cateles, etc.) sea mejorada. A nivel gráfico se busca la reestructuración de la identidad visual y corporativa que posee la institución; a nivel de comunicación el impacto radica en la facilidad de la comunicación Municipalidad-población en el intercambio de información por parte de la Municipalidad en los medios digitales e impresos anteriormente mencionados. El impacto a nivel de sector radica en el proceso transmisor-receptor entre los pobladores del municipio de San José Pinula y la Municipalidad, con la identificación adecuada de los contenidos que pertenecen a esta y los contenidos externos, que continuará de manera errónea si se siguen usando los códigos visuales no unificados que posee la identidad visual ya establecida. A largo plazo se proyecta que los pobladores del Municipio de San José Pinula obtengan una percepción positiva de la Municipalidad, tanto en las acciones que se divulgan por medio del contenido digital de las redes como en los servicios que proporcionan.

Incidencia del diseño gráfico

Con la intervención del Diseño Gráfico se contribuirá positivamente en la percepción que se tiene de la Municipalidad de San

José Pinula por parte de la población del municipio, evaluando la identidad visual establecida anteriormente y los códigos visuales que esta posee, identificando así los más adecuados para material digital a difundir en las distintas redes sociales y material corporativo interno. A corto plazo se busca la unificación de estos códigos visuales, haciendo que la comunicación sea más fluida al momento de presentarse en los canales digitales e impresos y la certera identificación de la Municipalidad de San José Pinula por parte de la población del municipio.

Factibilidad del proyecto

El proyecto es factible gracias a la comunicación fluida que se estableció con la Municipalidad de San José Pinula, la ubicación cercana y la buena disposición de colaborar con la entrega de insumos gráficos e informativos que sean necesarios para plasmar de manera efectiva la identidad corporativa de la Municipalidad. Así mismo se tiene un acompañamiento cercano con el jefe de la Unidad de Comunicación Social (unidad que supervisa toda la parte gráfica de la Municipalidad), tiempo y disponibilidad del la estudiante para dar un aporte al Municipio de San José Pinula.



1.4 Objetivos

Objetivo general

Apoyar en la estructuración de la imagen de la Municipalidad de San José Pinula para que la información que se divulgue a través de las redes sociales y medios de comunicación digital e impresa pueda ser identificada más fácilmente por parte de la población del mismo, a través de una nueva línea gráfica que fije los parámetros de diseño y comunicación visual. Lo anterior, para lograr que los pobladores del Municipio de San José Pinula obtengan una percepción más positiva de la Municipalidad.

Objetivo específico de comunicación

Facilitar el proceso de comunicación por parte de la Municipalidad de San José Pinula hacia la población del mismo municipio, por medio del diseño de un manual de identidad gráfica que apoye en la correcta identificación del contenido digital municipal, con respecto al contenido externo o ajeno a la Municipalidad, en redes sociales o medios de comunicación digital como página web e impresos como boletines, folletos, cáteles, etc.

Objetivo específico de diseño

Diseñar un nuevo logotipo y crear un manual de marca que rijan tanto la línea gráfica digital como impresa, para unificar los parámetros visuales de las publicaciones y de la identidad visual de la Municipalidad, dirigida a los habitantes del Municipio de San José Pinula tanto en plataformas digitales como impresas.



02 Perfiles

En este capítulo se presentan los perfiles tanto del cliente como el perfil del grupo objetivo al que el presente proyecto va dirigido. Perfiles que fueron identificados por medio de encuestas a una muestra proporcional de los habitantes del municipio.

2.1 Perfil del cliente

Institución



Figura 1. Fuente: Unidad de Comunicación Social. Logotipo.

La municipalidad de San José Pinula, es una entidad que pertenece al gobierno de Guatemala. Vela por el bienestar tanto de los habitantes del municipio como por la infraestructura del mismo.

Se encuentra localizada en la 1era. Calle, 4-30, Zona 2, del Municipio de San José Pinula.



Características del sector social

Actualmente la educación en Guatemala se considera un privilegio y no un derecho humano fundamental. Lo anterior, derivado de la evidente brecha social que prevale en el país. Especialmente, el sector trabajador y el agrícola no cuentan con los ingresos necesarios para acceder a la educación pagada, por lo que dependen del Estado para ingresar al sistema educativo nacional. Cabe señalar que más del 80% de la población de Guatemala es analfabeta.⁷ Pero no solo la educación no llega a todo el país de manera gratuita, sino también es evidente la mala calidad con la que se imparte.

Durante las últimas décadas es notorio el surgimiento de entidades no lucrativas en Guatemala. Cabe resaltar que esto es debido al apoyo de la misma población. Dichas entidades sobreviven mediante las donaciones, tanto extranjeras como nacionales; además de recibir apoyo monetario también reciben donaciones de equipo, charlas, materiales, etc. Las acciones emprendidas por estas entidades se centran en el cumplimiento de los derechos de los niños y niñas a una educación digna, incluyendo programas de educación con proyectos centrados en la creación de escuelas, asignación de becas, organización de voluntariados de diferentes países, aprovisionamiento de recursos educativos, inclusión educativa, entre otros.⁸

Las entidades pueden incluir: fundaciones, ONG, programas municipales y grupos de apoyo social. Estas como se mencionó antes, al recibir todo tipo de donaciones, además de las monetarias, abren los brazos a personas que quieran apoyar prestando sus servicios, ya sea como moderadores en charlas, impartiendo cursos, o bien prestando servicios de diseño, que abarcan desde campañas hasta el desarrollo de materiales didácticos que puedan ser usados en cursos específicos.

En vista del crecimiento de este sector, y deb a que no todas las entidades reciben el mismo nivel de ayuda, estas se convierten en una opción con alto nivel de patrocinio, puesto que, varias de ellas en algunas ocasiones cuentan con distintos departamentos lo que incrementa las posibilidades de la ejecución de posibles proyectos. Son entidades que consideran positivamente la ayuda, que están dispuestos no solo a apoyar a la población sino a apoyar a futuros profesionales.

⁷Edgar Montufar. «*La Educación en Guatemala, algunos datos apra describir su situación*». Acceso el 27 de enero de 2021, <https://distintaslatitudes.net/archivo/la-educacion-en-guatemala-algunos-datos-para-describir-su-situacion>

⁸ Beatriz Villareal y Olmedo España. «*Educación y Sociedad en Guatemala*». (Guatemala: Oscar de León Castillo, 2015.) Edición en PDF.



Organigrama Municipal



Figura 2. Fuente: Municipalidad de San José Pinula. Organigrama. Consultada el 29 de enero de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/>



Departamento y descripción

«La Unidad de Comunicación Social. Es la Unidad responsable de la divulgación de los planes y logros municipales, mediante la elaboración, distribución y control de boletines informativos u otros materiales divulgativos, a través de los medios de comunicación adecuados».⁹

Esta dependencia originalmente surgió como una unidad supervisada bajo la Dirección Administrativa Municipal. Fue a partir de enero de 2012 que la unidad se convirtió en una Dirección independiente en la Municipalidad.¹⁰

Información general

Historia

Gobierno municipal

El gobierno de los municipios de Guatemala está a cargo de un Concejo Municipal, de conformidad con el artículo 254 de la Constitución Política de la República de Guatemala, que establece que «el gobierno municipal será ejercido por un consejo municipal». ¹¹ A su vez, el Código Municipal —que tiene carácter de ley ordinaria y contiene disposiciones que se aplican a todos los municipios de Guatemala— establece en su artículo 9 que «el concejo municipal es el órgano colegiado superior de deliberación y de decisión de los asuntos municipales... y tiene su sede en la circunscripción de la cabecera municipal». ¹² Por último, el artículo 33 del mencionado código establece que al «gobierno del municipio [le] corresponde con exclusividad al concejo municipal el ejercicio del gobierno del municipio». ¹³

El concejo municipal se integra de conformidad con lo que establece la Constitución en su artículo 254, es decir «por un concejo el cual se integra con el alcalde, los síndicos y concejales, electos directamente por sufragio universal y secreto para un periodo de cuatro años, pudiendo ser reelectos». ¹⁴ Al respecto, el Código Municipal en el artículo 9 establece «que se integra por el alcalde, los síndicos y los concejales, todos electos directa y popularmente en cada municipio de conformidad con la ley de la materia». ¹⁵

⁹Muni San José Pinula. Unidad de acceso a la información pública. «*Monografía del Municipio de San José Pinula*». Acceso 30 de enero de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/wp-content/uploads/2018/07/MONOGRAF%C3%8DA-DEL-MUNICIPIO-DE-SAN-JOSE-PINULA-LAIP.pdf>

¹⁰ Jonny Herrera (Jefe de Unidad), entrevista por Ana Altán, 8 de marzo de 2021, entrevista para identificación de grupo objetivo y antecedentes, transcripción propia.

¹¹ Congreso de Guatemala, *Decreto Número 12-2002*. Código Municipal de Guatemala. 2012. Acceso 8 de febrero de 2021, <http://derechoyleyes.com/wp-content/uploads/2013/02/Co%CC%81digo-Municipal-Guatemala.pdf>.

¹² Congreso de la República, Código Municipal.

¹³ Congreso de la República, Código Municipal.

¹⁴ Congreso de la República, Código Municipal.

¹⁵ Congreso de la República, Código Municipal.



Historia de San José Pinula

«La historia se remonta al año de 1551 cuando los Jesuitas llegaron a Guatemala para brindar una educación complementaria a los hijos de españoles que nacieron en Guatemala. Las familias que tenía poder fueron las que económicamente tenían más dinero y bienes, éstas dieron donativos de cuantiosas sumas para que los Jesuitas españoles pudieran adquirir propiedades para quedarse a vivir en Guatemala. De esa forma los Jesuitas se asentaron en San José Pinula debido a que al visitarlo se deslumbraron por la belleza de la región. Por tal motivo se dice que en el municipio y en todo el país guatemalteco existe una diversidad cultural. Así mismo personas de otros países que han visitado el municipio se han quedado a residir en él. Un claro ejemplo de eso es que en las zonas montañosas han vivido y aún viven muchas personas descendientes de los conquistadores españoles y otras más viven en lo que se considera el centro (zona de la explanada) del municipio. Retomando a los Jesuitas, éstos construyeron tres monasterios en San José Pinula, el mayor (principal) es el que actualmente se conoce como “Hacienda Nueva” en donde podrán visualizar varias imágenes religiosas del pasado. Otro de los monasterios es el llamado “Finca las Mercedes” y el tercero se localiza en la zona en las montañas (la zona más alta) de San José Pinula.

En el año de 1767 cuando Carlos II de España estaba en el poder, exilió a muchos de los Jesuitas que vivían en San José Pinula y en otras partes de Guatemala. Posteriormente el municipio se convirtió en propiedad del estado guatemalteco. El nombre de San José Pinula significa “tierra del pino” y se le dio en honor a “San José”, padre de Jesucristo. Obtuvo la categoría municipal el 1º de octubre de 1886. La persona encargada de su fundación fue quien fungió como gobernador de Guatemala en aquel entonces, Manuel Lisandro Barillas. Desde la formación de San José Pinula hasta lo que va del presente año (2016), el municipio está constituido por un total de 20 aldeas y 64 (condominios, lotificación, urbanización y colonias). Con eso se tiene una clara referencia del desarrollo que ha tenido con el paso del tiempo. Por lo que es considerado como uno de los más grandes en cuanto a extensión territorial.

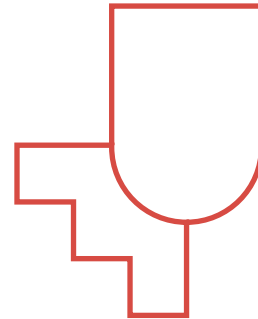
San José Pinula es uno de los lugares que tiene diferentes atractivos turísticos, históricos y culturales, campos de golf, hoteles, museos, plazas comerciales, haciendas, escuelas, fiestas tradicionales, clima, actividades económicas y mucho más». ¹⁶

¹⁶ Municipalidad de San José Pinula. «*Monografía*».



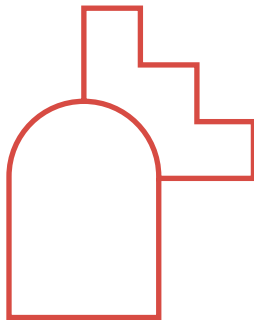
Visión

«Llegar a ser la institución municipal que dé respuesta inmediata, transparente y objetiva a las necesidades de infraestructura, servicios y asistencia social a cada familia de San José Pinula». ¹⁷



Misión

«Servir a cada familia pinulteca, con transparencia y equidad de género para establecer un municipio seguro, próspero y en desarrollo integral y así alcanzar una mejor calidad de vida para todos sus habitantes». ¹⁸



¹⁷ Municipalidad de San José Pinula. «Misión, visión, valores de la municipalidad y objetivos municipales». Acceso el 30 de enero de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/wp-content/uploads/2016/04/Vision-Y-Mision.pdf>

¹⁸ Municipalidad de San José Pinula. «Misión, visión».



Objetivos

General:

«Brindar servicios municipales de calidad, mediante la implementación de mecanismos modernos, logrando su autosuficiencia y satisfacción de los vecinos pinultecos, realizando una ejecución oportuna de los recursos financieros, al desarrollar proyectos sociales, culturales, deportivos, ambientales, recreativos y de inversión, a través de una administración eficiente, eficaz y transparente».¹⁹

Listado de objetivos específicos según el documento consultado:

- a) Mejorar la Seguridad Ciudadana.
- b) Mejorar la calidad de vida de los Pinultecos.
- c) Mejorar las condiciones del hábitat urbano.
- d) Brindar un ambiente ecoeficiente, saludable y sostenible.
- e) Promover una gestión eficiente, eficaz y transparente en la gestión municipal.
- f) Implementar, mejorar y mantener la infraestructura pública.
- g) Fomentar la solución de los problemas vecinales con la participación de los ciudadanos.
- h) Desarrollar una adecuada gestión de riesgos de desastres.
- i) Promover la integración de la población pinulteca a la Sociedad de la Información.
- j) Fortalecer el núcleo familiar y social en del municipio de San José Pinula.
- k) Desarrollar las competencias y talentos de los ciudadanos.
- l) Asegurar la provisión de recursos económicos y financieros para la ejecución sostenible de los proyectos e iniciativas del desarrollo integral del municipio.
- m) Promover la inversión pública y privada en áreas estratégicas.
- n) Gestionar una eficiente recaudación tributaria». ²⁰

¹⁹Municipalidad de San José Pinula. «Misión, visión».

²⁰ *Ibid.*



Valores

Valores por los que se rigen la Municipalidad de San José Pinula obtenidos del documento consultado:²¹

«-**Honestidad**: Todo trabajador municipal se compromete a trabajar con valores y transparencia en la gestión municipal.

-**Trabajo En Equipo**: Todo trabajador municipal se compromete a trabajar con voluntad y asumir esfuerzos para lograr objetivos comunes y de beneficio a la gestión municipal.

-**Transparencia**: la Gestión Municipal está orientada a informar al municipio sobre la actividad de la administración y la utilización de los recursos.

-**Servicio**: La Gestión Municipal brinda un servicio de calidad a su municipio.

-**Veracidad**: Transmitir a la población del municipio de San José Pinula, la credibilidad y confianza en los procesos de cambio.

-**Equidad**: La Gestión Municipal se orienta a promover el desarrollo integral de los vecinos.

-**Justicia**: Las actuaciones de la máxima autoridad y trabajadores de la Municipalidad de San José Pinula, buscan cumplir con el compromiso propuesto mediante la implementación de procesos equitativos que permitan dar a cada quien lo que le corresponde, según sus particularidades.

-**Rectitud**: Las autoridades y funcionarios públicos municipales que toman decisiones con efectos sobre el municipio y la comunidad deben garantizar su independencia, de manera que en el desempeño de sus funciones sólo busquen el interés público.

-**Puntualidad**: Los trabajadores municipales adquieren la disciplina de estar a tiempo para cumplir su trabajo y los compromisos con el municipio».²²

²¹ Municipalidad de San José Pinula. «Misión, visión».

²² *Ibid.*



Servicios

La Municipalidad cuenta con servicios en pro y crecimiento de la población del mismo; brinda ayuda a personas de la tercera edad, pequeños emprendedores, y el resto de su población en general. Esto lo logra por medio de los distintos programas y departamentos que tienen, como lo es “Mis años dorados” un programa para ayudar a las personas de la tercera edad; “Emprende Pinula” un programa de ayuda a los pequeños emprendedores que viven en el municipio y que tienen la sede de sus negocios en el mismo, etc.²³

Cobertura

La Municipalidad como antes se menciona en su misión y visión, tiene bajo su cobertura a toda la población del municipio, tanto a aldeas como caseríos dentro del perímetro del mismo.

Dentro de la Municipalidad se encuentran los departamentos de:

- Acceso a la información.
- Comunicación Social
- Tesorería
- PMT
- SOSEA
- CEMUCAF
- COMUDE

²³ Muni San José Pinula. «*Información pública*». Acceso 30 de enero de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/info-publica/>.



Grupo objetivo

Toda persona residente del municipio de San José Pinula. El municipio lo conforman 20 Aldeas: Santa Inés Pinula, Ciénaga Grande, El Platanar, Las Anonas, El Pino, San Luis, Santa Rita, Contreras, Concepción Pinula, El Sombrerito, Monte Redondo o La Primavera, El Zapote, El Colorado I y II, Joya de los Cedros, El Socorro, San Shin, El Carmen, Río Frío, Cruz Alta y Las Nubes.²⁴

Financiamiento

«El Artículo 98 del Código Municipal indica que la Dirección de Administración Financiera Integrada Municipal es responsable de proponer, en coordinación con la Dirección Municipal de Planificación, al Alcalde Municipal la política presupuestaria y las normas para su formulación, así como coordinar y consolidar la formulación del proyecto de presupuesto de ingresos y egresos del municipio, en lo que corresponde a las dependencias municipales».²⁵

²⁴ Municipalidad de San José Pinula. «*Misión, visión.*»

²⁵ Municipalidad de San José Pinula. «*Manual de Administración Financiera.*»



Antecedentes gráficos

Departamento de diseño

En la Municipalidad de San José Pinula, el área encargada del diseño de materiales se identifica con el nombre de “Unidad de Comunicación Social”. De acuerdo a la entrevista realizada al jefe de dicha unidad, esta comenzó como una oficina en 2012 y cuatro años después se convirtió en un departamento que desempeña las siguientes funciones:

- a. Grabación de videos para publicar en plataformas y redes sociales.
- b. Escritura de libretos para entrevistas.
- c. Publicaciones y anuncios para informar acerca de jornadas médicas, jornadas de vacunación, eventos oficiales, esquelas, etc.
- d. Grabación y transmisión en vivo de un programa informativo que se transmite en las redes sociales.

Para realizar todas estas funciones, cuentan con un equipo de calidad, el cual incluye desde computadoras, cámaras de fotografía, cámaras de video, hasta drones.

Identidad gráfica

Para obtener una mejor noción del trabajo gráfico que se realiza en la Municipalidad de San José Pinula, se procedió a realizar una observación guiada con lista de cotejo para anotar los aspectos positivos, así como también, las carencias que podrían afrontarse, de igual manera se procedió con las redes sociales de la Municipalidad de San José Pinula.



Antecedentes gráficos



Figura 3. Fuente: Municipalidad. Logotipo.

Sitio Web



Figura 4 y 5: capturas de pantalla del sitio web de la Municipalidad de San José Pinula. Consultada el 29 de enero de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/>



Redes sociales



Figura 6 y 7: publicación de esquila realizada en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. Consultada el 29 de enero de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/>



Figura 8: publicación realizada en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. Consultada el 5 de marzo de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/>





Figura 9: publicación realizada en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. Consultada el 5 de marzo de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/>



Figura 10: captura de pantalla de video publicado en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. Consultada el 5 de marzo de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/>



Materiales impresos



Figura 11: afiches impresos de misión y visión colocados en la oficina de la secretaria del alcalde en la Municipalidad de San José Pinula, fotografía propia, realizada el 5 de marzo de 2021.



Figura 12: afiche impreso sobre medidas de higiene colocado en el segundo nivel de la Municipalidad de San José Pinula, fotografía propia, realizada el 5 de marzo de 2021.



2.2 Perfil del grupo objetivo

Muestra del grupo objetivo

Según los datos del Censo Nacional de población realizado en el 2018, dentro del departamento de Guatemala, el municipio de San José Pinula cuenta con 79,844 habitantes, dentro de los cuales hay un 92.92% de alfabetismo, una edad promedio de 27.14 y un índice de dependencia del 53.34%.²⁶

Población Total

79,844

Nivel de confianza

90%

Margen de error

5%

Tamaño de Muestra: 272

Basado en el número de la población a través de la herramienta de SurveyMonkey se obtuvo la muestra poblacional.²⁷



Calcula el tamaño de la muestra

Tamaño de la población	Nivel de confianza (%)	Margen de error (%)
<input type="text" value="79844"/>	<input type="text" value="90"/>	<input type="text" value="5"/>
Tamaño de la muestra		
272		

Figura 13: captura de pantalla en el sitio SurveyMonkey. Se consultó el 5 de marzo de 2021, <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>.

²⁶ INE. «Resultados del Censo de población 2018». Acceso el 5 de marzo de 2021, <https://www.censopoblacion.gt/mapas>.

²⁷ «SurveyMokey Calculadora del tamaño de muestra». Acceso el 5 de marzo de 2021, <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>.



Análisis e Interpretación de resultados

Características geográficas

Espacio geográfico:

Municipio de San José Pinula

País:

Guatemala

Departamento:

Guatemala

Población:

79,844 habitantes

Población por área:

Urbana - 67,32784.32%

Rural - 12,51715.68%

Las personas que integran el grupo objetivo establecido son residentes del municipio de San José Pinula, las cuales se encuentran distribuidas por aldeas y residenciales. En su mayoría son residentes de la parte urbana del municipio.²⁸

(Ver anexo 4)



Figura 14: mapa del departamento de Guatemala, señalado en el municipio de San José Pinula.
Fuente: Base Cartográfica del Instituto Geográfico Nacional, <https://www.censopoblacion.gt/mapas>.

²⁸ INE. «Resultados del Censo de población 2018».



Características sociodemográficas

Edad:

18 - 40 años

Género:

Femenino y masculino

Etnia:

Ladina

Formación académica:

Educación media a universitaria

De acuerdo con el análisis realizado con base en la muestra, al tratarse de un municipio la población es un poco más concreta, tanto sus lugares de estudios primarios como medios se encuentra dentro del Municipio. La mayor parte del grupo objetivo tiene la edad apropiada para tener un perfil en las redes sociales, así como la capacidad de poseer un dispositivo electrónico que le permita el acceso a Internet, por medio del cual tiene acceso a las diferentes plataformas que posee la Municipalidad.²⁹

(Ver anexo 4)

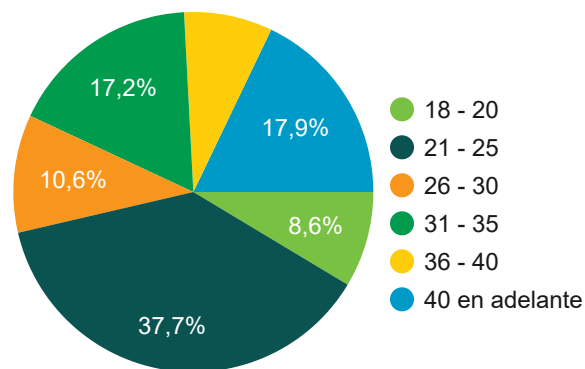


Figura 15: gráfica de la pregunta "¿En qué rango de edad se encuentra?". Elaboración propia.

²⁹ Anexo 4, resultados de encuesta a la muestra del grupo objetivo, realizada por Ana Altán, 8 de marzo de 2021. <https://www.censopoblacion.gt/mapas>.

Características socioeconómicas

Clase social:

Bajo alto y Medio bajo

Nivel socioeconómico:

D- a C-

Servicios que utilizan:

Pagos básicos de vivienda como agua, centros de salud, apoyo al adulto mayor, jornadas médicas, planes de capacitaciones en diferentes puntos de interés como pastelería, bisutería, mecánica, etc.

Frecuencia de uso:

Regular

El grupo objetivo pertenece a la clase social baja a media (D- a C-).³⁰ De acuerdo con hallazgos de la UGAP, las personas que cuentan con un ingreso menor a Q3,400.00 pertenecen al estrato D-, y las personas con un promedio de ingresos correspondientes a Q11,900.00 pertenecen al C-.³¹ Es decir que pueden y tienen la capacidad de vivir en condiciones razonables de bienestar y de disfrutar de algunas comodidades.

Tomando en consideración que hoy en día el precio promedio de un teléfono celular inteligente es de Q1,500.00 en adelante,³² ellos tienen la capacidad de ser dueños de uno, y según la encuesta realizada a la muestra, el 100% de las personas encuestadas lo posee; además de contar con acceso a Internet.³³ (Ver anexo 4)

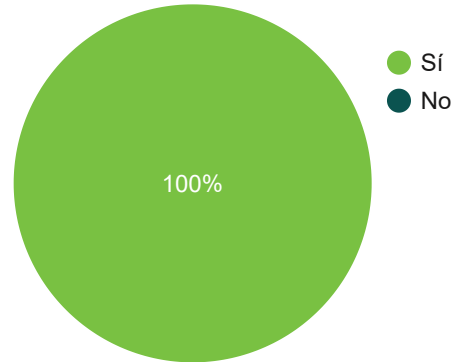


Figura 16: gráfica de la pregunta "¿Posee un teléfono celular propio?". Elaboración propia.

³⁰ Comunidad de Empresas de Comunicación de Guatemala. «*Estudio niveles socioeconómicos en Guatemala*». Acceso el 12 de marzo de 2021, <https://comunidadguatemala.com/quienes-somos/biblioteca/>

³¹ Comunidad de Empresas de Comunicación de Guatemala. «*Estudio niveles socioeconómicos*».

³² Claro Guatemala. «*Tienda en línea*». Acceso el 18 de marzo de 2021, https://tiendaenlinea.claro.com.gt/?_ga=2.7204848.310490403.1616121337-258509371.1616121337&_gac=1.122815097.1616121337.CjwKCAjw9MuCBhBUEiwAbDZ-7tZLwv5ficySi7jN_ub5s76a9goZxzY8iDtgsQymp4kwwKguJ20NBocYwgQAvD_BwE.

³³ Anexo 4, resultados de encuesta a la muestra del grupo objetivo, realizada por Ana Altán, 8 de marzo de 2021.



Características psicográficas

Grupo Social:

Poseen un grupo social pequeño dentro del municipio, principalmente vecinos o compañeros de estudio.

Contexto:

Por la situación que está desarrollándose en el país, derivada de la pandemia COVID-19 prefieren salir de casa lo menos posible.

Pasatiempos:

Interactúan en Internet y en redes sociales entre 3 a 4 horas por día. Poseen acceso a dispositivos como teléfono celular o computadora, en la cual manejan un círculo de amistades más amplio.

Valores:

Responsables, humildes, honestos.

De acuerdo con el análisis que se realizó con base en la recopilación de datos por medio de la encuesta al grupo objetivo, se pudo detectar el comportamiento que el grupo objetivo (GO) ha adquirido durante este tiempo de pandemia, y como esta situación ha influido para que la mayor parte del tiempo lo utilicen en redes sociales. Sin embargo, la situación no ha influido en sus responsabilidades familiares, laborales y sociales. Con el reciente encierro y limitaciones para salidas sociales su entorno se ha reducido a los alrededores del municipio, por lo que se preocupa más que antes de las condiciones de este, lo que genera comentarios y críticas hacia las labores de la Municipalidad, y por lo tanto esta más pendiente de las redes sociales de esta.³⁴

(Ver anexo 4)

Relación entre el GO y la Institución

En su mayoría, las visitas que realiza a la Municipalidad derivan de la necesidad de resolver temas relacionados con servicios básicos. El grupo objetivo no está del todo contento con las actividades sociopolíticas que realiza la Municipalidad, y está más al pendiente de los arreglos en cuanto a pavimentación, seguridad y proyectos comunitarios que ésta realiza. Según el jefe de la Unidad de Comunicación Social, la mayor parte de comentarios negativos en redes sociales respecto a la Municipalidad se debe a la reciente situación de pandemia, y como el alcalde electo no tomó mucha participación en cuanto a medidas de seguridad en el Municipio.³⁵ Así mismo, con base en la entrevista, se conoció que, del total de suscriptores de las redes sociales solo el 10% de suscriptores reacciona o interactúa en las publicaciones.³⁶

(Ver anexo 4)

³⁴ Anexo 4, resultados de encuesta a la muestra del grupo objetivo, realizada por Ana Altán, 8 de marzo de 2021. <https://www.censopoblacion.gt/mapas>.

³⁵ Jonny Herrera (Jefe de Unidad), entrevista por Ana Altán, 8 de marzo de 2021, entrevista para identificación de grupo objetivo y antecedentes, transcripción propia.

³⁶ *Ibid.*



Mapa de Empatía

Tabla 1: Esquema para la diagramación del mapa de empatía basado en el grupo objetivo.²⁷



Fuente: Elaboración propia, con base en las características del grupo objetivo.

²⁷ Anexo 4, resultados de encuesta a la muestra del grupo objetivo, realizada por Ana Altán, 8 de marzo de 2021. <https://www.censopoblacion.gt/mapas>.



03 Planeación Operativa

En este capítulo se presentan la previsión de insumos y costos que el proyecto requirió, el flujograma de trabajo con el cual se fundamentó la producción gráfica del proyecto y el cronograma de trabajo.

3.1 Previsión de insumos y costos

Listado de insumos

1. Mobiliario

- a. Escritorio
- b. Silla
- c. Lámpara
- d. *Mouse pad*

2. Equipo

- a. Computadora de escritorio
- b. Audífonos
- c. Teclado
- d. Teléfono inteligente
- e. Cámara para computadora
- f. Micrófono

3. *Software* y aplicaciones

- a. Antivirus McAfee
- b. Suite Google
- c. Microsoft Office
- d. Adobe Suite

4. Librería

- a. Hojas tamaño carta papel bond
- b. *Sketchbook*
- c. Lápiz
- d. Borrador
- e. Sacapuntas
- f. Rapidógrafos
- g. Post-it
- h. Lapiceros

5. Horarios

- a. Lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm (restando una hora de almuerzo).
- b. Sábados de 9:00 am a 3:00 pm (restando una hora de almuerzo).
- c. 60 horas semanales.



6. Recursos humanos

- a. Alumna a desarrollar el proyecto: Ana Cecilia Altán Barrios.
- b. Asesor metodológico (catedrático de la clase "Proyectos").
- c. Asesor gráfico (catedrático de EPS)
- d. Tercer asesor (experto en la temática del proyecto)
- e. Jonny Herrera, jefe inmediato dentro de la Municipalidad de San José Pinula.

Cálculo de costos

Energía eléctrica

Últimos tres meses de energía eléctrica:

- Enero: Q309.00
- Febrero: Q298.00
- Marzo: Q315.00

Promedio de luz mensual:

Fórmula:

$$(309+298+315) / 3 = 307.33$$

Q307.33

Consumo de luz por hora:

Fórmula:

$$307.33 / (30 * 24) = 0.42$$

Q0.42

Internet

Consto mensual: Q350.00

Costo por hora:

Fórmula:

$$350 / (30 * 24) = 0.48$$

Q0.48

Equipo de computo

Monitor: Q 3,146.00

Computadora de escritorio: Q11,600.00

Costo total de equipo de cómputo: Q14,746.00

Depreciación: Valor de la inversión/vida útil (de 1 año) según legislación Fiscal (33%).³⁸



Fórmula:

$$14,746 \times 0.33 = 4,866.18$$

$$14,746 - 4,866.18 = 9,879.82$$

Q9,879.82

Costo por hora:

Fórmula:

$$9,879.82 / (12 \times 30 \times 24) = 1.14$$

Q1.14

Teléfono inteligente

Precio: Q2,500.00

Depreciación: Valor de la inversión/vida útil (de 1 año) según legislación Fiscal (33%)

Fórmula:

$$2,500 \times 0.33 = 825$$

$$2,500 - 825 = 1,675$$

Q1,675.00

Costo por hora:

Fórmula:

$$1,675 / (12 \times 30 \times 24) = 0.19$$

Q0.19

Software

-Suite Google: servicio gratuito brindado por la universidad

-Microsoft Office: licencia de estudiante gratuita

-Suite de Adobe: \$15.00 licencia estudiantil

Conversión de dólares a quetzales: $\$15 \times Q7.85 = Q 117.75$

Precio por hora:

Fórmula:

$$117.75 / (30 \times 24) = 0.16$$

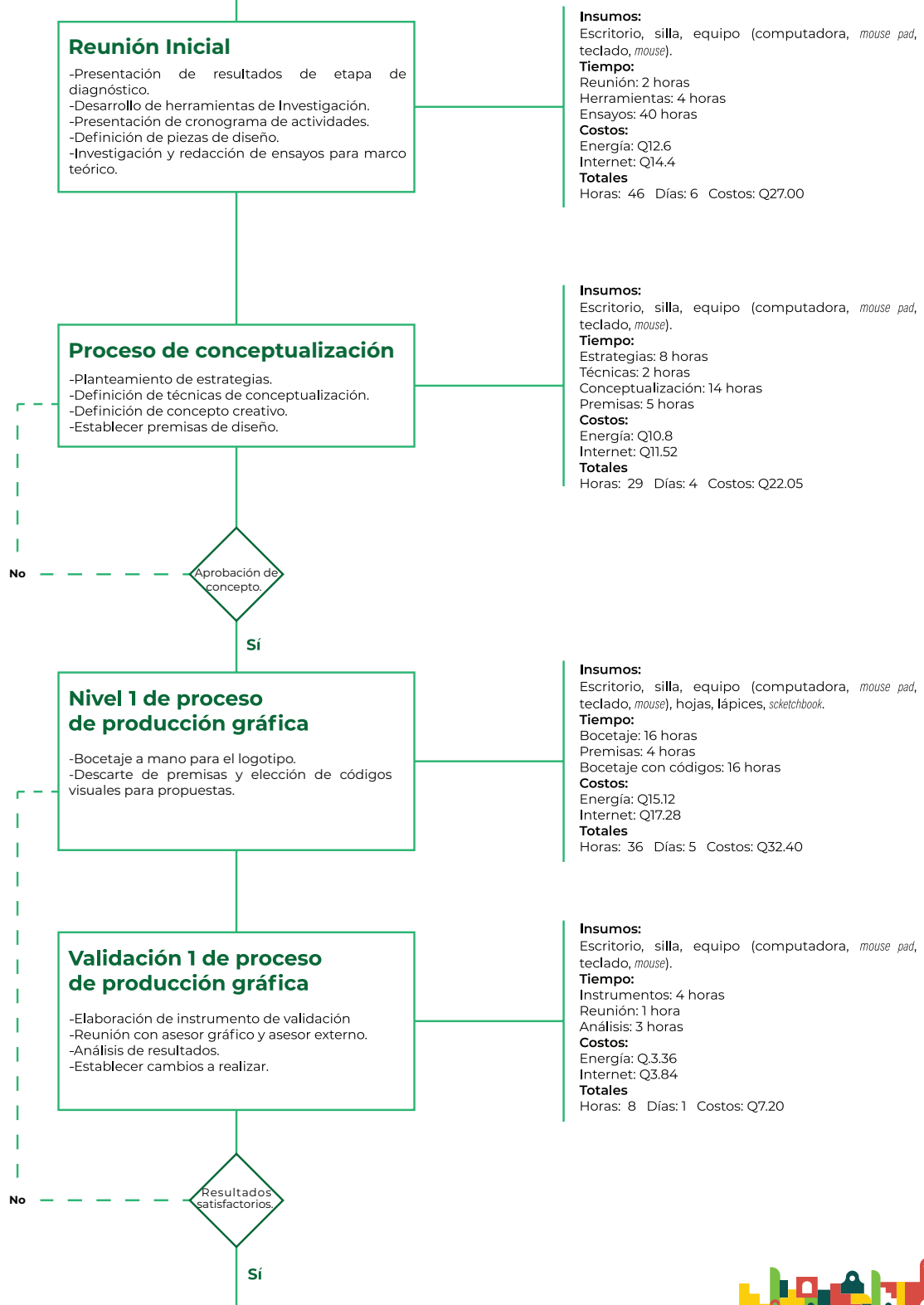
Q0.16

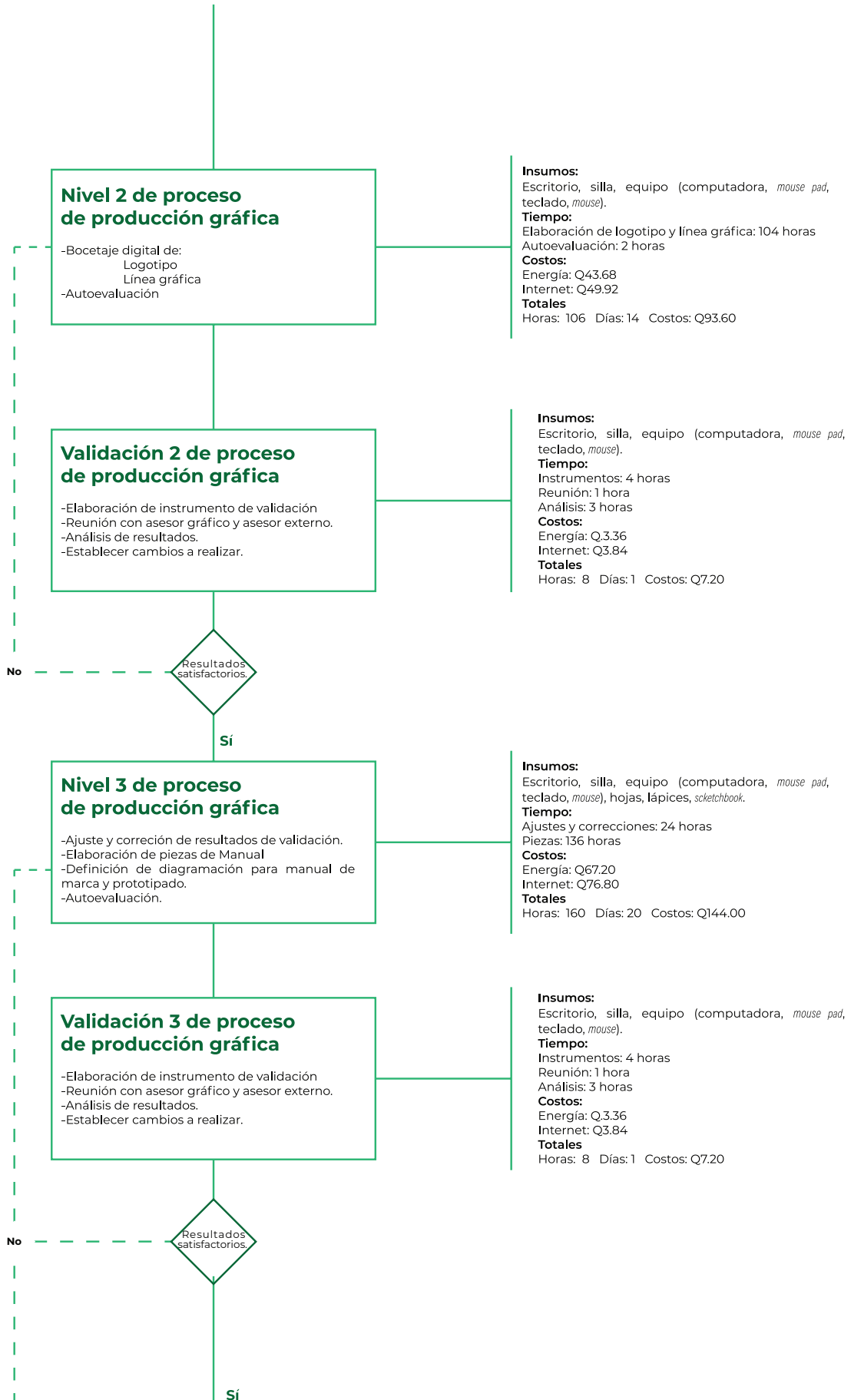
³⁸ Gustavo Jurado Duarte, «Depreciación Financiera y depreciación Contable Fiscal» (Clase Magistral, Universidad de San Carlos de Guatemala, marzo 2020), https://campusv.farusac.edu.gt/pluginfile.php/61728/mod_resource/content/2/Depreciacion%CC%81n%20Financiera%20y%20Depreciacion%CC%81n%20Contable%20Fiscal.pdf

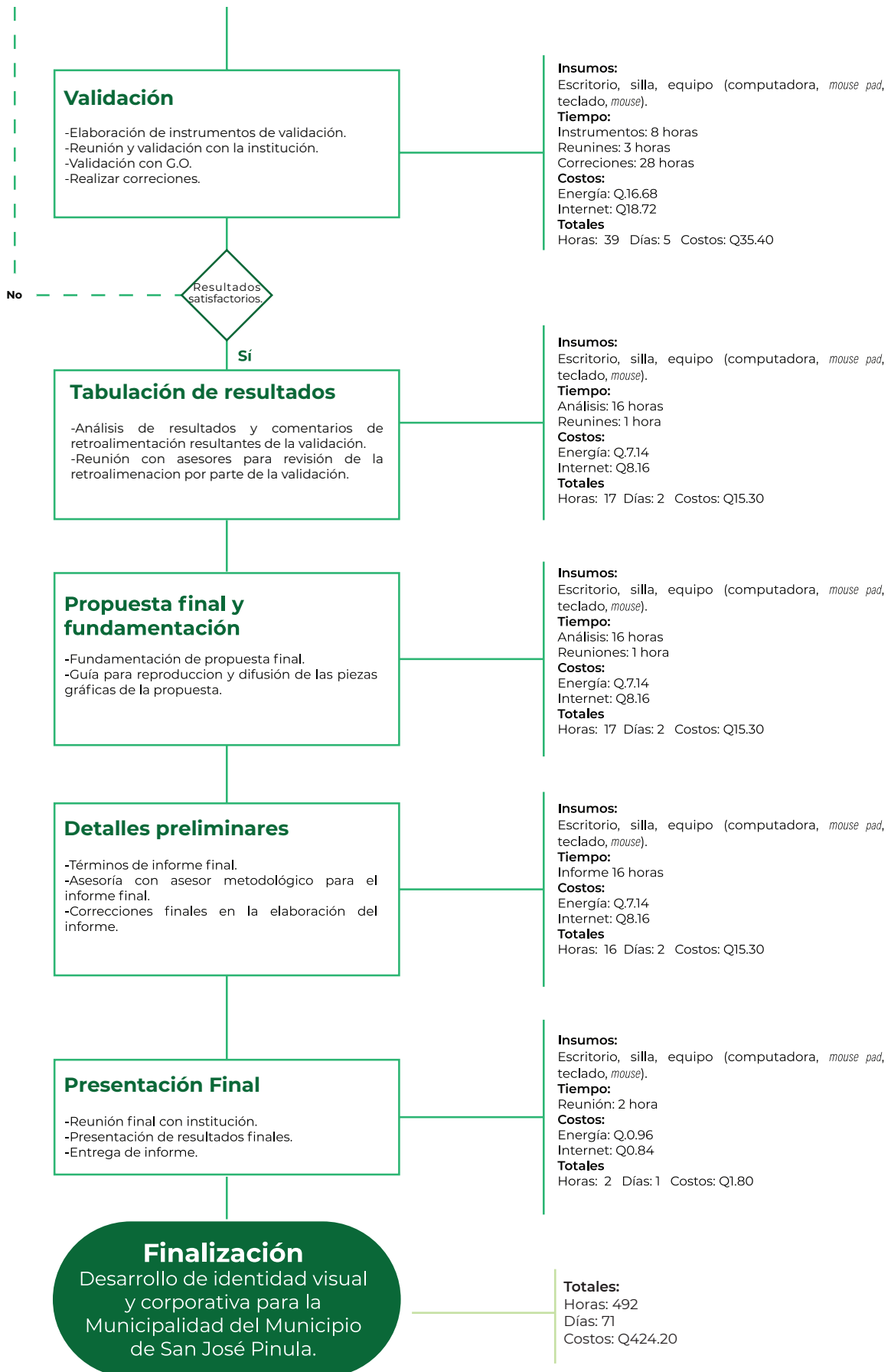


3.2 Flujoograma

Inicio de Proyecto
 Desarrollo de identidad visual y corporativa para la Municipalidad del municipio de San José Pinula.







3.3 Cronograma

Agosto

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
-Inicio de EPS en sede. -Primera supervisión a la Institución por supervisor de EPS. -Redacción de primer ensayo. -Definición creativa						
9	10	11	12	13	14	15
-Recopilación de referentes visuales. -Proceso de conceptualización.						
16	17	18	19	20	21	22
-Brief y estrategia -Bocetaje						
23	24	25	26	27	28	29
-Bocetaje -Validación						
30	31					
-Digitalización						

Septiembre

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1	2	3	4	5
-Digitalización Reunión semanal con Municipalidad						
6	7	8	9	10	11	12
-Digitalización -Segunda supervisión a la institución por supervisor de EPS. Validación						
12	14	15	16	17	18	19
-Realización de Cambios. Día de la Independencia. Reunión semanal con Municipalidad						
20	21	22	23	24	25	26
- Afinar cambios y detalles. Reunión semanal con Municipalidad						
27	28	29	30			
- Validación con Municipalidad.						



Octubre

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
				1	2	3	
				- Validación con G.O			
4	5	6	7	8 Reunión semanal con Municipalidad	9	10	
- Tabulación de Resultados.		- Detalles preliminares.					
11	12	13	14	15 Reunión semanal con Municipalidad	16	17	
- Detalles preliminares.		- Tercera supervisión a la institución por supervisor de EPS.					
18	19	20 Día de la Revolución.	21	22 Reunión semanal con Municipalidad	23	24	
- Detalles preliminares.							
25	26	27	28	29 Final EPS en sedes.	30	31	
- Presentación final.							

Noviembre

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1 Día de los Santos.	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
- Presentación EPS ante sedes.						
15	16	17	18	19	20	21
Entrega Final.						
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



04 Marco Teórico

El presente capítulo contiene los ensayos que dan respaldo teórico al desarrollo del proyecto. Se plantea el papel del diseño gráfico en el campo de la marca gráfica y como los gobiernos están iniciando a implementarla.

4.1 Dimensión social y ética

El desierto de la comunicación

La Municipalidad y sus responsabilidades

El apoyo que brindan las municipalidades debe dirigirse a los pobladores, y de mayor grado para los que mayor necesidad tienen. No se trata solo de los que viven en una situación de limitados recursos, sino de vecinos que afronten problemas de salud, adultos de la tercera edad y vecinos que atraviesen por pérdidas tanto personales como materiales. Las municipalidades son las encargadas de obras sociales, de dar mantenimiento a los lugares públicos, a las calles y a los establecimientos al servicio común. Pero ¿qué pasa cuando en efecto se realizan todas estas acciones dentro del municipio, pero no todos los vecinos se enteran de ello? ¿Los vecinos no están interesados realmente en lo que pasa dentro del municipio o de los cambios que realizan las municipalidades? ¿Es un problema de comunicación?

Las municipalidades, si bien forman parte del gobierno de Guatemala, son autónomas. El municipio elige a sus autoridades por medio del voto «ninguna ley o disposición legal podrá contrariar, disminuir o tergiversar la autonomía municipal establecida en la Constitución Política de la República».³⁹ Por tal razón, ellas son independientes para determinar cómo se rige la comunicación en sus municipios, internamente en su institución y hacia sus pobladores. El municipio otorga su voto para la persona que considera más capacitada para el puesto, que conlleve una mejora a la educación, comercio, seguridad y calidad de vida del municipio. Por lo tanto, si él y su concejo llevan a cabo estas mejoras, pero no existe un orden claro en la comunicación, si no existe una comunicación asertiva por parte de ellos, realmente no está llevando a cabo la labor de cumplir a sus vecinos todo lo prometido.

Brechas en la comunicación

Uno de los objetivos trazado por la Municipalidad de San José Pinula es «promover la integración de la población pinulteca a la Sociedad de la Información».⁴⁰ Pero con una Dirección de Comunicación Social (encargada de la divulgación de los planes y logros municipales) que ha implementado el mismo sistema desde 2012 y que no ha visto cambios

³⁹ Congreso de la República de Guatemala. «Código Municipal».

⁴⁰ Municipalidad de San José Pinula. «Monografía».



positivos desde esa fecha; encontrando no solo deficiente su actual plan de medios la divulgación de la información, y más bien, se evidencian discrepancias entre los tiempos de divulgación y los tiempos de ejecución de la municipalidad. En razón de lo anterior, no se visibilizan los objetivos alcanzado por la institución edilicia.

Si bien es notorio el avance por parte de esta Dirección en la implementación de las tecnologías de la Información y la comunicación (TIC),⁴¹ gracias a la implementación del sitio web, sitios de streamig e implementación de las redes sociales; el manejo de las mismas no es el más óptimo. Con el eficiente uso de las TIC la Municipalidad podría mejorar en gran medida los servicios de comunicación, trasformando la poco asertiva comunicación y reducir brechas entre los vecinos y la institución municipal.⁴²

Buena imagen

Cuando se busca información, lo primero que se piensa es en quién puede brindarla y en dónde se puede obtener esa información. Cuando se busca identificar instituciones, lo primero que viene a la mente es cómo se ve, qué colores usa, en el uniforme que usan sus trabajadores. Todos esos aspectos contribuyen a que, una determinada institución, mediante una imagen establecida se comunique con su público, tanto por medios digitales, como por medios impresos y en sus instalaciones.

Si bien actualmente la Municipalidad cuenta con una imagen, esta no posee lineamientos a seguir para la elaboración de sus materiales. Cuando una institución posee una imagen establecida y se presenta al público material carente de dicha imagen institucional, la confusión que se crea en los receptores es profunda. Tal el caso de la comunicación entre la Municipalidad de San José Pinula y sus pobladores, la cual no es la idónea; puesto que, de usar publicaciones con los colores institucionales (que usualmente son azules, verde y amarillo), pasan a utilizar colores que no están ni asociados ni relacionados con las temáticas de las publicaciones, lo cual deriva en que muchos vecinos no presten atención a los avisos o noticias que se publican.

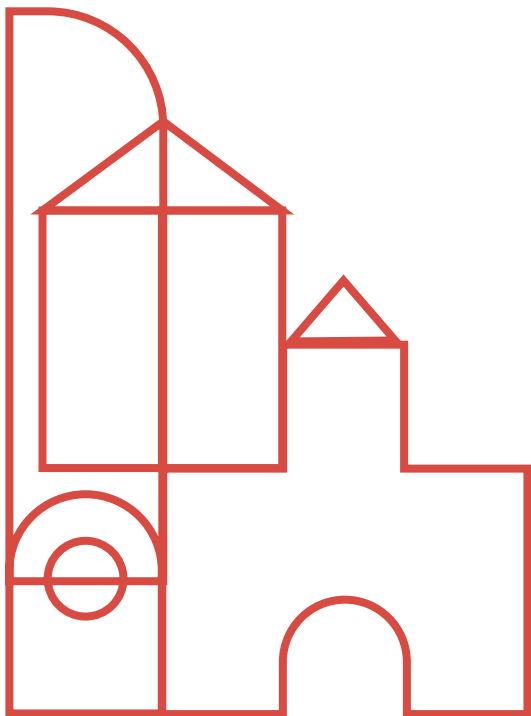
⁴¹ Lida León Núñez. «Evaluación de las necesidades de implementación de tecnologías de información y comunicación en municipalidades no consideradas como ciudades principales: caso Oropesa-Cusco». Yachay - Revista Científico Cultural, 7(01), 362-366. 2019. Acceso el 30 de enero 2021, <https://doi.org/10.36881/yachay.v7i01.85>

⁴² León, «Evaluación de las necesidades».



La presentación de una adecuada imagen institucional conlleva la memorabilidad de la misma por parte del público; facilita la identificación de las publicaciones y diferencia a la entidad de otras instituciones. De igual manera que, para la Municipalidad de San José Pinula es importante dar a conocer sus tareas, procesos y logros, para los pobladores del municipio es importante saber si sus gobernantes están realizando tareas en pro del municipio. Una buena imagen institucional crea una influencia positiva en todos los aspectos, una buena gestión, una organización estable, reflejan principios y valores positivos.

Planteando una nueva y mejorada imagen a la Municipalidad, incluyendo una mejora en los lineamientos casi nulos en la actualidad, no solo se propicia una mejor comunicación con la población, sino que, además, se realizará un mejor manejo de insumos y de capacidades.⁴³



⁴³ Paul Capriotti, Branding corporativo. «Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa». Chile: Colección Libros de la Empresa, 2019. Acceso el 12 de marzo del 2021. <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>



4.2 Dimensión estética y funcional

Posicionamiento y comunicación

El rol del diseño

Hoy en día los diseñadores buscan que sus diseños vayan más allá de una estética aceptable, buscan que el diseño tenga una finalidad, la que principalmente es resolver problemas de comunicación visual. El diseñador busca crear y diseñar con un significado presente y no solo con una imagen bonita para la sociedad. Según Omaniuk: «construir una marca es un factor clave para el éxito de cualquier empresa o producto»,⁴⁴ El papel del diseñador en la creación de marcas es muy poco valorado; si bien hoy debido a la situación pandémica, los emprendedores que surgen a raíz de esta crean negocios y con ellos marcas que sustenten y den a conocer sus negocios; el papel del diseñador que emplea el pensamiento y proceso creativo, tiene una mejor posibilidad de éxito. El diseñador no se plantea solo la parte de imagen, sino la parte de cliente (el factor humano) en el proceso de creación. El involucrar, tanto la parte a la que va dirigida la marca, como la marca misma y sus valores, es lo que hace a una marca ser posicionada en el mapa.

«Parte del posicionamiento de una marca es un logo que transmita los valores de la compañía y que sea fácil de recepción y retención por parte de los consumidores».⁴⁵ Si bien la creación de logotipos no es una tarea sencilla, que conlleva un proceso no solo de creatividad sino de investigación y recopilación de datos del cliente, es un elemento fundamental en el posicionamiento de marcas. Hoy en día las marcas no solo engloban productos o servicios, se puede encontrar profesionales que posicionan su nombre como marca, celebridades en el mundo del entretenimiento, deportistas y países que se posicionan como una marca. Desde hace un tiempo distintos gobiernos toman la decisión de crear su propia marca-país, un país como marca busca que se le identifique y se le reconozca; esto no solo ayuda a que un país tenga más relevancia, también puede incrementar sus ingresos debido al turismo.⁴⁶

Las marcas y el gobierno

Si bien una municipalidad no es un país, la dinámica de marca-país es igual de admisible para describir su necesidad. Como parte del

⁴⁴ Jenni Romaniuk, J.; Svetlana Bogomolova y Francesca Dall'olmo Riley. «Brand image and brand usage. *Journal Of Advertising Research*», 52(2), 243-251. 2012. Acceso el 30 de enero 2021, doi:10.2501/JAR-52-2-243

⁴⁵ Edgar Salas L. «El logotipo como inversión corporativa», *Revista Caribeña de Ciencias Sociales* (diciembre 2017), <http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/12/logotipo-inversion-corporativa.html>

⁴⁶ Lina María Echeverri Cañas. «La imagen y la marca país: propuesta de un modelo estratégico de proyección-país para Colombia». Tesis doctoral, FUNIBER, 2014. Acceso el 30 de enero 2021, https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3921/tesis_d206e2.pdf?sequence=1&isAllowed=y



gobierno, las municipalidades de Guatemala también cuentan con responsabilidades antes sus pobladores.⁴⁷ Y dentro de las municipalices de Guatemala ya se cuenta con el manejo de marcas identificables, entre ellas “Muni Guate”, “Municipalidad de Villanueva”, “Municipalidad Santa Carina Pinula”, “Muni Pinula”, etc.⁴⁸ Centrando el proyecto en esta última municipalidad, es importante que lamisma cuenta con una imagen ante sus pobladores, la cual presenta un déficit en sus lineamientos gráficos, problema que se detectó al investigar cómo trasmite la información de las actividades que realiza, tarea que hoy en día tiene encomendada la Dirección de Comunicación Social.⁴⁹ Se busca que con el mejoramiento y rediseño del actual logotipo y la implementación de una línea gráfica, la Municipalidad (como marca) tenga más relevancia para sus pobladores y añadiendo elementos gráficos que sigan lineamientos específicos, sus contenidos se unifiquen y de esa manera lograr que la identificación de estos sea inmediata.

El *branding* aplicado a los países, gobiernos o territorios, hace que sean identificados o sobresalgan según el enfoque que se quiere transmitir, como por ejemplo ser caracterizado por el liderazgo, el turismo, o la agronomía. El proceso de una marca-país es planeado y sistemático; identificar características culturales, religiosas, cromáticas y climáticas son factores importantes en el desarrollo. Dejar de lado el aspecto político, como lo son: colores, íconos, nombres de campañas son factores importantes para el desarrollo, debido a que se busca destacar más allá de una imagen política.

Reconocimiento de la población

Actualmente los pobladores de San José Pinula son bombardeados por diferentes elementos gráficos compartidos por parte de la municipalidad en sus diferentes canales digitales. El uso de diferentes tipografías, colores y dimensiones hace que la comunicación se entorpezca y no sea recibida de la mejor manera, sin mencionar que no llega a todo el municipio. Al crear un logotipo, que permita posicionar de mejor manera a la municipalidad, se debe de tomar en cuenta no solo color y tipografía, sino también qué se desea comunicar, cómo se quiere transmitir la información y la integración de símbolos, entre otros.⁵⁰

Trabajar elementos vectoriales dentro de un logotipo permite no solo crear figuras que demuestren o representen a la marca o institución, permite, además, mantener nitidez en los materiales y en las piezas.⁵¹ Los elementos iconográficos son usados constantemente en los isotipos y logotipos, aplicarlos a presentaciones de edificios, sentimientos, valores

⁴⁷ Congreso de la República de Guatemala. «Código Municipal».

⁴⁸ Jonny Herrera (jefe de Unidad), entrevista por Ana Altán, 8 de marzo de 2021, entrevista para identificación de grupo objetivo y antecedentes, transcripción propia.

⁴⁹ *Ibid.*

⁵⁰ Salas. «El logotipo».

⁵¹ Laura Alonso. «Qué es una imagen vectorial: características y diferencias con los mapas de bits». 30 de enero de 2018. Acceso el 13 de agosto de 2021, mar-keting+ecommerce, acceso el 13 de agosto de 2021, <https://marketin-g4ecommerce.net/que-es-una-imagen-vectorial-y-como-reconocerla/>



o metas, es uno de los principales propósitos en los logotipos. Ayudado de la tendencia minimalista, la cual, según la RAE es una representación mínima o abstraída de un todo,⁵² se puede llegar a identificar una parte representativa del municipio y de la municipalidad, de la cual este ícono usado como isotipo e integrado a un logotipo principal pueda abrir puertas a una línea gráfica basada en formas geométricas y estructuras en módulos para una mejor distribución y jerarquización en las publicaciones.

Los colores principalmente asociados a este municipio, son blanco, amarillo y verde,⁵³ colores que se usan en su bandera municipal y escudo. Este municipio se reconoce por su producción ganadera y sus verdes paisajes, lo cual lleva a la municipalidad a buscar reflejar la esencia del municipio en sus colores, que según Eva Heller evocan sentimientos, ya que el color y estos no se combinan de manera accidental.⁵⁴

El color define apariencias y personalidades; tiene el poder de provocar intereses, sentimientos y conceptos. El uso adecuado puede llevar a la unificación de códigos, así como junto a elementos gráficos dan como resultado una línea gráfica. Esta a su vez ayuda a organizar y generar interés. Para una institución municipal el objetivo es transmitir orden, poder y al mismo tiempo ser amigable para que sus pobladores se sientan en confianza y puedan identificarse. El uso de colores tenues y no muy saturados, así mismo no perdiendo la esencia del municipio, uno lleno de naturaleza y campo donde sus pobladores viven en su mayoría de la agricultura.⁵⁵

Una de las tipografías que actualmente son más utilizadas en las publicaciones digitales son las de tipo san serif. Estas al no contar con adornos, terminaciones o elementos extras, permiten una lectura fluida. El uso de las mismas no solo es implementado en material puramente informativo que se pueda manejar de forma digital como infografías, revistas, boletines, sino también en publicaciones de redes sociales.

Se puede decir entonces que, el papel del diseñador, es incluir conceptos, valores, imágenes y lineamientos que ayuden a una marca en su posicionamiento, y que al mismo tiempo logre una balanza entre lo que se desea transmitir, lo que busca comunicar y lo que funciona en la imagen corporativa para destacar.

⁵² Diccionario de la lengua española. «Minimalismo». Actualización 2021. Acceso el 03 de noviembre 2021. <https://dle.rae.es/minimalism>

⁵³ Jonny Herrera (jefe de Dirección), entrevista por Ana Altán, 8 de marzo de 2021, entrevista para identificación de grupo objetivo y antecedentes, transcripción propia

⁵⁴ Eva Heller. «Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón». Barcelona: Gustavo Gili, 2004.

⁵⁵ Heller. «Psicología».



05 Definición Creativa

En este capítulo se presenta el proceso llevado a cabo para llegar al *insight* y al concepto creativo en el cual se basa la línea gráfica del presente proyecto. Además, se presentan las premisas que dictan los elementos gráficos utilizados.

5.1 Brief

Nombre del proyecto:

Desarrollo de identidad visual y corporativa para la Municipalidad del Municipio de San José Pinula.

Cliente:

Municipalidad de San José Pinula

-¿Qué hace?

Apoyar a la comunidad del municipio brindando servicios y mantenimiento de la infraestructura del mismo.

-¿Para qué lo hace?

Para mantener el municipio en buen estado, con el fin de que sus pobladores disfruten de una mejor calidad de vida.

-¿Qué relación tiene el Diseño gráfico?

Mediante las redes sociales la población tiene una comunicación activa con la municipalidad, lo cual conlleva a trabajar contenidos multimedia para ellas; así como también material promocional de las diferentes actividades planificadas como jornadas de vacunación, pavimentación, construcciones varias, entre otras.

Grupo Objetivo:

Hombres y mujeres entre las edades de 18 y 40 años, con un grado académico de educación media a superior, los cuales residen en el municipio de San José Pinula y aldeas aledañas, pertenecientes a las clases sociales baja a media (D- a C-).

Estrategia de comunicación visual:

Facilitar el proceso de comunicación por parte de la Municipalidad de San José Pinula hacia la población del mismo municipio, por medio del diseño de un manual de identidad gráfica que pueda apoyar en la correcta identificación del contenido digital municipal, de contenido externo o ajeno a la municipalidad.



Value Proposition:

UPS: ¿Qué le vamos a ofrecer para convencerlo sobre la propuesta de valor?

- Organización y mejora de calidad gráfica de la imagen institucional.

Reason Why:

- El uso de lineamientos gráficos que unifiquen contenidos eleva el alcance y la reacción positiva del grupo objetivo, sin mencionar la mejora de la calidad gráfica.

Net Take Away: ¿Qué es lo que quiero que el cliente fije en su mente?

- La importancia de implementar un logotipo versátil y estético e incorporar códigos visuales.

Productos y materiales:

- Logotipo

- Manual de normas gráficas y de lineamientos de marca.

Reproducción-Distribución-Divulgación:

Los materiales que se desarrollen en el presente proyecto podrán ser divulgados de manera digital e impresa.

Presupuesto:

Tomando en cuenta que el proyecto a desarrollar es parte de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad, esta no cuenta con presupuesto para el desarrollo de material digital en específico, ya que el Concejo Municipal no entrega a cada dirección por individual un presupuesto. Para el desarrollo de materiales impresos, o adquisición de equipos, la dirección realiza una solicitud al alcalde municipal con el listado de materiales y costos y este pasará a ser evaluado para su autorización posterior.



5.2 Descripción de la estrategia de la pieza de diseño

6W´s

¿Qué?

Rediseño del logotipo actual, y línea gráfica para la imagen no solo digital sino también impresa de la Municipalidad de San José Pinula.

¿Dónde?

Dirección de Comunicación Social, con una modalidad a distancia, contando con asesorías sincrónicas.

¿Cómo?

Con el desarrollo de este proyecto se maneja de manera tanto sincrónica como asincrónica, evidenciando el proceso en agenda virtual y en actas semanales, así como con el uso de aplicaciones medidoras de tiempo.

¿Por qué?

Poco trabajo gráfico, no tiene una línea gráfica definida la cual seguir. Lo que crea confusión en el público, al no poder identificar información importante. Percepción negativa de la Municipalidad, al no distribuir de manera eficiente información a la población.

¿Quién?

Hombres y mujeres entre las edades de 18 y 40 años, con un grado académico de educación media a superior, los cuales residen en el Municipio de San José Pinula y aldeas aledañas.

¿Cuándo?

El desarrollo del proyecto está previsto para los meses de septiembre donde se inicia con la parte conceptual y creativa, y finaliza en octubre con la entrega de informes y protocolo.

Figura 17: Ejercicio 6W´s. Elaboración propia.



Cuadro comparativo

Tabla 2: Cuadro comparativo del proyecto.

Cuadro comparativo		
Pieza	Ventajas	Desventajas
<p>Logotipo y libro de lineamientos gráficos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Unificación de códigos, lo que hace más atractivo el material de la institución. -Un logotipo significa tener una imagen fija, lo que transmite consistencia, confianza y credibilidad. - Recordar elementos como colores, tipografía y fotografía, solo es posible mediante la constante exposición a ellos, esto se logra estableciendo los lineamientos y manteniendo un uso constante de ellos. -Hoy en día manejar una línea gráfica y herramientas como las redes sociales permiten a las empresas o instituciones acercarse más a su grupo objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Al ser una institución del gobierno, tiende a estar rodeada de negativas por parte de la población, lo que hace más difícil la aceptación del grupo objetivo. -Continuando con el tema de institución del gobierno, estas tienen un tiempo para ejercer dichos puestos, lo cual hace inestable confirmar si el tiempo en el cual la nueva imagen permanecerá será prolongado. -El tener una nueva imagen, significa que se generarán más costos al reemplazar materiales impresos.

Elaboración propia, con base en los parámetros del *brief*.



5.3 *Insigth*

Factores psicológicos

-Cultura: sienten un fuerte sentimiento de patriotismo, por lo general están atentos a los cambios efectuados en su municipio; apoyan a los grupos deportivos que la municipalidad patrocina y participan de las distintas actividades culturales tradicionales del mismo.

-Estatus: El grupo objetivo pertenece a la clase social baja a media (D- a C-).⁵⁶ De acuerdo con hallazgos de la UGAP, las personas que cuentan con un ingreso menor a Q3,400.00 pertenecen al estrato D-, y las personas con un promedio de ingresos correspondientes a Q11,900.00 pertenecen al C-.⁵⁷ Es decir que pueden y tienen la capacidad de vivir en condiciones razonables de bienestar y de disfrutar de algunas comodidades.

-Innovación: el grupo objetivo tiene acceso a aparatos tecnológicos que tienen conexión a internet, como lo son teléfonos celulares, computadoras o tabletas, lo que les permite ingresar a redes sociales y tener comunicación por medio de aplicaciones de mensajería.

Grupos de influencia

-Familia y amigos cercanos: El grupo objetivo tiene a este grupo de personas muy cercano a él, no solo físicamente sino emocionalmente. Al ser un Municipio de extensión territorial en promedio pequeño, todos sus pobladores se conocen de alguna manera como siendo vecinos, compañeros de estudios, hijos de conocidos, etc.

-Grupos sociales: Su círculo social es considerable, si bien tiene mucha gente conocida dentro del municipio, tiene una gran mayoría de amistades en redes sociales que no pertenece a su zona de vivienda, colonia o residencial. Ya que en etapas de estudio medio la gran mayoría de este municipio migra a instituciones de la capital en busca de mejores oportunidades educacionales, lo que permite que su círculo social crezca con personas de distintos municipios e incluso de distintos departamentos.

-Medios de comunicación: De acuerdo con el análisis que se realizó con base en la recopilación de datos por medio de la encuesta al grupo objetivo, se pudo detectar el comportamiento que el G.O ha adquirido durante este tiempo de pandemia, y como esta ha influido en cuanto a que la mayor parte del tiempo lo utilice en redes sociales.⁵⁸

⁵⁶ Comunidad de Empresas de Comunicación de Guatemala. «*Estudio niveles socioeconómicos*».

⁵⁷ Comunidad de Empresas de Comunicación de Guatemala. «*Estudio niveles socioeconómicos*».

⁵⁸ Anexo 4, resultados de encuesta a la muestra del grupo objetivo, realizada por Ana Altan, 8 de marzo de 2021. <https://www.censopoblacion.gt/mapas>.



Motivaciones, intereses y actitudes

-**Motivaciones:** Tener un entorno seguro para sus familias, lo que se ve influenciado por el trabajo que desempeña el gobierno municipal.

-**Intereses:** Al verse su entorno afectado por el desempeño de la municipalidad, está interesado en todas las nuevas obras o reparaciones que esta realiza en el municipio.

-**Actitudes:** Se esfuerza por mantener una actitud positiva y amigable con los vecinos, realiza críticas por el poco o nulo esfuerzo si lo ve necesario, con lo cual cuando se ve afectado. Si percibe pocos esfuerzos tiende a sentirse decepcionado o molesto.

Insight identificado

«Si espero algo de mi pueblo, debo empezar por hacer algo yo»:

El sentido de pertenencia y patriotismo está presente en casi cualquier persona. Ya sea que se identifique por algún género, nacionalidad o color, sentirse parte de algo es parte de la conducta humana. Lo cual conlleva a apoyar al grupo donde se pertenece, pero también a esperar a cambio apoyo, lealtad y esfuerzo por parte de los integrantes. Socializar y crear lazos también es parte de la conducta humana y al crearlos es predecible que se interactúe emocionalmente, celebrando, frustrándose, entristeciéndose, etc.



5.4 Concepto creativo

Técnicas creativas

Mapa mental

Esta técnica permite por medio del esquema organizar de mejor manera una lluvia de ideas. Organizar con base en una idea central, la lluvia de palabras que se irán redirigiendo a nuevos temas y frases siempre de la mano del concepto o tema central.⁵⁹

Relaciones forzadas

Al realizar esta técnica lo primero a tomar en cuenta es que su inicio es similar a la técnica anterior, ya que su principal contenido es una lluvia de ideas; la cantidad de palabras a escribir es un mínimo de 25, las cuales se basan en el tema central del proyecto. Obtenidas las palabras se procede a realizar un ideal de 3 parejas de las cuales se obtienen los conceptos forzados, al unir el significado de ambas palabras.⁵⁹

Flor de loto

Diagrama en el que se relaciona con base en la problemática o idea central 8 conceptos o ideas derivadas; las cuales a su vez proceden a derivarse en 8 conceptos o ideas nuevamente. Esta técnica busca profundizar en la problemática y así obtener soluciones.⁶⁰

⁵⁸ Claudia García, «*Diseño de material gráfico editorial, para difundir la obra de Dulce María González en el área de artes visuales con el apoyo de la Asociación González Goyri para la Cultura, Ciudad de Guatemala, Guatemala*». Proyecto de grado licenciatura en Diseño Gráfico Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, USAC, 2017, Acceso el 30 de enero 2021, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/10076/1/CLAUDIA%20NICT%C3%89%20GARC%C3%8DA%20C%C3%9AMES.pdf>

⁵⁹ García, «*Diseño de material gráfico editorial*».

⁶⁰ Innovaforum.com. «*Técnicas de creatividad: Flor de Loto (Lotus Blossom), técnica de creatividad*». Acceso 12 de agosto de 2021, http://www.innovaforum.com/tecnica/lotus_e.htm



Técnicas creativas

Conceptos obtenidos

La luz de Pinula: Conservar momentos y recordarlos es volver a vivirlos. Y como en todo deporte, hay jugadas que deben recordarse y mostrarse con orgullo.

Aire pinulteco: Guiado del patriotismo, amar a nuestro pueblo es algo que toda persona siente. Cuando se viaja surge un sentimiento de nostalgia, cuando se visita se siente añoranza y cuando se vuelve solo se piensa en respirar el aire de su hogar.

De aquí soy: Identificarse con un estilo de ropa, una forma de ser, una bandera. Todos sienten pertenencia a un lugar, todos tienen un hogar y saber que los identifica de allí es recordar sus colores, su gente y su ambiente.

Concepto creativo

Todos somos parte de Pinula.

Así como formar parte de un país, en Guatemala sus habitantes también se identifican por sus regiones, aldeas, pueblos y culturas. Todos tienen un sentido de pertenencia; Pinula, como municipio, es un lugar del que la población se siente parte.

Teniendo en cuenta las palabras “pertenecer” y “formar”, la línea apunta a las formas geométricas, construcciones de siluetas a base de geometría, tipo rompecabezas; partiendo de estos a formar patrones, y a la extracción de las figuras que van a formar parte de la línea en publicaciones digitales. El uso de líneas rectas, tipografías *sans serif* que son sin terminaciones, rectas y vienen en los distintos grosores para jerarquizar.



5.5 Premisas de diseño

Cromatología

Blanco: representa la luz y la eternidad.

Verde: representa naturaleza, esperanza, montañas.

Rojo: se relaciona a lo físico, representa vitalidad, acción, pasión y fuerza.

Marrón: El color marrón es el color de la naturaleza junto con el verde. Es el color del lugar donde nacen las cosas, relacionando este con el representativo de las tierras agrícolas de San José Pinula.

Celeste: este representa el movimiento del mar, la luz del cielo y aporta un pop de color que enriquece a la línea grafica.

Amarillo: representa luz, alegría, positividad y pertenece a la bandera del municipio.

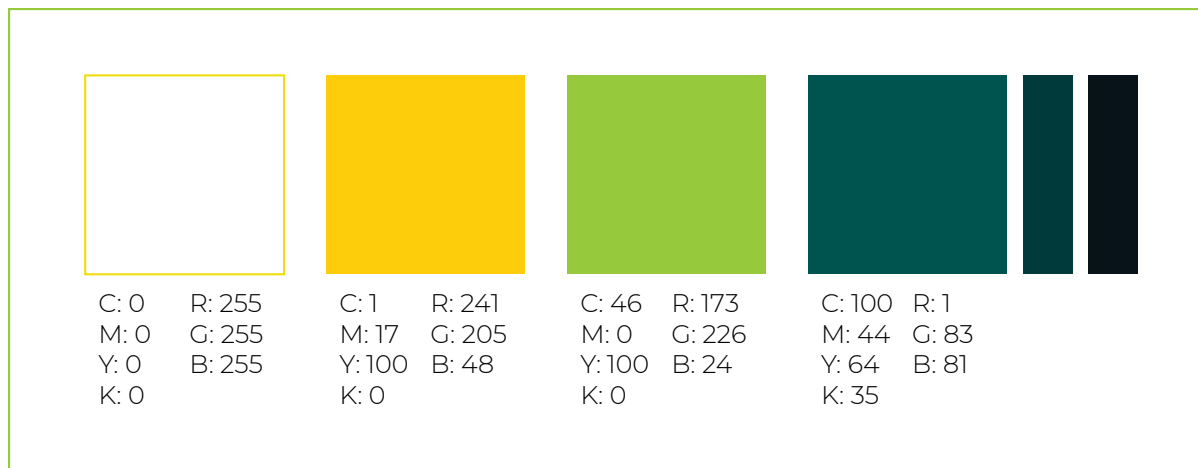


Figura 18: Cromatología proyecto. Paleta principal de colores a utilizar en el proyecto, con sus respectivos códigos CMYK y RGB. Elaboración propia.



Tipografía

San Serif

Este tipo de fuente crea el efecto de modernidad, sobriedad, alegría y seguridad, es más neutra y aunque son muy populares, ideales para los textos de publicaciones en redes.

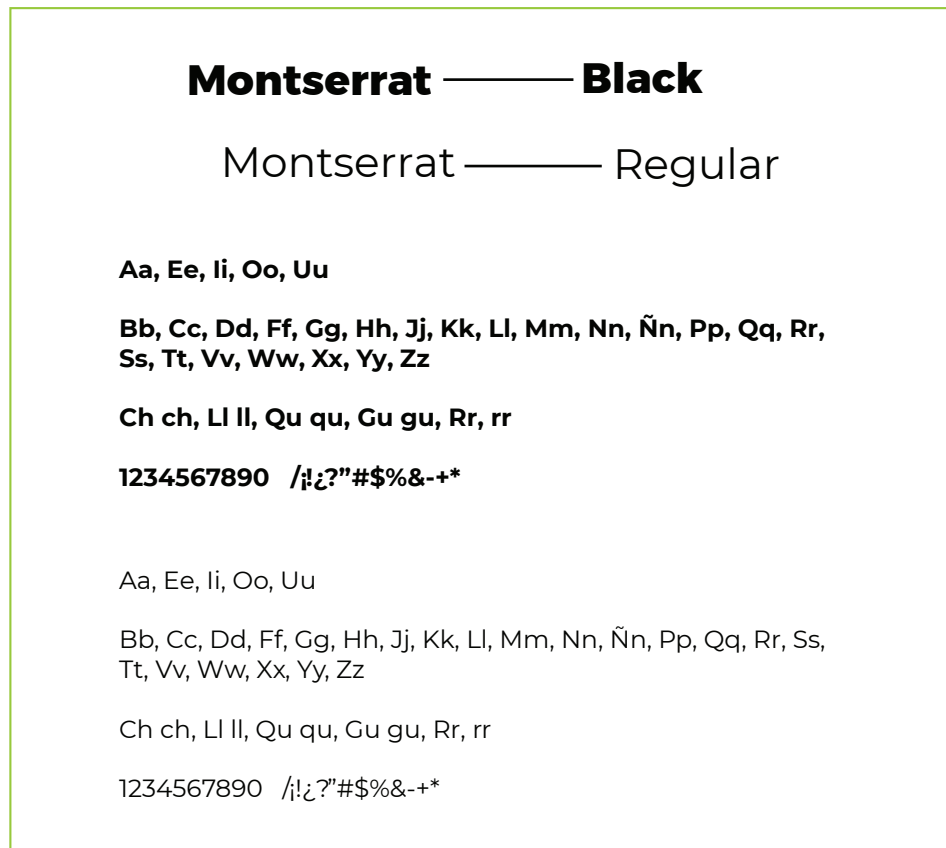


Figura 19: Tipografía del Proyecto. Tabla de caracteres tipográficos con tipo de letra Montserrat black y regular. Elaboración propia.



Elementos gráficos

Geometría

Los elementos que se quieren utilizar en la futura línea grafica serán obtenidos con base en la estructura de edificios emblemáticos o reconocidos dentro del territorio del municipio de San José Pinula, utilizando como principal edificio el de la municipalidad, el cual cuenta con una entrada bastante reconocida por todos los pobladores del lugar. Así mismo, de estas figuras se plantea la creación de patrones *flat* y lineales.

Figura

El uso de fotografías que se desea implementar es de tipo documental, ya que la institución cuenta con un banco de fotografías bastante amplio que permite el uso de las mismas en las futuras publicaciones de redes.

Así mismo el uso de los elementos gráficos serán en formato *flat* lineal, evitando el sombreado o luces que puedan distraer o crear ruido en las aplicaciones, tratando de mantener una línea minimalista y sobria.

Tamaños para redes sociales

Publicaciones: 1200*1200 pixeles

Historias: 750*1234 pixeles



Figura 20: Logotipos minimalista a línea, con uso de iniciales y distorsión de letra. Fuente: Freepeek, 10 de noviembre de 2021, https://img.freepik.com/vector-gratis/conjunto-logos-minimo_53876-94209.jpg?size=626&ext=jpg

VECTOR CITYSCAPE

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis



Figura 21: Ilustración flat geométrica de edificios. Fuente: iStock, 10 de noviembre de 2021, <https://media.istockphoto.com/vectors/city-landscape-or-hill-town-panoramic-illustration-in-simple-flat-vector-id1134161143?k=20&m=1134161143&s=170667a&w=0&h=nMehDYDJ4KQ5G04iuKCJsQ60RJ4NQODYzYound-BGJO=>



Retícula

El uso de una retícula jerárquica permite orientar los elementos con base en diferentes pautas como tamaño, colores, altura, relevancia, etc. En el caso del proyecto actual se opta por una jerarquía de tamaños, donde los elementos serán estructurados de mayor a menor.

Tendencia

Según la RAE el minimalismo es la corriente artística contemporánea que juega con elementos limitados.⁶¹ En esta predominan las tipografías delgadas, rectas y palo seco; usa elementos delicados que expresan finura y estética. Reconocida por el uso de espacios en blanco, uso de detalles y nulo uso de adornos.

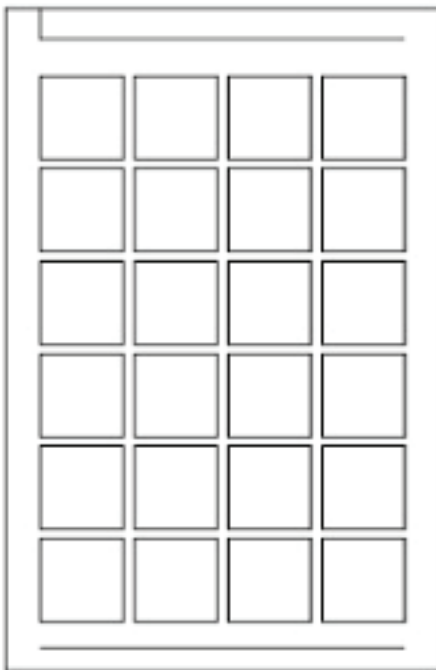


Figura 22: Retícula modular, guía de módulos para jerarquización. Fuente: SubCutaneo, 10 de noviembre de 2021, <https://4.bp.blogspot.com/-o3DCo3yi8cs/UkbsSY8fuXI/AAAAAAAAADjM/AKe606Oq9Tw/s1600/Disen%CC%83os+reticulares+subcutaneo+4.png>



Figura 23: Cartel minimalista con ilustración flat, uso mínimo de elementos. Fuente: Aula Creativa, 10 de noviembre de 2021, <https://www.aulacreativa.com/wp-content/uploads/2020/06/minimalismo-tendencia-disen%CC%83o-grafico-710x321.jpg>



5.6 Códigos visuales

Aspecto estético

La tendencia minimalista es utilizada para traer ese aspecto sobrio y moderno a la nueva imagen. Por medio de la simplificación de elementos tanto en la estructura como en la retícula de la línea gráfica y en la tipografía. Siendo esta tendencia la máxima abstracción de objetos, la misma se aplica al concepto donde se tomarán edificios que representen al municipio en donde se encuentra la institución y se llevarán a elementos que se puedan implementar en el diseño.

Aspecto didáctico

La finalidad del proyecto es darle una imagen nueva y renovada a la municipalidad, así como otorgarle mayor relevancia para los pobladores del municipio y que puedan identificar de una mejor manera el trabajo que realiza, así como su contenido, información e imagen. Apoyado de un recurso editorial el cual es un manual de marca e identidad corporativa que sirva de guía y referencia en el futuro.

Aspecto Morfológico

-La función morfológica en la que se está apoyando este proyecto es la informativa, testimonial, formativa; siendo una nueva imagen la herramienta por la cual se espera que la municipalidad tenga una mayor presencia y que muestre a sus pobladores que los cambios y mejoras son también en su comunicación.

-La iconicidad o abstracción se maneja de una manera simbólica, esta siendo una similitud de la realidad, optando por la simplicidad en la iconografía y relación entre elementos y contexto.

Aspecto Sintáctico

El proyecto toma como referencia tanto la imagen anterior que se tiene como antecedente visual y los resultados de investigación con el grupo objetivo, al cual se dirige a conservar los elementos representativos del municipio para establecer las premisas.

-Cromatología:

-Verde y amarillo como colores principales, que no solo representan la bandera del municipio, sino el verde como la naturaleza de la cual se derivan los principales ingresos agrícolas del municipio y el amarillo como alegría y originalidad.



- El blanco como representación de luz.
- Azul verdoso oscuro que da elegancia, orden y al ser un color oscuro resalta y muestra presencia.

-Tipografía:

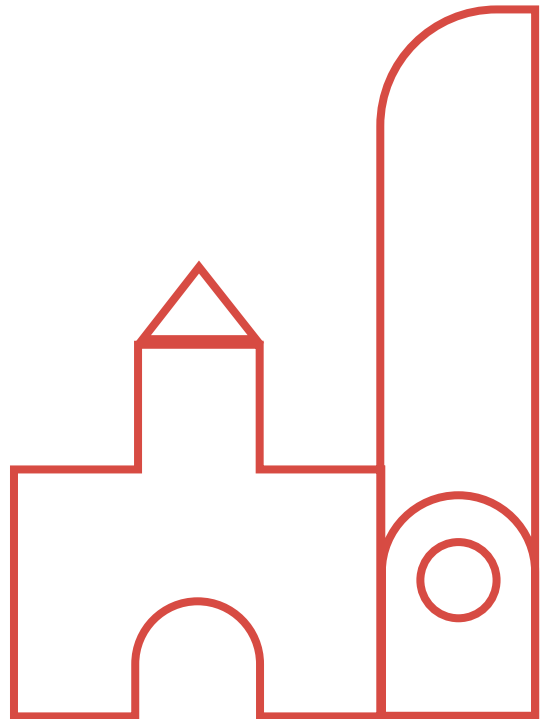
- Se apoyará de tipografías palo seco y *san serif*, las cuales al no tener remates, ornamentación o trazos muy complicados las vuelven sobrias, modernas, imponentes y muy características en el minimalismo. Así mismo, para contenidos digitales las tipografías san serif dan fácil lectura a textos.

-Iconografía:

- Líneas geométricas, patrones y simetría. El uso de estos elementos da como resultado composiciones agradables, con sensación de estabilidad.

Aspecto Semántico

Se utiliza símbolo, usando fotografías para basar los elementos gráficos (íconos) que se desean implementar en la línea gráfica, estos íconos siendo una representación mínima de los lugares o edificios representativos del municipio.



06 Producción Gráfica

En este capítulo se presentan los diferentes niveles de producción gráfica trabajados, así como las distintas validaciones y resultados que permitieron obtener altos niveles de calidad gráfica en la piezas finales.

6.1 Previsualización

Definición del proyecto

El proyecto se llevó a cabo en la Unidad de Comunicación social de la Municipalidad de San José Pinula. Consistió en el rediseño del logotipo actual y elaboración de un manual de normas gráficas con la finalidad de apoyar al equipo, para que en casos futuros se implemente apropiadamente la línea gráfica y el manejo de los materiales.

Resumen del tema abordado en las piezas

A través del nuevo logotipo se desea transmitir un trabajo profesional por parte de la municipalidad; cuando una empresa trabaja su marca y lineamientos gráficos refleja organización, poder, apoyo e interés por su grupo objetivo. Y al realizar y desarrollar una línea gráfica que unifique todos los contenidos se busca que se perciba un mejor servicio por parte de la institución.

Piezas de diseño (productos gráficos)

Material Publicitario

Identidad Corporativa

- Logotipo: para incrementar la identificación o bien la memorabilidad que este cause en el grupo objetivo se refuerzan aspectos técnicos mediante el rediseño del logotipo anterior.
- Manual de Normas Gráficas y Manual de Lineamientos de Manejo de Marca: manuales que indiquen las normas a seguir en las decisiones gráficas para los distintos medios y aplicaciones del logotipo y línea gráfica
- Aplicaciones de la marca: papelería interna, camisas para uniforme.



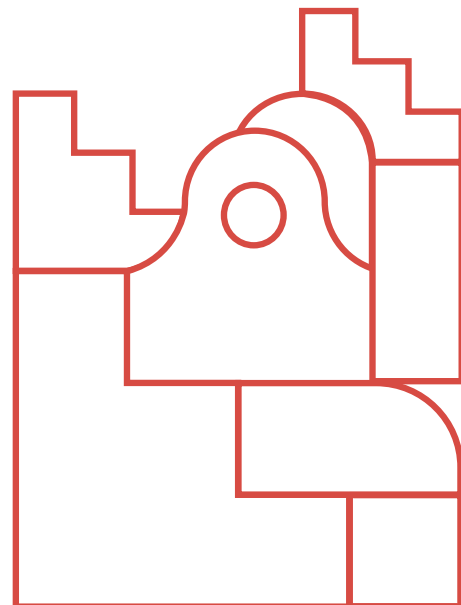
Secciones principales

Manuales: al ser unificados bajo una misma línea gráfica, se usa una misma diagramación, tipografía y paleta de colores en el diseño de ambos.

- Portadas:** nombre de la institución y logotipo nuevo.
- Índice:** listado de contenidos en los manuales.
- Páginas internas:** descripción de materiales, fundamentación de toma de decisiones de elementos seleccionados.
- Portadillas de secciones:** divisores entre elementos cromáticos, tipográficos y aplicaciones.
- Contraportada:** créditos.

Aplicaciones de marca:

- Hoja membretada.
- Sobre.
- Tarjeta de presentación.
- Folder
- Firma electrónica.
- Camisa tipo polo para uniforme de personal.
- Mascarillas.
- Gorras.
- Tazas.



6.2 Ruta de usuario

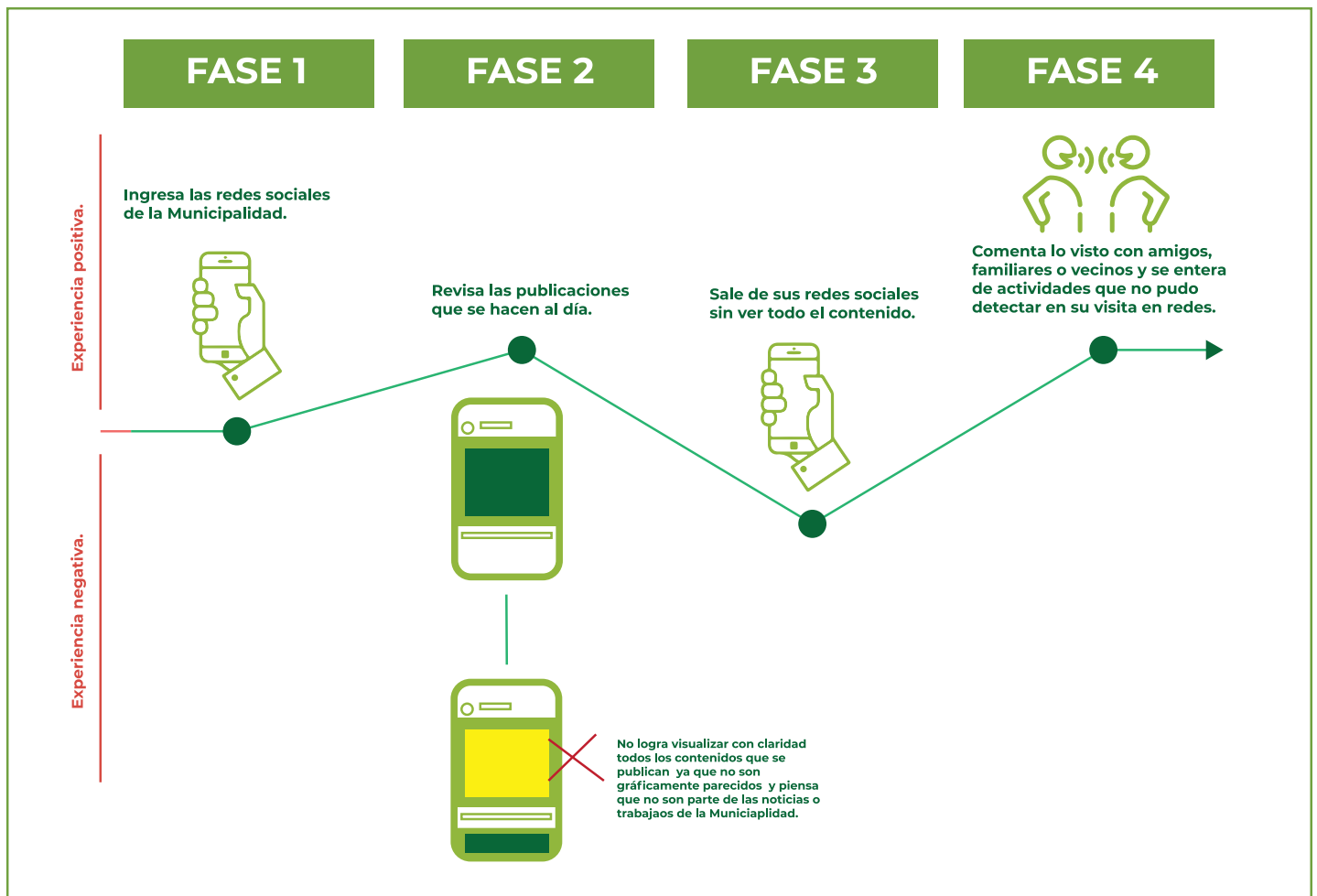


Figura 24: Esquema que muestra la ruta de usuario, basado en las experiencias del grupo objetivo. Elaboración propia.



6.3 Nivel de producción gráfica 1

Piezas gráficas

a. Logotipo



Boceto 1

Logotipo usando solo tipografía con una variación en la letra "M" en la cual las líneas internas de la letra forman la silueta de la estructura localizada en la entrada de la municipalidad, la cual es fácilmente identificada por esta como tal edificio.



Boceto 2

Logotipo mayormente inspirado en las iniciales del nombre del municipio, colocando la tipografía al costado derecho del juego tipográfico, mateniendo el actual "MUNI" en lugar de la palabra completa Municipalidad.



Boceto 3

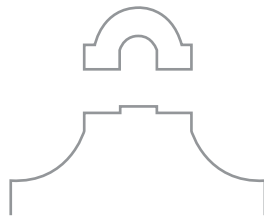
La tercera opción se maneja diferente, enfocando la atención en un elemento iconográfico, en este caso una representación de la entrada ("torre") de la municipalidad, que como antes se menciona, es muy representativa de la edificación, usando la tipografía en este caso en el área inferior al ícono.

Figuras 25-27: Bocetos de nivel de producción gráfica 1 de logotipo, elaboración propia, septiembre 2021.



b. Elementos gráficos

1



Boceto 1

Usando como base la forma de la torre municipal, se plantea la partición de la parte superior, al tener las dos piezas por separado, se usarán para crear patrones y elementos sueltos que puedan ser usados en la línea gráfica.

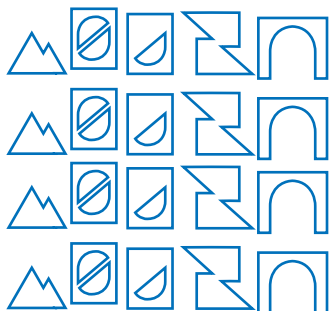
2



Boceto 2

Utilizando solamente la parte superior de la torre, se abstrae hasta dejar solo el arco. Usando esta figura/ícono para crear posibles patrones en cadena que serán de mucha utilidad tanto en la papelería como en fondos de publicaciones.

3



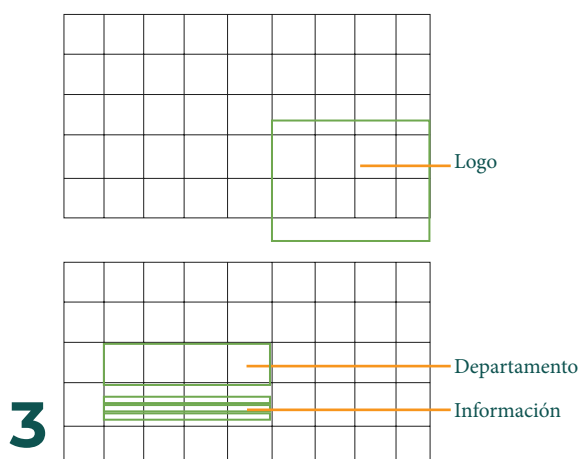
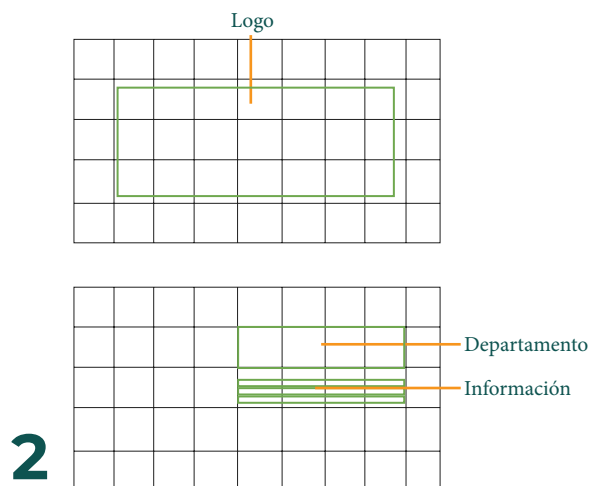
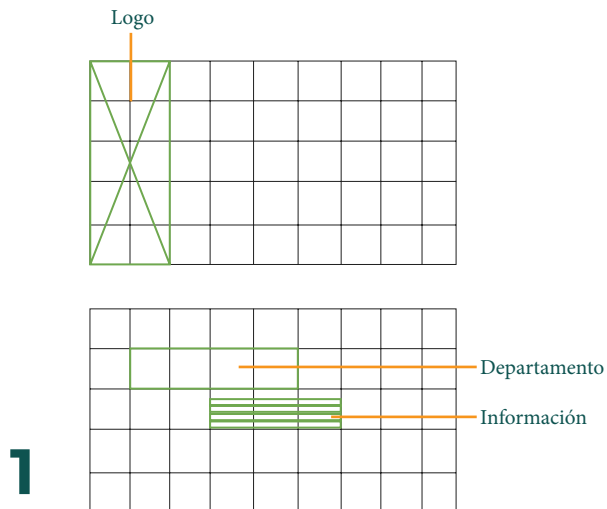
Boceto 3

Usando no solo la torre, sino elementos como el escudo y el entorno del municipio (el cual está mayormente rodeado por montañas) se trabajan distintos íconos de los cuales se plantea usar por separado y combinar algunos para crear patrones.

Figuras 28-30: Bocetos de nivel de producción gráfica 1 de elementos gráficos, elaboración propia, septiembre 2021.



c. Tarjeta de presentación



Boceto 1

Boceto de anverso y reverso de tarjeta de presentación, el anverso tiene el logotipo ubicado en la parte izquierda, se plantea que todo el fondo sea blanco por cuestiones de costos, y que el verde que se usa en el logo sea el protagonista. Para el anverso el departamento de la persona estará dentro de una franja amarilla y la información estará en la parte inferior de esta franja en el centro.

Boceto 2

Para dar más protagonismo al logotipo, se coloca justo en el centro del anverso de la tarjeta, así como en el boceto anterior se deja el blanco de fondo para darle protagonismo al verde en el logo. Los datos de la persona y el departamento de colocan esta vez en el lado derecho del reverso de la tarjeta.

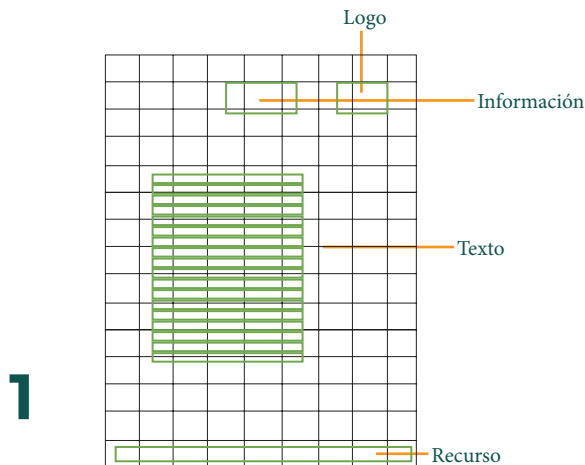
Boceto 3

En el anverso, se coloca el logotipo ubicado en la esquina inferior derecha, en una versión blanca sobre fondo verde. Para contrastar con el anverso, en el reverso de la tarjeta se maneja fondo blanco con los datos en el lado izquierdo de la tarjeta, dejando la tipografía de departamento en verde oscuro y la de información de contacto en verde claro.

Figuras 31-33: Bocetos de nivel de producción gráfica 1 de tarjeta de presentación, elaboración propia, septiembre 2021.

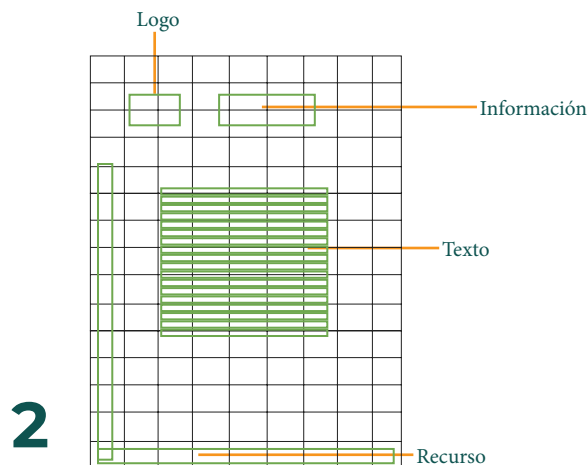


d. Hoja membretada



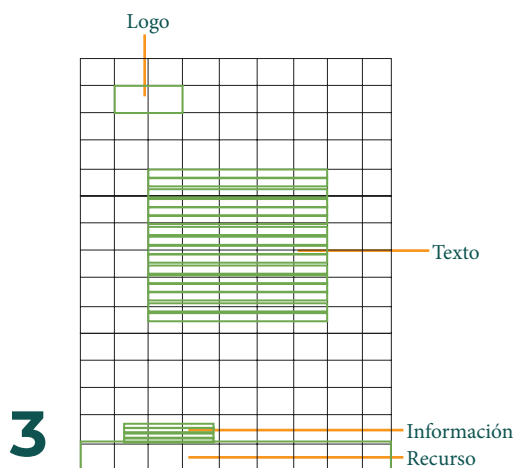
Boceto 1

Colocando el logotipo en la esquina superior derecha, antes de este el membrete o información de contacto. El cuerpo de texto de la carta no totalmente centrado, movido un poco hacia la izquierda y el elemento gráfico en la parte inferior.



Boceto 2

Logotipo en la parte superior izquierda, seguida del membrete o información de contacto en el centro en la parte superior, seguido por el cuerpo de texto de la carta y el elemento gráfico abarcado el lado izquierdo y la parte inferior de la hoja membretada.



Boceto 3

Resaltando el logotipo y usando la orientación de lectura que comúnmente se tiene en las hojas de presentación, se coloca el logotipo en la esquina superior derecha, seguido por el cuerpo de texto de la carta, la información de contacto en la parte inferior y el recurso gráfico bajo la información de contacto.

Figuras 34-36: Bocetos de nivel de producción gráfica 1 de hoja membretada, elaboración propia, septiembre 2021.



Descripción de autoevaluación

La siguiente escala permitirá evaluar la calidad gráfica y funcionalidad de la pieza seleccionada.

Escala de valoración:

0=No aplica 1=Replantear 2=Buen trabajo 3=Excelente

Parámetros a evaluar:

- A. Suficiencia: La pieza contiene únicamente los elementos necesarios (no hace abuso o sobrecarga de ellos)
- B. Jerarquía Visual: Se identifica el recorrido visual de la composición.
- C. Versatilidad: los elementos pueden adaptarse al espacio.
- D. Estética: la composición es agradable a la vista.
- E. Similitud: se asemeja a los lineamientos gráficos previamente utilizados por la institución.⁶¹

Tabla 3: muestra de tabla de autoevaluación para la toma de decisiones de etapa gráfica 1.

Parámetros	A	B	C	D	E	Total
Boceto 1						
Boceto 2						
Boceto 3						

Elaboración propia, con base en parámetros consultados.

⁶¹ Heidi Maria Valiente Salazar, «Campaña digital y estrategia de redes sociales para la divulgación de las acciones que realiza World Vision Guatemala, para el bienestar integral de los niños, sus familias y comunidades. Ciudad de Guatemala» (tesis de Licenciatura, Universidad de San Carlos de Guatemala, 2021), ⁹³, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/15185/1/HEIDY%20MARIA%20VALIENTE%20SALAZAR.pdf>



Descripción y fundamentación de la decisión final

a. Logotipo

Tabla 4: tabla de autoevaluación logotipo, para la toma de decisiones de etapa gráfica 1.

Parámetros	A	B	C	D	E	Total
Boceto 1	2	2	3	2	2	11
Boceto 2	1	2	2	1	2	8
Boceto 3	1	2	2	2	2	9

Elaboración propia, con base en los parámetros consultados.



Figura 37: boceto de logotipo, elaboración propia, 2021.

Boceto 1

Se define usar el primer boceto de logotipo, debido al trabajo tipográfico que incorpora la arquitectura a la letra M, ícono que será usado en la palabra Muni, con la cual la municipalidad ya tiene un antecedente gráfico.

b. Elementos gráficos

Tabla 5: tabla de autoevaluación elementos gráficos, para la toma de decisiones de etapa gráfica 1.

Parámetros	A	B	C	D	E	Total
Boceto 1	1	2	2	2	2	9
Boceto 2	2	2	2	2	2	10
Boceto 3	3	2	2	3	2	12

Elaboración propia, con base a los parámetros consultados.

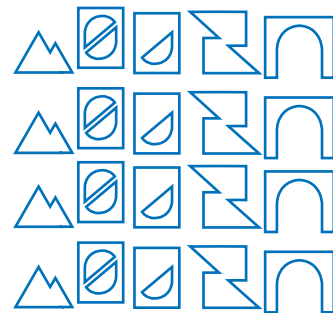


Figura 38: boceto figuras para elementos gráficos, elaboración propia, 2021

Boceto 3

Por la variedad de figuras con las que cuenta este boceto, se selecciona pensando en tener más variedad al momento de crear patrones, elementos de apoyo y que enriquecerá mucho a la línea gráfica de la nueva imagen.



c. Tarjeta de presentación

Tabla 6: tabla de autoevaluación tarjeta de presentación, para la toma de decisiones de etapa gráfica 1.

Parámetros	A	B	C	D	E	Total
Boceto 1	2	3	2	2	2	11
Boceto 2	1	1	2	2	1	7
Boceto 3	1	1	2	2	2	8

Fuente: Elaboración propia, con base a los parámetros consultados.

Boceto 1

Contando con una mejor jerarquía visual en cuanto a los textos, se decide usar la opción número uno de los bocetos presentados, así mismo se consdiera que los elementos gráficos a usarse resaltarán más en el fondo blanco planteado en este boceto.

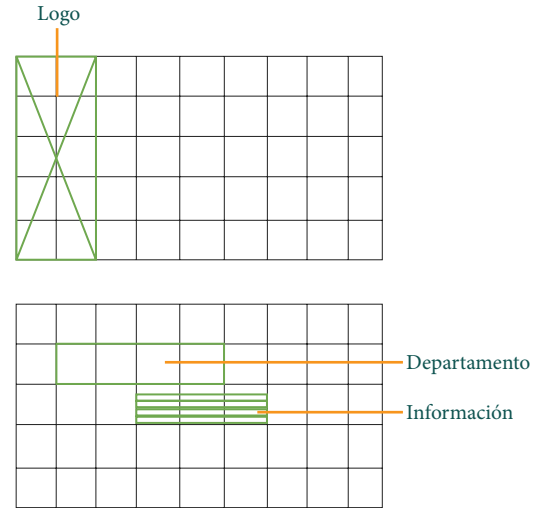


Figura 39: boceto de tarjeta de presentación, elaboración propia, 2021.

d. Hoja membretada

Tabla 7: tabla de autoevaluación hoja membretada, para la toma de decisiones de etapa gráfica 1.

Parámetros	A	B	C	D	E	Total
Boceto 1	1	1	2	2	2	8
Boceto 2	1	2	2	2	2	9
Boceto 3	3	3	2	2	2	12

Fuente: Elaboración propia, con base a los parámetros consultados.

Boceto 3

Por lecturabilidad, al colocar el logotipo en la parte superior es un buen inicio, tanto el logotipo como el cuerpo de texto tienen una posición adecuada dentro de la hoja membretada. Si bien los textos de información o membrete se encuentran en la parte inferior, la variación en cuando a diseños comúnmente vistos hoy en día no tienen esta característica.

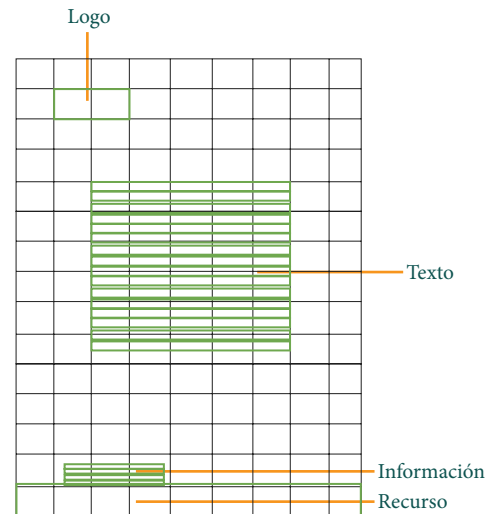


Figura 40: boceto de hoja membretada, elaboración propia, 2021.



6.4 Nivel de producción gráfica 2

Piezas gráficas

a. Logotipo

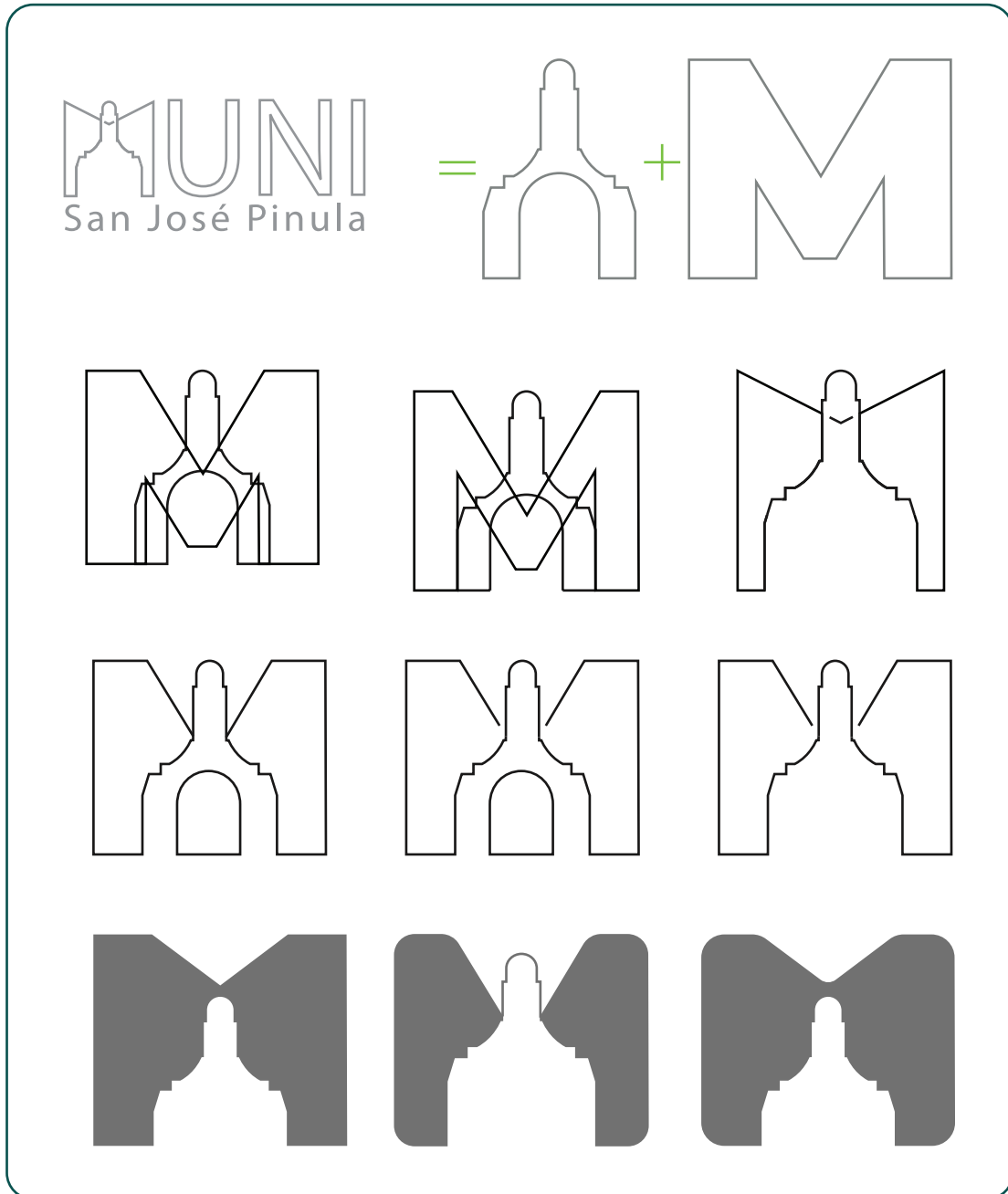


Figura 41: Proceso de digitalización de logotipo, elaboración propia, 2021



a. Logotipo

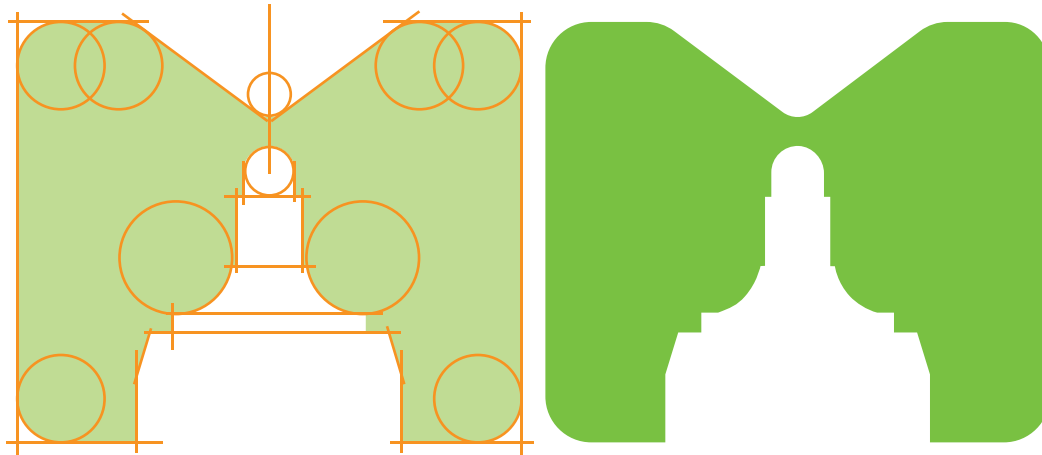


Figura 43: digitalización de letra M, elaboración propia, 2021.



Figura 42: boceto de logotipo, elaboración propia, 2021.

En el segundo nivel de producción gráfica se comienza con la digitalización del logotipo, el cual más adelante funcionará como pauta para el despliegue de elementos gráficos a usar en la nueva línea gráfica. Tomando en cuenta que el trabajo consiste en un rediseño, no se pierde la visión de la imagen anterior, pero se emplea un nivel de calidad más alto. Tomando como elementos principales la letra M y la torre de entrada de la municipalidad (la cual ha sido abstraída a un ícono) se inició la fusión de ambos elementos según lo visualizado en el bocetaje, ampliando más las opciones ahora digitalmente.



a. Logotipo



Figura 45: digitalización de logotipo, elaboración propia, 2021.



Figura 44: logotipo acutal, Muni Pinula, 2021.

Tomando en cuenta previas conversaciones con el alcalde y el jefe inmediato en la municipalidad, se habla del cambio de colores en cuanto a tonalidades manteniendo la selección en la franja y las letras de "MUNI". Se mantiene la estructura ahora con la implementación de la letra M trabajada con anterioridad, creando una unión con la franja y una pequeña sección de la torre interna de la letra M, donde parte la franja amarilla con un pequeño ángulo recto a diferencia de las demás esquinas redondeadas, para que no pierda continuidad. A diferencia del original, ahora en las letras se trabaja una terminación redondeada manteniendo el grosor de la tipografía planteada en premisas.



b. Elementos gráficos

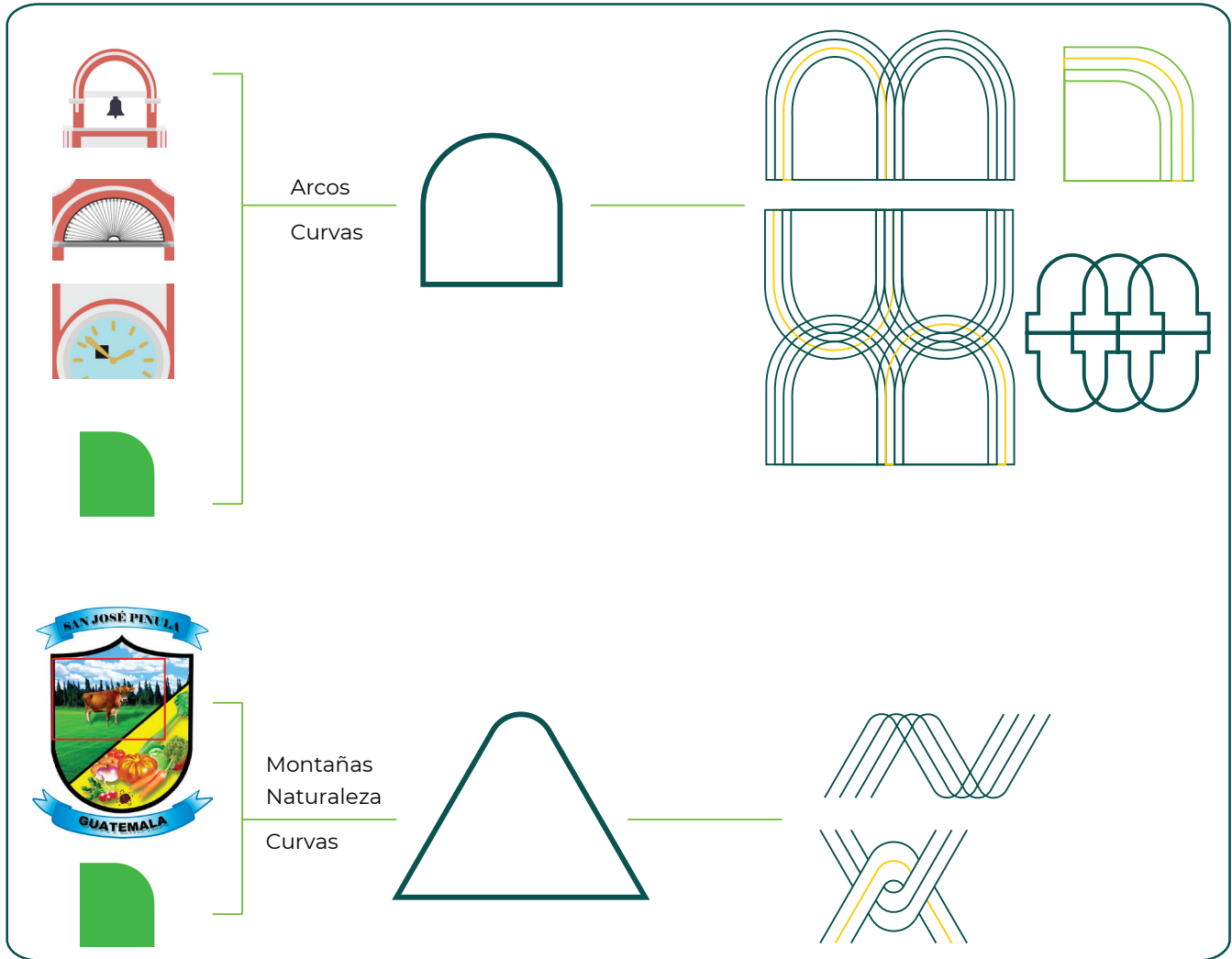


Figura 46: Escudo municipal, Muni San José Pinula, 2021

Figura 48: Proceso de digitalización de elementos, elaboración propia, 2021.

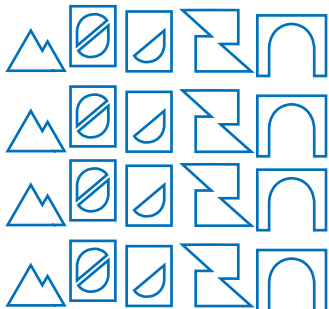


Figura 47: boceto figuras para elementos gráficos, elaboración propia, 2021

Abstracción de líneas y figuras para formar parte de los elementos a usar en la línea gráfica. Se concentra en la abstracción de elementos que se puedan reconocer como parte del municipio, y se mantienen en uso los colores municipales.



c. Tarjeta de presentación

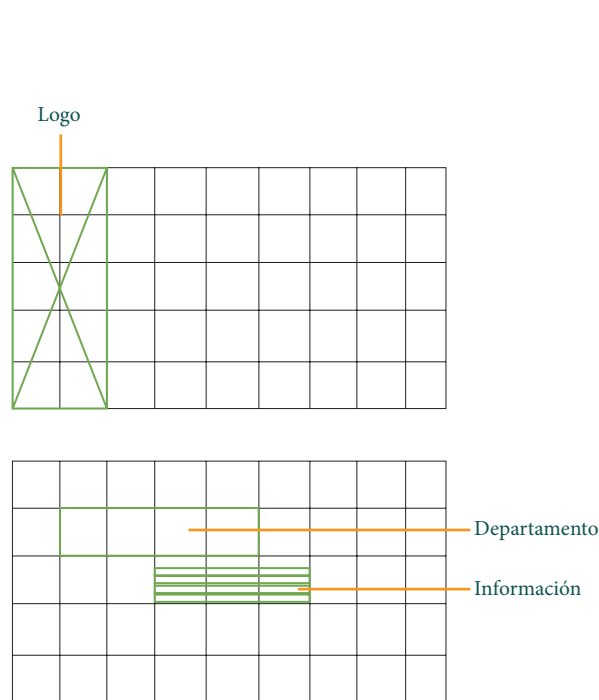


Figura 49: boceto de tarjeta de presentación, elaboración propia, 2021.

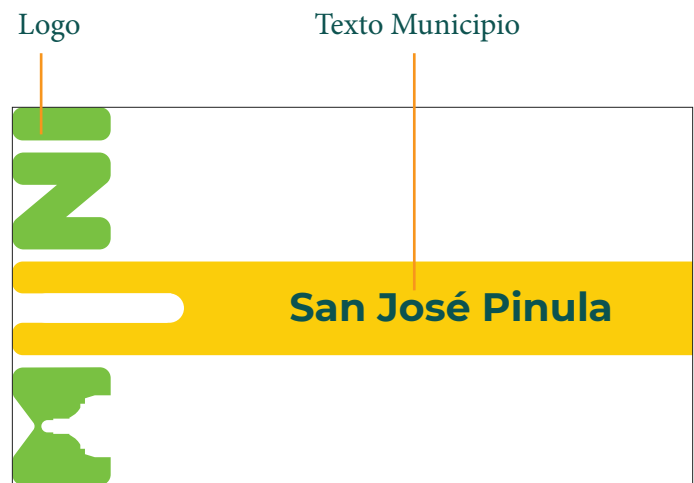


Figura 50 y 51: anverso y reverso de tarjeta de presentación, elaboración propia, 2021.

Utiliza una retícula modular de con el fin de generar el mejor espaciado para los elementos y ubicarlos de forma simétrica entre los elementos. En el logotipo se decide usar solo la palabra MUNI, donde parte la franja comúnmente utilizada sobre estas letras desde la "U". Para darle continuidad a la granja esta también se utiliza en la contraparte, pero solo a línea, donde se destaca el departamento o dirección a donde pertenece el propietario, dejando los datos personales fuera de esta. Siempre manteniendo una jerarquía visual en cuanto a tamaños tipográficos, donde el punto más pequeño utilizado es de 8.



d. Hoja membretada

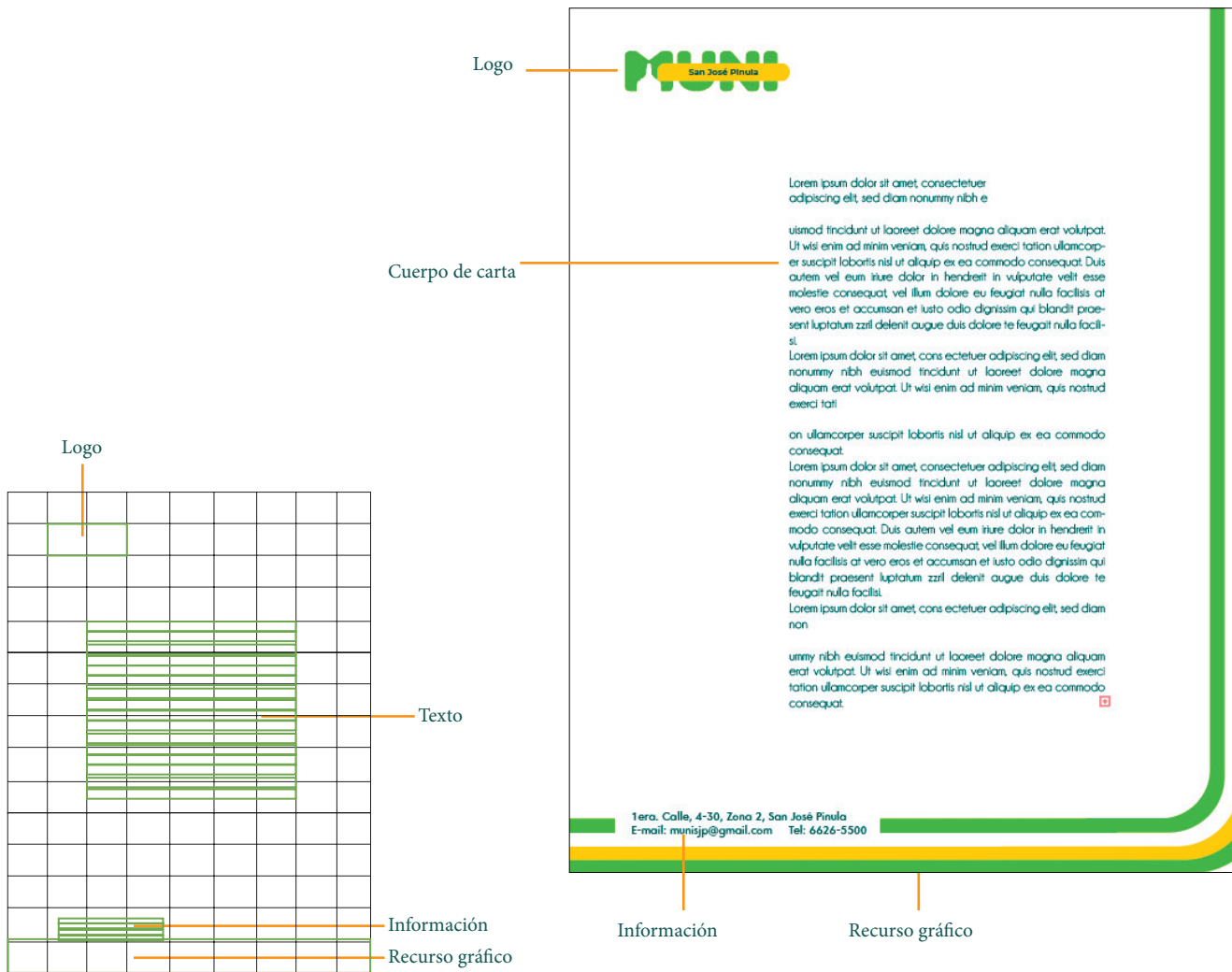


Figura 52: boceto de hoja membretada, elaboración propia, 2021.

Figura 53: digitalización de hoja membretada, elaboración propia, 2021.

Utilizar una retícula modular de con el fin de generar un mejor espaciado para los elementos gráficos y ubicarlos de forma simétrica entre ellos. Digitalización de la propuesta bocetada, en la que se añaden elementos gráficos trabajados para la línea gráfica a usar tanto en la papelería como en elementos digitales si se necesitan.



Descripción de validación

Con profesionales del diseño

Técnica

- Encuesta:
 - Google Forms.

Muestra

Identificación de 3 profesionales de Diseño Gráfico graduados para validación profesional:

- Pablo Ruiz:
 - Profesional de diseño gráfico.
- Cindy Palencia:
 - Licenciada en diseño gráfico.
- Cindy Ruano:
 - Licenciada en diseño gráfico.

Criterios de validación para profesionales

- Cromatología:
 - Contraste entre colores.
 - Armonía
- Tipografía:
 - Jerarquía.
 - Legibilidad.
 - Adaptabilidad.
- Retícula:
 - Adecuada.
 - Funcional.
 - Estética.
 - Funcionalidad.
- Ilustración.
 - Funcionalidad.
 - Armonía.
 - Tipo de ilustración.
- Iconografía:
 - Funcionalidad.
 - Visibilidad.
 - Adaptabilidad.



Descripción del proceso de validación

- La validación de las piezas se realizó de la siguiente manera:
 - Envío del enlace por medio de correo electrónico, o chat de WhatsApp.
 - Seguimiento de respuestas por medio de las estadísticas de la aplicación Google Forms.
 - Luego de recopiladas todas las respuestas requeridas, se interpretaron los resultados y comentarios obtenidos; y se aplicaron los cambios que a criterio profesional se consideraron necesarios.

Instrumento de validación:



Para ingresar a la encuesta escanee el código QR.

-Aproxime la cámara de su teléfono celular al código; una vez su cámara identifique el código, presionar la ventana emergente que la redirige al sitio deseado.

-Si no puede ingresar por medio del código, ingrese en el siguiente link: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdXAfrphTuj7pspfuRU1Q8Z3kbayObY3Xv6d9J8jqATDV4x9A/viewform>



Descripción del proceso de MasterFeedback

- La validación de las piezas se realizó de la siguiente manera:
 - Realización de un video con duración de aproximadamente 2 a 3 minutos, donde se explique el proyecto, técnicas de conceptualización, concepto definido y piezas.
 - Envío de video a asesor gráfico por medio de Google Classroom.
 - La asesora se encarga de enviar los videos a los expertos del diseño elegidos por ella y la asesora metodológica para cada área de proyectos.
 - Reunión virtual por secciones en donde se presentan los mejores de cada categoría y se envían los resultados y la grabación de la presentación.
 - Luego de recopilar todas las respuestas requeridas, se interpretaron e integraron los resultados y comentarios obtenidos junto a las evaluaciones propias con expertos; y se aplicaron los cambios que a criterio profesional se consideraron necesarios.

Instrumento de validación:



Para ingresar a la carpeta con la MasterFeedback, escanee el código QR.

-Aproxime la cámara de su teléfono celular al código; una vez su cámara identifique el código, presionar la ventana emergente que la redirige al sitio deseado.

-Si no puede ingresar por medio del código, ingrese en el siguiente link: <https://drive.google.com/file/d/1wCuxW8CBb2G6UTbemCC2rnBaSVe60Tk2/view?usp=drivesdk>



Resultados de validación

Con profesionales del diseño

Resultados

En cuanto a la paleta de colores usada ¿El contraste usado entre ellos lo considera?

No se pierde tanto la esencia original pero hay un cambio agradable, mucha mas notorio en los colores.

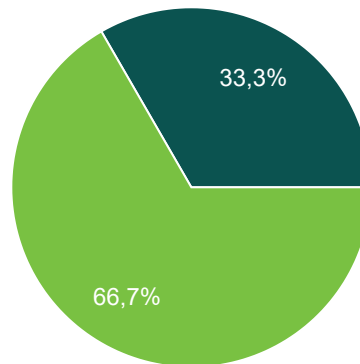


Figura 54: gráfica validación profesional, elaboración propia, 2021.

Parámetros

- Armonioso
- Poco armonioso
- Difícil de distinguir entre ellos

La tipografía usada en el logotipo es:

Evaluar construcción del logotipo, mejorar proporción del texto en el recuadro y uso del ícono.

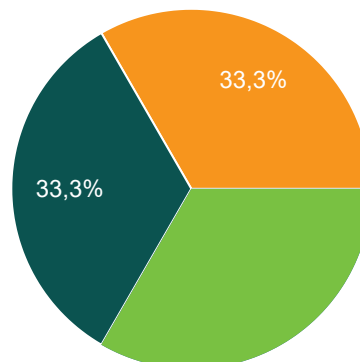


Figura 55: gráfica validación profesional, elaboración propia, 2021.

- Funcional
- Poco peso visual
- No es legible

La tipografía usada en el titular de la portada es:

En cuanto a la tipografía de la portada es bien aceptada, esta se conserva y se trabajó como se establece en los materiales presentados.

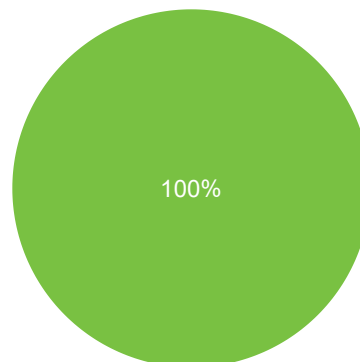


Figura 56: gráfica validación profesional, elaboración propia, 2021.

- Funcional
- Poco peso visual
- No es legible



Resultados de v Con profesionales del diseño

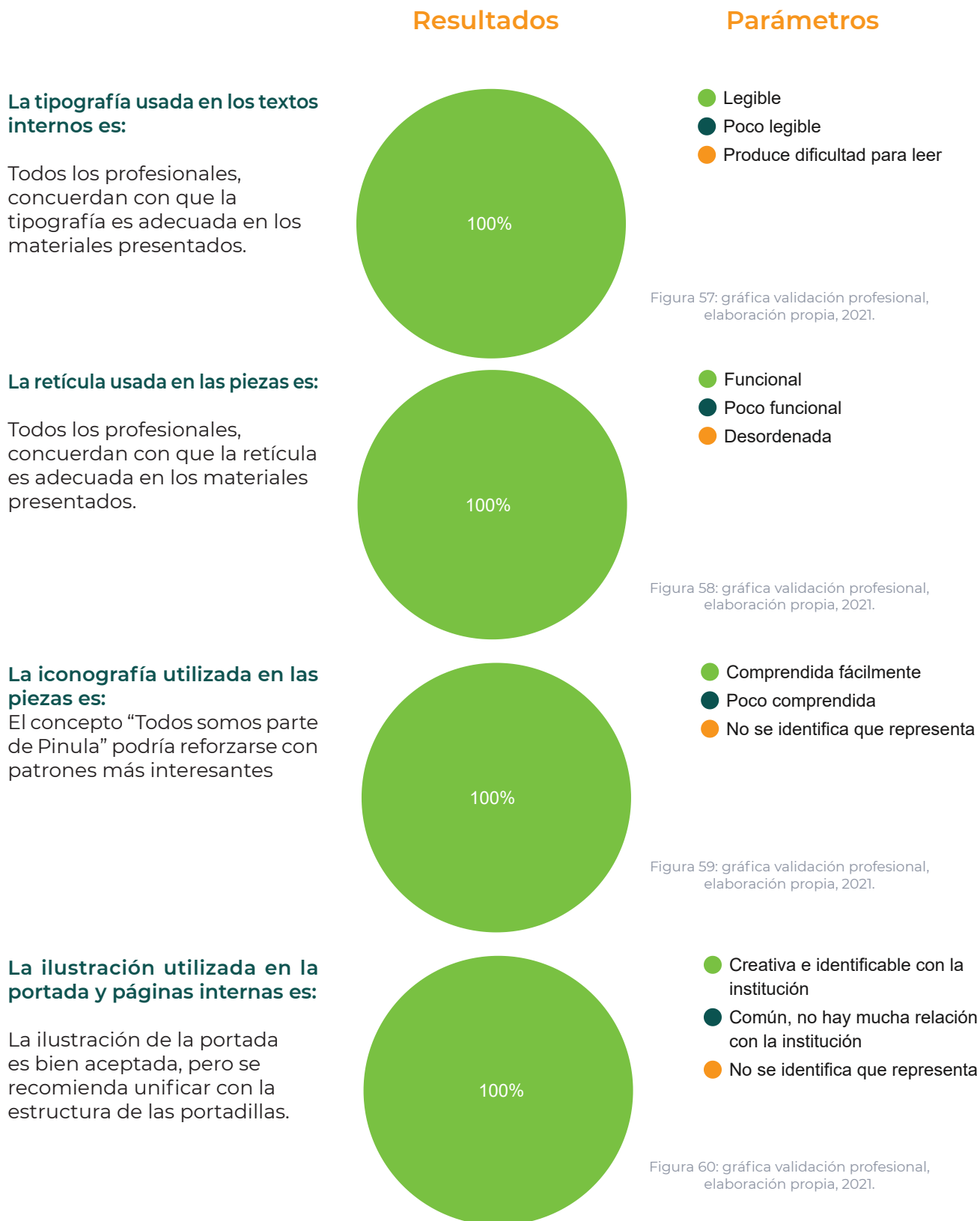


Figura 57: gráfica validación profesional, elaboración propia, 2021.

Figura 58: gráfica validación profesional, elaboración propia, 2021.

Figura 59: gráfica validación profesional, elaboración propia, 2021.

Figura 60: gráfica validación profesional, elaboración propia, 2021.



Descripción y fundamentación de la decisión final

a. Logotipo

Evaluar el uso de mayúsculas en todo el nombre para una mejor lectura en caso no se pueda cambiar la franja de sitio.

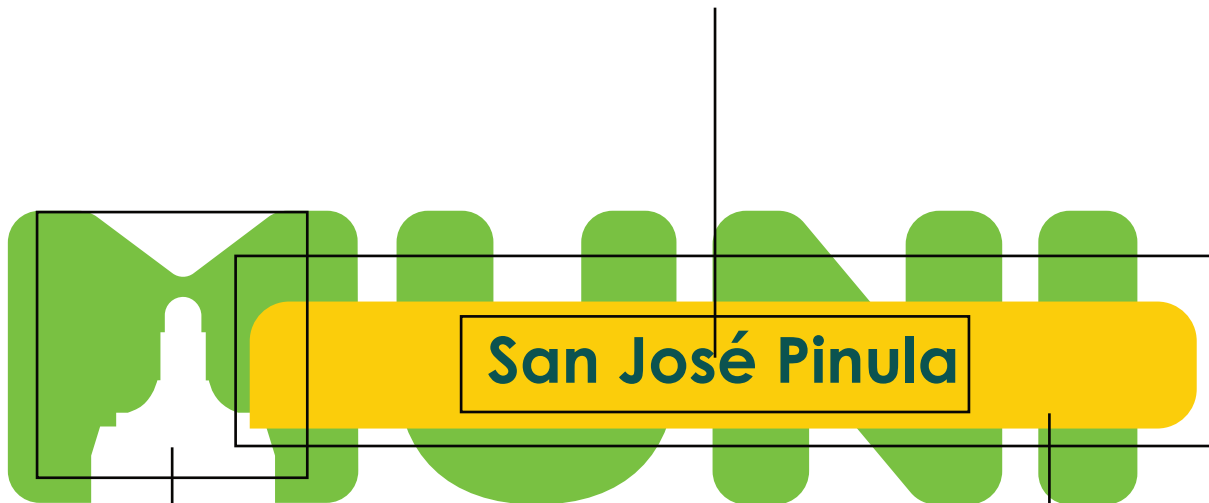


Figura 61: primer digitalización de logotipo, elaboración propia, 2021.

Abstraer más la forma de la torre en la letra M.

La franja sobre la palabra MUNI afecta significativamente la legibilidad de la palabra pues obstruye varias contraformas. Evaluar integrarla abajo o en alguna otra posición.



Descripción y fundamentación de la decisión final

b. Elementos gráficos

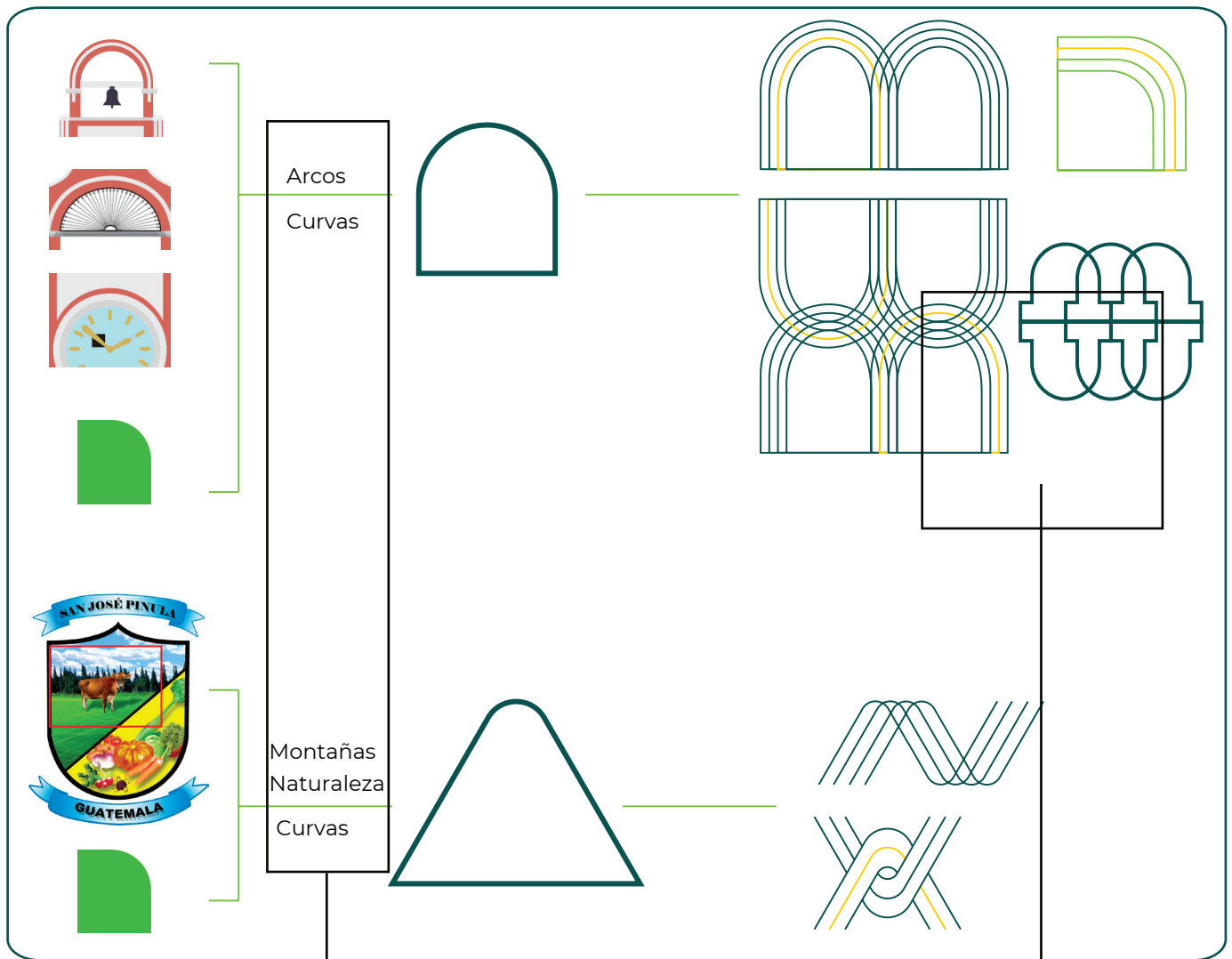


Figura 62: Escudo municipal, fuente: Muni San José Pinula, 2021

Figura 63: elementos gráficos, elaboración propia, 2021.

No enfocarse tanto en figuras redondeadas, buscar variedad.

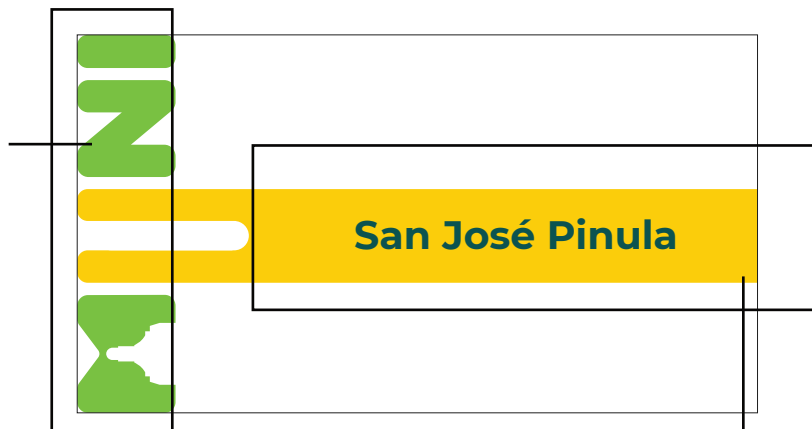
Buscar más edificación para encontrar formas mucho más interesantes.



Descripción y fundamentación de la decisión final

c. Tarjeta de presentación

Distorsionar la anatomía de los caracteres de Muni y modificar la orientación de la lectura no es recomendable, podría generar confusión respecto a como debe lucir la marca.



Incorporar íconos para hacer énfasis en cada dato de contacto.



Figura 64 y 65: anverso y reverso de tarjeta de presentación, elaboración propia, 2021.

No distorsionar más la palabra, puede crear confusión en la lectura.



d. Hoja membretada

Evaluar la legibilidad de "San José Pinula"



Jugar con la posición del texto, evaluar la funcionalidad.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur
adipiscing elit, sed diam nonummy nibh e

usmod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.
Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper
er suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis
autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse
molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at
vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent
luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud
exerci tati

on ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo
consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna
aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud
exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea com-
modo consequat. Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in
vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat
nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui
blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te
feugait nulla facilis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam
non

ummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam
erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci
tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo
consequat.

Incorporar más u otro elemento en la hoja, muy monótono. Evaluar la importancia del texto de contacto y la jerarquía visual.

Tercera Calle, 4-30, Zona 2, San José Pinula
E-mail: munisjp@gmail.com Tel: 6626-5500

Figura 66: hoja membretada, elaboración propia, 2021.

6.5 Nivel de producción gráfica 3

Piezas gráficas

a. Logotipo

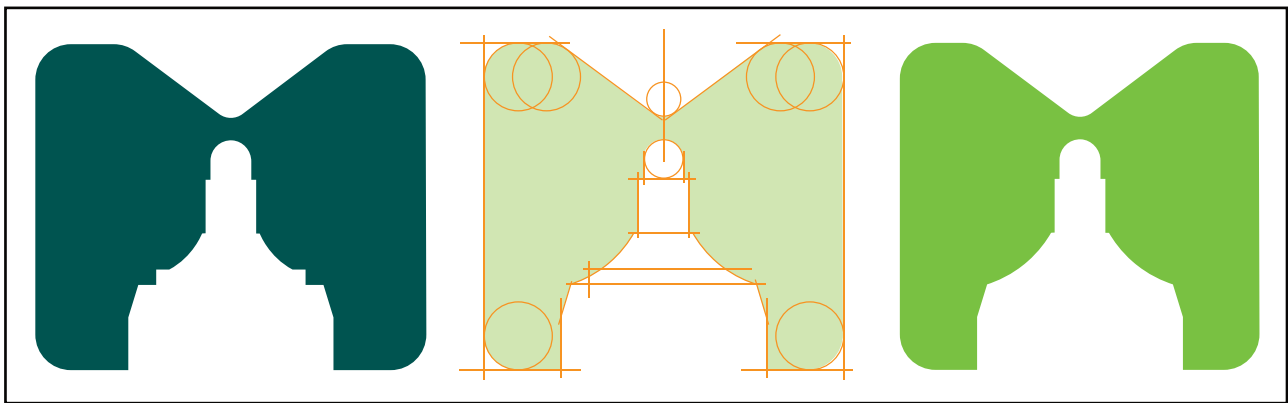


Figura 67: simplificación de letra M, elaboración propia, 2021.

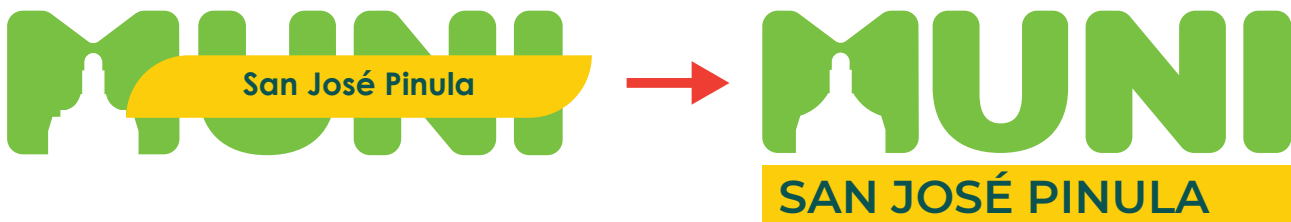


Figura 68: primer propuesta de logotipo, elaboración propia, 2021.

Figura 69: propuesta mejorada de logotipo, elaboración propia, 2021.

Tomando en cuenta los comentarios de mejora, la torre es simplificada, la franja es removida del frente y la tipografía sobre esta es únicamente en mayúsculas y en un grosor más notable.



b. Elementos gráficos

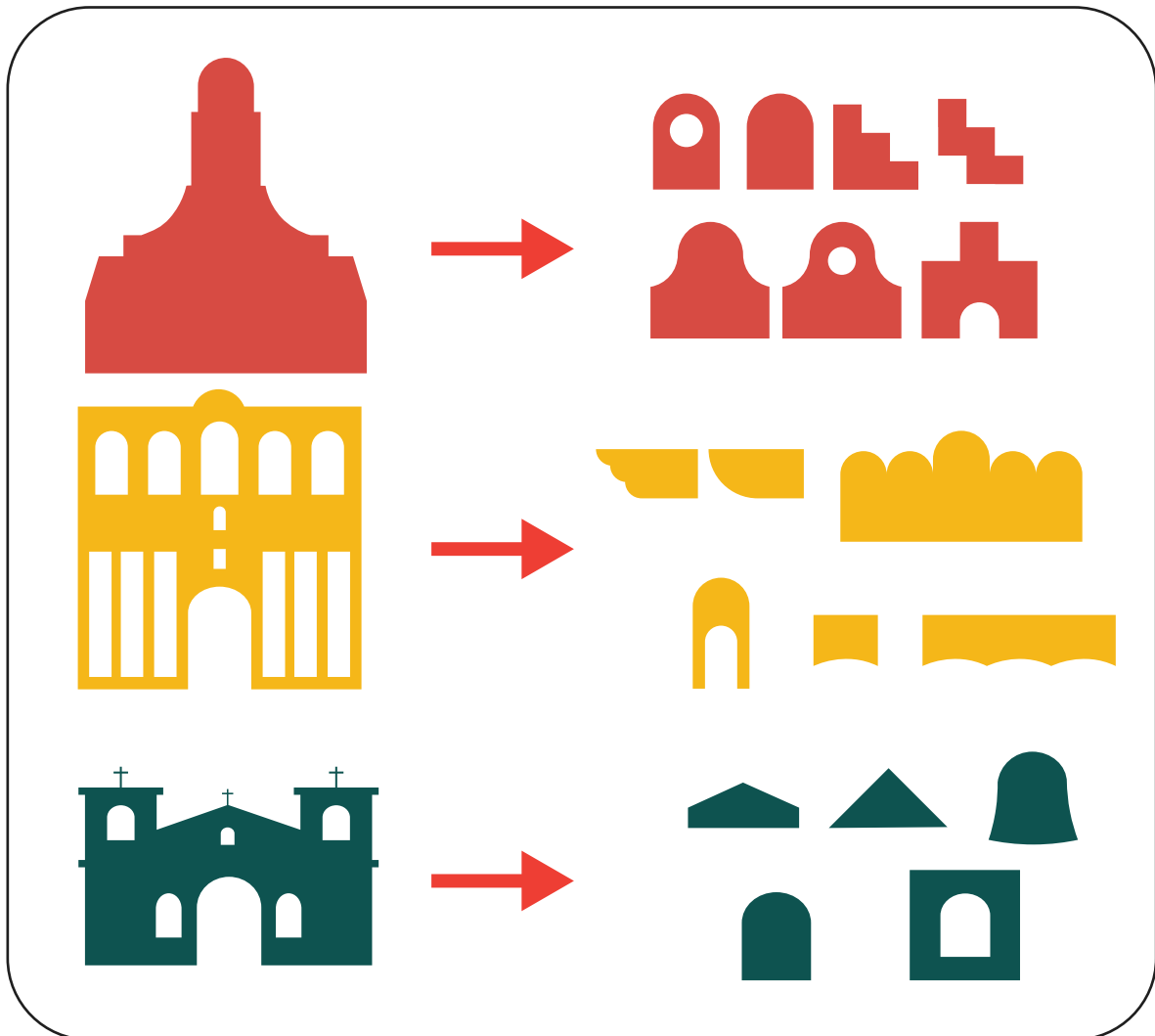


Figura 70: nueva propuesta de elementos gráficos, elaboración propia, 2021.

Se toman como referencia 3 edificaciones principales del municipio, de las cuales se trabaja una abstracción iconográfica de la que posteriormente se obtienen aún más las formas a utilizar.



b. Elementos gráficos



Figura 71: patrón de elementos gráficos, elaboración propia, 2021.

Posterior a la elaboración de los elementos, se trabaja un patrón de formas que pueda ser tanto versátil como representativo, tomando en cuenta que los colores originales tendían a la monotonía, en esta etapa de la producción gráfica se decide incorporar un color adicional a la paleta principal. El color adicional forma parte de la actual torre municipal.



c. Tarjeta de presentación

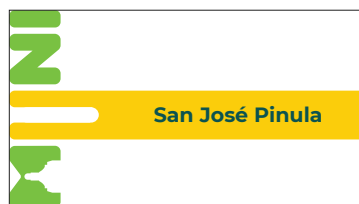


Figura 73: primer propuesta de tarjeta, elaboración propia, 2021.



Íconos

Departamento

Puesto

Contacto

Figura 72: propuesta mejorada de tarjeta, elaboración propia, 2021.

Nueva propuesta. Tomando en cuenta la posición del logotipo y no distorsionándolo. Se añaden las nuevas figuras y los íconos de contacto en la parte posterior de la tarjeta.



d. Hoja membretada

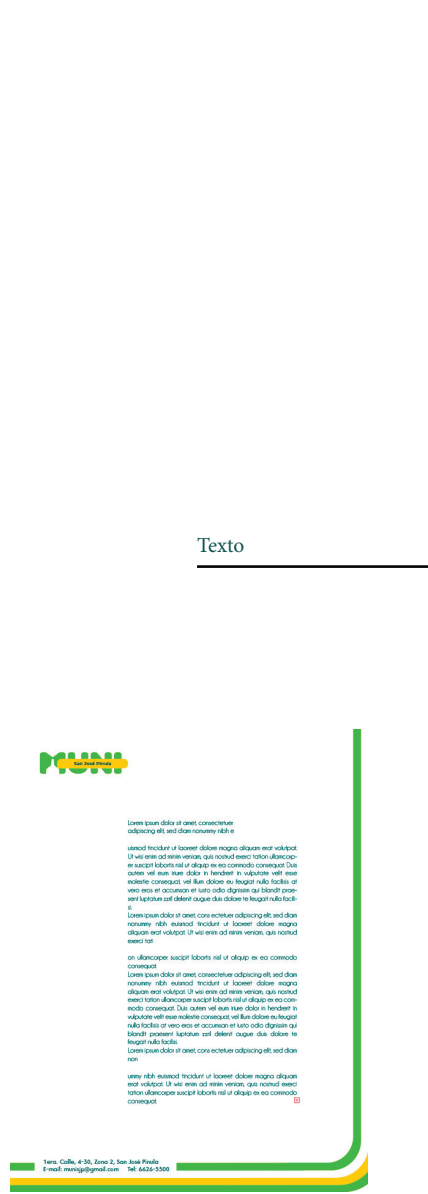


Figura 74: primer propuesta de hoja membretada, elaboración propia, 2021.



Patrón

Figura 75: propuesta mejorada de hoja, elaboración propia, 2021.

Nueva propuesta. Se mejora la posición del texto, de la información de contacto y se trabaja con las nuevas abstracciones y logotipo. El patrón puede trabajarse de forma diferente, siempre que se mantengan los colores.



Descripción de validación

Cliente

Técnica

- Entrevista:
 - Modo presencial

Muestra

- Jefe inmediato:
 - Encargado de todos los procesos de diseño, divulgación de información en redes sociales, grabación y transmisión de programas.

Criterios de validación para profesionales

- Estética:
 - Calidad gráfica.
 - Composición.
- Funcionalidad:
 - Utilidad.
 - Versatilidad.
 - Pregnancia.
 - Jerarquía.
- Reproducción y divulgación
 - Selección de materiales
 - Selección de vías y medios
 - Efectividad y calidad de materiales

Creación de borrador de instrumento para validación.

- Entrevista:

La siguiente entrevista tiene como fin identificar la efectividad del proyecto y sus piezas. La duración de la misma es de aproximadamente 15 minutos. Los resultados obtenidos serán utilizados con fines educativos y de mejora gráfica en el proceso del proyecto de graduación.



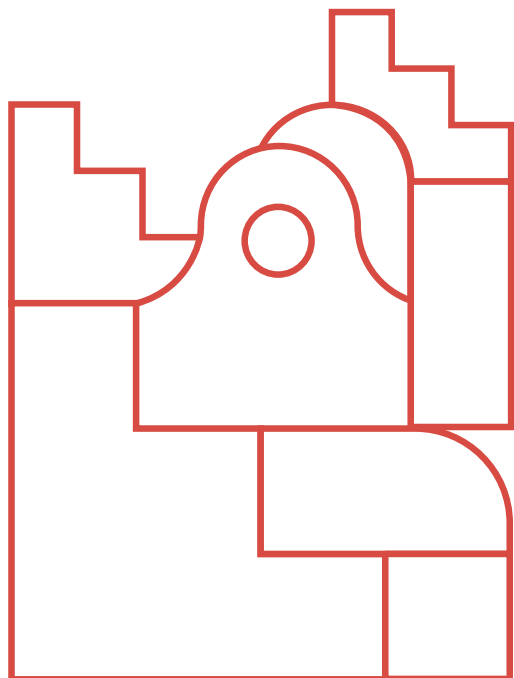
Descripción de validación

Cliente

Descripción del proceso de validación

-La validación de las piezas se realizó de la siguiente manera:

- Realización de esquema de entrevista.
- Solicitar fecha conveniente a los entrevistados.
- Tabulación de resultados de entrevista.
- Seguimiento de respuestas y comentarios extras que aporten en la entrevista.
- Luego de obtenidas todas las respuestas requeridas, se interpretaron los resultados y comentarios obtenidos; y se aplicaron los cambios que a criterio profesional se consideraron necesarios.



Resultados de validación

Cliente



Figura 76: fotografía de entrevista con jefe inmediato, 2021.

Entrevista a Jonny Herrera (jefe inmediato)

1. ¿Considera que el rediseño del logotipo identifica a la municipalidad de manera...?

-Excelente

-Buena

-Deficiente

Comentario: «considero que, sí se ve mejor el color en el logotipo, se ve mejor la palabra y me gusta mucho como se convirtió la letra M».⁶²

2. ¿Considera que la figura de la torre municipal es identificable en la letra M del logotipo?

-Si

-No

Comentario: «Sí, a comparación del inicio en los primeros bocetos si se identifica y no se confunde con otra cosa».⁶³

3. ¿Considera que la línea gráfica podrá captar la atención de los vecinos de manera positiva y será memorable?

-Excelente

-Buena

-Deficiente / Poco memorable

Comentario: «Me gusta mucho las figuras y el patrón que se utiliza».⁶⁴

⁶² Jonny Herrera (Jefe de Dirección), entrevista por Ana Altán, 20 de octubre 2021, entrevista para validación de piezas, transcripción propia.

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ *Ibid.*



4. ¿Considera que el normalizar los elementos gráficos y tener un manual de uso es de ayuda?

-Excelente

-Bueno

-Deficiente / No se necesita

5. ¿Considera que los colores elegidos identifican a la municipalidad de manera...?

-Excelente

-Buena

-Deficiente

Comentario: «La nueva tonalidad está mucho mejor, como te comentaba antes eran muy vibrantes, y los colores complementarios me gusta como se ven con el verde y el amarillo». ⁶⁵

6. Las páginas internas del manual tienen una estructura...

-Ordenada

-Desordenada

-Confusa

7. ¿Considera que las aplicaciones en la papelería nueva de la municipalidad tienen relación con el logotipo y la línea gráfica?

-Excelente

-Buena

-Deficiente / Poco memorable

Los resultados de la entrevista fueron muy satisfactorios, el cambio de color es muy bien recibido y se ven reflejados los cambios en el logotipo anterior. En comparación con el primer nivel de producción gráfica, el trabajo en el logotipo es mucho mayor, pero se incorpora de una manera grata a la visión de el cliente y a los cambios que se buscaba realizar.

⁶⁵ Jonny Herrera (Jefe de Dirección), entrevista por Ana Altán, 20 de octubre 2021, entrevista para validación de piezas, transcripción propia.



Descripción de validación

Grupo objetivo

Técnica

- Encuesta:
 - Google Forms.

Muestra

-La validación se realizará con una muestra de entre 40 a 50 personas del grupo objetivo, los cuales son hombres y mujeres entre 18 a 40 años de edad, residentes del municipio.

Criterios de validación para profesionales

- Estética:
 - Calidad gráfica.
 - Composición.
- Funcionalidad:
 - Utilidad.
 - Versatilidad.
 - Pregnancia.
 - Jerarquía.
- Reproducción y divulgación
 - Selección de materiales
 - Selección de vías y medios
 - Efectividad y calidad de materiales

Elaboración de borrador de instrumento para validación.

- Encuesta:

En la siguiente encuesta se presentan las partes importantes a tener en cuenta al momento de crear una marca. La duración de la encuesta es de aproximadamente ¹⁰ minutos. Los resultados obtenidos serán utilizados con fines educativos y de mejora gráfica en el proceso del proyecto de graduación.



Descripción de validación

Grupo objetivo

Descripción del proceso de validación

- La validación de las piezas se realizó de la siguiente manera:
- Envío de enlace por medio de contactos de WhatsApp, publicación en mi muro e historias de redes sociales.
- Seguimiento de respuestas por medio de las estadísticas de la aplicación google forms.
- Luego de tener todas las respuestas requeridas, se interpretaron los resultados y comentarios obtenidos; y se aplicaron los cambios que a criterio profesional se consideraron necesarios.



Para ingresar a la encuesta escanee el código QR.

-Aproxime la cámara de su teléfono celular al código; una vez su cámara identifique el código, presionar la ventana emergente que la redirige al sitio deseado.

-Si no puede ingresar por medio del código, ingrese en el siguiente link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfERP_fsCJlpOunaG_zj498V8-2kRsWBubGgQbqSCqs8DvpmQ/viewform



Resultados de validación

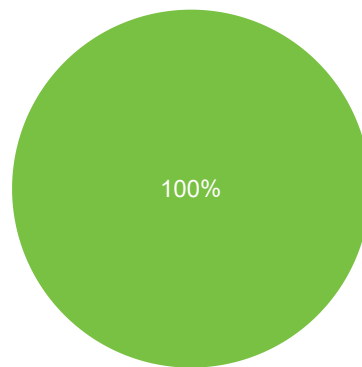
Grupo objetivo

Resultados

Parámetros

¿Que letra puede identificar en la siguiente figura?

El 100% de los encuestados logra diferenciar la letra M en el logotipo presentado. Lo cual es una respuesta positiva al cambio de imagen, la cual será identificada facilmente.

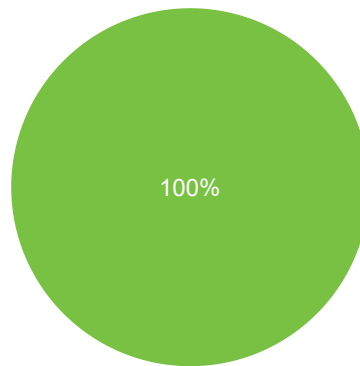


- M
- H
- N

Figura 77: gráfica validación grupo objetivo, elaboración propia, 2021.

¿Considera que la figura de la torre municipal es identificable en la letra M del logotipo?

El 100% de los encuestados logra identificar la estructura de la torre en la letra, lo cual indica que de igual manera podrán identificar a la municipalidad con el nuevo logotipo.

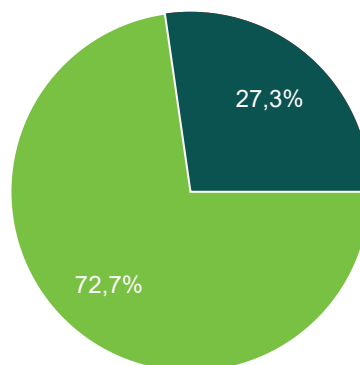


- Sí
- No

Figura 78: gráfica validación grupo objetivo, elaboración propia, 2021.

¿Considera que el cambio de logotipo es significativo y representa mejor a la Municipalidad?

Debido a que, se busca un rediseño, el que logren identificar a la Municipalidad tanto con el anterior logo y lo puedan enlazar al nuevo se considera como un punto beneficioso.



- Sí, mucho
- Casi no hay diferencia
- Me gusta más el anterior

Figura 79: gráfica validación grupo objetivo, elaboración propia, 2021.



Resultados de validación

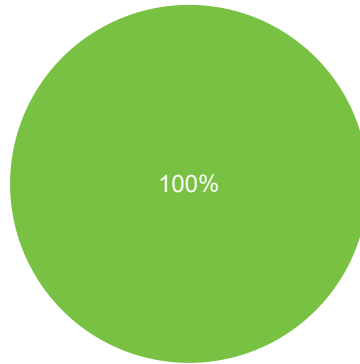
Grupo objetivo

Resultados

Parámetros

¿Considera que las imágenes mostradas anteriormente pueden ser reconocidas como parte de publicaciones de la Municipalidad?

El 100% de los encuestados puede identificar la nueva línea gráfica con la municipalidad.

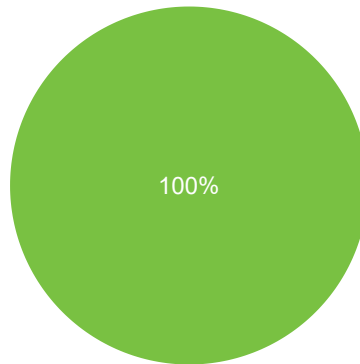


- Sí
- No

Figura 80: gráfica validación grupo objetivo, elaboración propia, 2021.

¿El material presentado le parece?

El 100% de los encuestados consideró estético y funcional el material con la nueva línea gráfica.

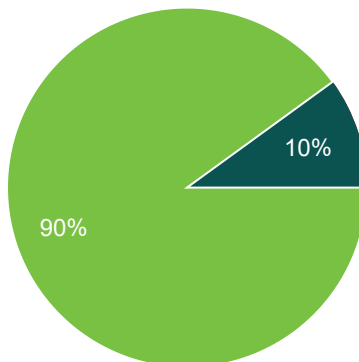


- Atractivo
- Poco atractivo
- Nada agradable a la vista

Figura 81: gráfica validación grupo objetivo, elaboración propia, 2021.

¿Considera que al tener piezas con los mismos colores, figuras y letra sería más fácil identificar la información que brinde la Municipalidad?

Casi en su totalidad, los encuestados estuvieron de acuerdo en que unificar gráficos es de ayuda para identificar información y materiales.



- Sería más fácil
- Ayudaría poco
- No lo veo necesario

Figura 82: gráfica validación grupo objetivo, elaboración propia, 2021.



6.6 Propuesta gráfica final fundamentada

a. Logotipo



Figura 83: propuesta mejorada de logotipo, elaboración propia, 2021.

Tomando en cuenta que el trabajo consiste en un rediseño, no se pierde la visión de la imagen anterior, pero se emplea un nivel de calidad más alto. Tomando como elementos principales la letra M y la torre de entrada de la municipalidad (la cual ha sido abstraída a un ícono) se fusionaron ambos elementos según lo visualizado en el bocetaje, ampliando más las opciones ahora digitalmente. Dando una imagen mejorada pero fiel a la municipalidad.



b. Elementos gráficos



Figura 84: propuesta final de elementos gráficos, elaboración propia, 2021.

El patrón seleccionado, brinda una variedad de uso dentro de la línea gráfica, pudiendo usar cada elemento por separado, de manera lineal o solo relleno. Permite no solo trabajarlo de manera rectangular, si no de manera horizontal y vertical dentro de los materiales.



c. Tarjeta de presentación



Figura 85: propuesta final de tarjeta, elaboración propia, 2021.

En el anverso se trabaja el patrón con los elementos extraídos y en el reverso se utiliza la característica franja amarilla del logo para colocar el departamento y posterior jerárquicamente los datos. Se obtiene un producto con buena jerarquía visual apoyada de íconos.



d. Hoja membretada



Figura 86: propuesta final de hoja membretada, elaboración propia, 2021.

El uso del logotipo en el lado derecho deja paso al uso del escudo municipal, el cual es usado solo para cartas externas a la municipalidad, y deja el formato con el logotipo para uso interno del personal. El eslogan se resalta dentro del patrón trabajado en la parte inferior de la hoja y respeta la jerarquía del texto y del membrete.

6.7 Vista preliminar de la pieza gráfica

Folder y hoja membretada



Figura 87 y 88: mockup papelería, elaboración propia, 2021.



Folder y hoja membretada



Figura 89 y 90: mockup papelería, elaboración propia, 2021.



Tarjeta de presentación



Figura 91: mockup tarjeta de presentación, elaboración propia, 2021.



Firma electrónica



Figura 92: mockup firma electrónica, elaboración propia, 2021.

Sobre



Figura 93: mockup sobre, elaboración propia, 2021.



Aplicaciones



Figura 94 y 95: mockup gorras, elaboración propia, 2021.



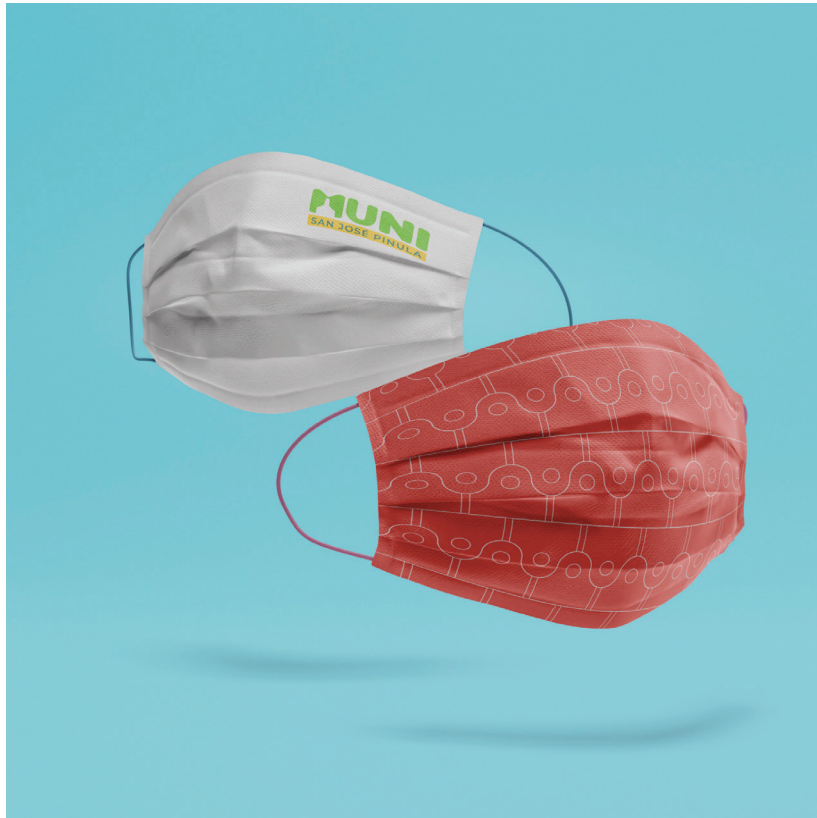


Figura 96 y 97: mockup mascarillas, elaboración propia, 2021.





Figura 98 y 99: mockup camisa polo y taza, elaboración propia, 2021.



Manual de marca



Figura 100 y 101: mockup manual de marca, elaboración propia, 2021.





Figura 102 y 103: mockup manual de marca, elaboración propia, 2021.





Figura 104 y 105: mockup manual de marca, elaboración propia, 2021.





Figura 106 y 107: mockup manual de marca, elaboración propia, 2021.



Manual completo.

Se adjunta un código QR que dirige a el documento del manual completo para mejor visualización y mejor vista de detalles.



Escanear para visualizar completo.

-Aproxime la cámara de su teléfono celular al código; una vez su cámara identifique el código, presionar la ventana emergente que la redirige al sitio deseado.

-Si no puede ingresar por medio del código, ingrese en el siguiente link: <https://drive.google.com/file/d/1EPT871aC6odCLQToQLWPb1Ztk1wTCyR0/view>



6.8 Lineamientos para la puesta en práctica

Instrucción de utilización

El proyecto de graduación consiste en el rediseño del logotipo actual y desarrollo de un manual gráfico, en el cual se contiene el manejo de la marca y la construcción de esta. Lineamientos tales como el uso correcto de logotipo, patrones, íconos, etc. Así mismo dentro del manual se encuentran establecidas las aplicaciones de las piezas gráficas detalladas tanto para impresión como para uso digital a las que corresponden.

El director de la Dirección de Comunicación Social es el encargado de brindar el manual a toda persona que esté a cargo de manejar la identidad y producción de piezas que sigan la línea gráfica de la marca. Se le hará entrega de una carpeta denominada Proyecto_Graduación_Muni_2021, dentro de la cual se sub-dividen los materiales a entregar:

- Manual de Lineamientos: carpeta donde se encuentra el PDF de los lineamientos como tono de marca, misión y visión de la marca, etc.
- Manual de Normas Gráficas: carpeta donde se encuentra el PDF con el manual con la construcción de la marca y aplicaciones.
- Aplicaciones: carpeta donde se encuentran todas los editables de las aplicaciones tanto en papelería como guías de construcción de publicaciones y material digital.

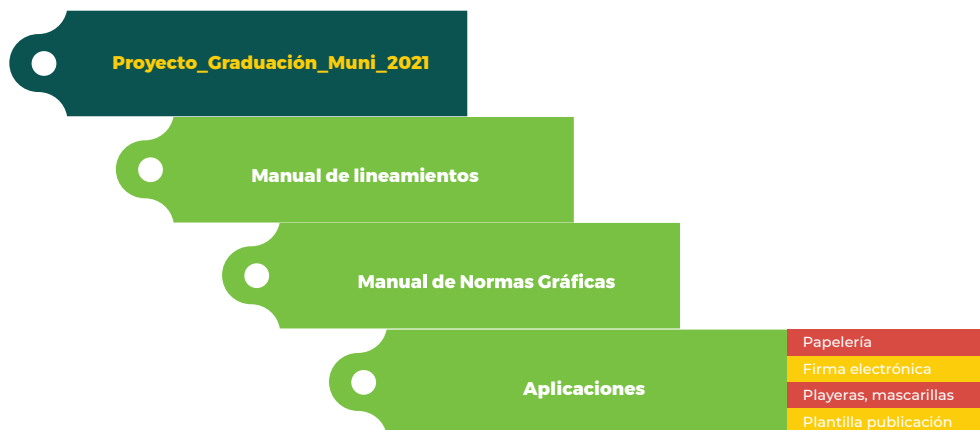


Figura 108: gráfica jerarquía de carpetas, elaboración propia, 2021.



Proceso de reproducción

Los manuales serán entregados por medio del jefe inmediato, a toda persona que deba tener acceso al uso correcto de la marca, así como a insumos gráficos para la elaboración de material.

La papelería corporativa podrá ser reproducida por la misma institución cuando ellos crean conveniente o sea necesario. Siguiendo las indicaciones del manual de normas gráficas.

Para el encargado de creación de contenido digital, los documentos editables dados están a entera disposición, para crear el contenido requerido siguiendo las normas de los manuales.

Cotizaciones de materiales:

En este apartado se podrá visualizar el costo de algunos materiales en la litrografía que ha trabajado previamente con la municipalidad para cuando se quiera implementar la nueva imagen.

Tarjeta de presentación:

Acabados:
Opalina.
Color natural.

Dimensiones:
3.5plg * 2plg.
Posición del formato:
Horizontal.

Empaquetado:
Contendrá el archivo Ai en
CMYK, el PDF con
marcas de impresión y
tipografías utilizadas.

Cotización:
Q75.00
100 unidades.

Imprenta:
LitoExpress

Hoja membretada:

Acabados:
Bond.
80 gramos.

Dimensiones:
8.5plg * 11plg.
Posición del formato:
Horizontal.

Empaquetado:
Contendrá el archivo Ai en
CMYK, el PDF con
marcas de impresión y
tipografías utilizadas.

Cotización:
Q190.00
100 unidades.

Imprenta:
LitoExpress



Taza personalizada:

Acabados:
Cerámica.
Color natural.

Dimensiones:
9cm * 15cm.
Posición del formato:
Horizontal.

Empaquetado:
Contendrá el archivo Ai en
RGB, el JPG con
300 de resolución para
impresión.

Cotización:
Q45.00 c/u.

Imprenta:
LitoExpress

Playera tipo polo:

Acabados:
90% algodón.
Color blanco.

Dimensiones:
Tallas S a XL.

Empaquetado:
Contendrá el archivo Ai en
CMYK, el PDF con
marcas de impresión y
tipografías utilizadas.

Cotización:
Q125.00 c/u.

Imprenta:
LitoExpress

Folders:

Acabados:
Oplalina.
Color natural.

Dimensiones:
22.5cm x 29cm.

Posición del formato:
Vertical.

Empaquetado:
Contendrá el archivo Ai en
CMYK, el PDF con
marcas de impresión y
tipografías utilizadas.

Cotización:
Precios desde Q46.50 c/u por
millar

Imprenta:
Printea

Sobres:

Acabados:
Papel offset
100gr.

Dimensiones:
22.90 x 11.40 cm

Empaquetado:
Contendrá el archivo Ai en
CMYK, el PDF con
marcas de impresión y
tipografías utilizadas.

Cotización:
Q439.43
Solo de 250 unidades en adelante,
un aproximado de Q1.75 c/u.

Imprenta:
Online Printers



Proceso de divulgación

El rediseño de logotipo y la nueva línea gráfica se pondrán en vigencia a partir de noviembre de 2021, cuando la estudiante realice la entrega de todos los materiales a la institución.

El jefe de la Dirección de Comunicación Social de la Municipalidad, es el encargado de llevar el proceso de divulgación a su equipo y de distribuir los materiales.

Proceso de medición de resultados

Al ser un proyecto de *branding*, los resultados serán reflejados en el incremento de actividad posterior al lanzamiento de la nueva imagen. Actividades tales como: incremento de seguidores, comentarios positivos de las publicaciones, incremento en las visitas de las páginas y aumento en las reacciones de las publicaciones.

6.9 Honorarios

Total de horas reales de producción gráfica

-El total de horas para la producción gráfica del proyecto de graduación constó de 215 horas, las cuales abarcaron de agosto a octubre del 2021.

Ver anexo 5: evidencia de horas y costos.



Insumos y costos reales

A continuación se despliegan los insumos y costos reales de la producción gráfica que se llevó a cabo en el presente proyecto de graduación.

Tabla 8: desgloce de insumos y costos del proyecto.

Actividad	Descripción	Costo individual	Cantidad	Total	Subtotal
Insumos	Equipo de trabajo (con depreciación)	Q1.14	215	Q245.10	
	Servicio de internet	Q0.48	215	Q103.20	
	Servicio de energía eléctrica	Q0.42	215	Q90.30	Q438.60
Actividad	Descripción	Costo individual	Cantidad	Total	Subtotal
Servicios Técnicos	Manual de Marca	Q4,000.00	1	4,000.00	
	Rediseño de logotipo	Q2,000.00	1	Q2,000.00	
	Creación de línea gráfica	Q3,000.00	1	Q2,500.00	
	Tarjeta de presentación	Q250.00	1	Q250.00	
	Firma electrónica	Q250.00	1	Q250.00	
	Diseño de camisas	Q250.00	1	Q250.00	
	Diseño de Mascarillas	Q250.00	1	Q150.00	
	Plantilla digital	Q250.00	1	Q250.00	
	Ilustración torre	Q250.00	1	Q150.00	Q10,500.00
Actividad	Descripción	Costo individual	Cantidad	Total	Subtotal
Servicios Profesionales	Estudio de mercado	Q78.00	30	Q2,340.00	
	Proceso de conceptualización	Q78.00	40	Q3,120.00	
	Investigación de tendencias en el diseño 2021	Q78.00	15	Q1,170.00	
	Producción gráfica	Q78.00	130	Q10,140.00	
	Validaciones	Q78.00	20	Q1,560.00	
	Tabulaciones de resultados	Q78.00	10	Q780.00	Q19,110.00
IVA (12%)					Q 3,605.83
				Total	Q 33,654.43

Elaboración propia, basada en: gastos de insumos propios, tarifario de Maneky S.A, empresa la cual trabaja con base en pago por hora y la cantidad de proyectos que se le atribuyan al cooperador (trabajados, freelancer, especialista, etc), y con base en el promedio por hora de trabajo de un freelancer junior, con una año de experiencia trabajando para Maneky S.A, la cual es de Q78.00 la hora en promedio por el trabajo realizado en acumulación de proyectos, la cual varía según el tipo de trabajos que se le adjudiquen por mes.



07 Síntesis del Proceso

En este capítulo se presentan las lecciones aprendidas mediante el desarrollo del proceso de este proyecto, las conclusiones y recomendaciones que dirigidas a la institución, a los estudiantes y al gremio de diseñadores gráficos.

Lecciones aprendidas

Proceso de gestión del proyecto

Fase diagnóstica

Al momento de decidir trabajar con la sede municipal fue necesario estimar el tiempo previo que requieren las primeras reuniones con los funcionarios ediles, debido a que, el responsable directo y quien aprueba la realización del proyecto es el alcalde municipal. Por lo general los alcaldes no dispone de tiempo, por lo que puede darse el caso de la reprogramación de las reuniones. La comunicación es esencial y se debe contactar a la institución desde el inicio del semestre, para prever cualquier inconveniente que pudiera presentarse. Además, es importante contar con el contacto directo, para una pronta respuesta.

La realización del proyecto de diseño basado en datos reales, necesita una muestra con una cantidad significativa de individuos correspondientes al grupo objetivo, siendo lo ideal un grupo integrado por doscientas personas o más, y el uso de encuestas como herramienta de validación, ya que son fáciles de enviar y brindan información puntual. Este aspecto permite trabajar con datos verídicos que eleven las posibilidades de éxito del proyecto.

Es de suma importancia establecer, desde las primeras reuniones con la institución, los tiempos de entrega de los materiales a diseñar, debido a que, el encargado o representante de la organización puede confundirse con respecto a los tiempos de ejecución del proyecto; lo cual puede llegar a convertirse en un inconveniente a futuro, debido a que la municipalidad se maneja bajo cronogramas en los que planifican sus actividades.

Fase de definición

Es fundamental contar con documentos con información institucional, por ejemplo: organigramas, memorias de labores o guías de procesos de reproducción. Son una fuente certera de información importante y comprobable para el desarrollo del proyecto. Este aspecto contribuye a que el estudiante se asocie con los métodos de trabajo con los que se opera en la municipalidad.



Tener una buena redacción de las partes escritas de todo el proyecto ayudó a dar orden y coherencia, además de brindar información que se comprenda de manera fácil. Es importante contar con herramientas de autocorrección o verificación de redacción, además de tomar en cuenta las correcciones que brindan los asesores. Ya que al contar con un escrito más detallado y coherente, los lectores del documento que son tanto el estudiante, como miembros de la institución pueden entender de forma clara el proyecto a realizar y tener un seguimiento de las distintas fases con mayor rapidez.

Fase de planeación

Que el proceso tenga una planificación establecida con antelación, ayudó a mantener un orden físico en el informe, trabajo y proyecto en las ideas que se quieran llevar a cabo.

El uso de herramientas como Clockify u otro medidor de tiempos en línea apoya mucho en el proceso del proyecto; ayuda al manejo del tiempo, planificación y organización.

Fase de ejecución

La acumulación de trabajo llega a ser muy pesada, por lo que es necesario elaborar un cronograma en el que se calendaricen las actividades que se llevarán a cabo durante el proyecto. Organizar los tiempos, recesos y fechas límite contribuye a que el proyecto se lleve a cabo de manera efectiva.

Es importante mantener una comunicación fluida con la institución, de manera que los funcionarios conozcan los materiales que se están realizando y la evolución que estos sufren en cada etapa de producción gráfica. Esto con la finalidad de informar sobre cambios sugeridos por los asesores, según recomendaciones o por comentarios de la misma entidad. Es recomendable que las actualizaciones se lleven a cabo cada semana y el cliente confirme su visualización. Lo anterior, constituye un respaldo para el estudiante con el fin de fundamentar su toma de decisiones.



Fase de evaluación

Es importante que se realicen revisiones de las herramientas para la validación de piezas con el fin de obtener una retroalimentación antes de presentar las piezas finales. Las revisiones contribuyen a detectar errores, elementos a mejorar y elaborar materiales de calidad.

Producción gráfica de la pieza

Fase de definición

Identificar eficientemente las premisas de diseño desde la etapa de bocetaje aporta positivamente en la manera en la que se trabaja con los elementos y se obtienen diferentes métodos y técnicas a tomar antes de definir una línea gráfica permanente a usar.

Establecer conocimientos previos, tales como las premisas de diseño, antes de iniciar la digitalización, permite que los resultados a obtener cuenten con alta calidad gráfica, puesto que se determina qué tipo de elementos se utilizarán y qué resultado se espera obtener. Además, se logra una eficiente planificación y acercamiento inicial a los elementos gráficos que se utilizarán en las siguientes fases de producción, tales como: limitar espacios de acuerdo a la retícula; qué elementos representativos serán de mayor impacto al vectorizar, selección de colores, tipografías y otros.

Fase de planeación

En un proyecto de diseño gráfico es fundamental el bocetaje a mano. El bocetaje permite plasmar las ideas en una superficie antes de digitalizar. Esto hace más fácil el proceso y permite obtener mucha más variedad de elementos con los cuales trabajar, por ejemplo, las representaciones abstractas que integran una línea gráfica.



Fase de ejecución

En los proyectos en los que se busca un cambio de imagen, se deben tener en cuenta las opiniones de los jefes con respecto al logotipo anterior y qué esperan de la nueva imagen desde que se identifica el proyecto, para tomar en cuenta estas opiniones desde el bocetaje.

El uso de elementos como franjas superpuestas en la tipografía de un logotipo puede ocasionar ruido, dificultar la lectura y entorpecer la pieza de diseño. Es preferible que se usen elementos iconográficos, crear un isotipo que complemente al logotipo, o trabajar directamente las tipografías dándoles un tratamiento especial como: bordes redondeados, implementar una fusión silueta-letra, etc.

Fase de evaluación

Los materiales producidos deben responder no solo al concepto creativo sino también a las necesidades de las instituciones que abren las puertas para el desarrollo del proyecto. Un logotipo es la representación gráfica de una marca, producto o institución, por lo que, este debe reflejar no solo una imagen estéticamente agradable sino una representación de los valores y objetivos.



Conclusiones

Objetivo general

«Apoyar en la estructuración de la imagen de la Municipalidad de San José Pinula para que la información que se divulgue a través de las redes sociales y medios de comunicación digital pueda ser identificada más fácilmente por la población del mismo, a través de una nueva línea gráfica que fije los parámetros de diseño y comunicación visual. Se tiene proyectado que los pobladores del Municipio de San José Pinula puedan tener una percepción más positiva de la Municipalidad».

Logro:

Cuando un logotipo es trabajado bajo un concepto creativo que identifique no solo a la marca sino al grupo objetivo, crea interés y afiliación, apoya en un mejor posicionamiento, amplía el reconocimiento y permite una mejor distribución de la información que es detectada e identificada fácilmente con la marca. El uso de una línea gráfica que represente al logotipo ayuda no solo a englobar publicaciones, material impreso y material de uso institucional, sino que, además, logra unidad e identificación efectiva por parte del grupo objetivo.

Impacto:

El uso de lineamientos gráficos crea uniformidad en la identidad visual, ayuda a conectar de manera asertiva tanto con la institución como con el grupo objetivo de la municipalidad en cuanto a la distribución de información. Se logra unificar tanto los materiales a divulgar digitalmente, así como también, los de uso interno de la municipalidad, esto crea una identidad más segura, organizada y con calidad.



Objetivo específico de comunicación

«Facilitar el proceso de comunicación por parte de la Municipalidad de San José Pinula hacia la población del mismo municipio, por medio del diseño de un manual de identidad gráfica que pueda apoyar en la correcta identificación del contenido digital municipal, de contenido externo o ajeno a la Municipalidad, en redes sociales o medios de comunicación digital como sitio web e impresos como boletines, folletos, carteles, etc.».

Logro:

El posicionamiento de una marca no solo se logra a través de la calidad de producto o servicio sino en la calidad del material que represente la marca. Debido a que la municipalidad busca un mayor reconocimiento, se necesita unificar y determinar lineamientos gráficos que ayuden a destacar los contenidos.

Impacto:

La nueva versión de su imagen, así como la implementación de lineamientos gráficos, como tipografía, color y estructura, permitirán que el grupo objetivo reconozca los contenidos de la Municipalidad de San José Pinula con mayor facilidad. La difícil recepción de los materiales fue identificada en las encuestas realizadas y se comprobó mediante las validaciones que la nueva imagen es funcional y representativa de la Municipalidad.



Objetivo específico de diseño

«Diseñar un nuevo logotipo y crear un manual de marca que rija tanto la línea gráfica digital como impresa, para unificar los parámetros visuales de las publicaciones y de la identidad visual de la municipalidad, dirigida a los habitantes del municipio de San José Pinula tanto en plataformas digitales como no digitales».

Logro:

El contar con un concepto creativo establecido que guíe las piezas a diseñar y las premisas de diseño facilita que los materiales desarrollados respondan no solamente a una producción estética sino de funcionalidad. Con la utilización de íconos representativos del municipio se trabaja un patrón con el cual se identifiquen los vecinos. Además, con el uso de colores institucionales y una nueva imagen se logra unificar los contenidos de la Municipalidad.

Impacto:

Elaborar un manual que establezca los lineamientos gráficos de un logotipo, que permita el desarrollo de una línea gráfica unificada, es una necesidad que, tanto las empresas, como los gobiernos implementan para una mejor gestión. Esto con el fin de que la divulgación de sus trabajos pueda ser identificada fácilmente. Se logra llegar a un resultado satisfactorio gracias a las validaciones y asesorías, que luego de consideradas y aplicadas son bien recibidas por el cliente y grupo objetivo.



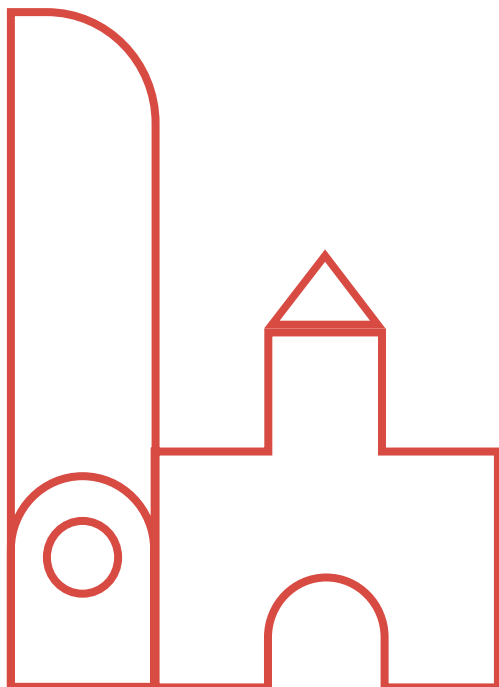
Recomendaciones

A la institución

Establecer permanentemente la retroalimentación con los asesores académicos, en vista de la importancia de su labor y por ser los encargados de la guía profesional del proceso. Además, dicha retroalimentación debe ser constante con el fin de resolver problemas a la mayor brevedad posible, para evitar atrasos en la producción de las piezas.

Mantener una comunicación fluida y constante con el jefe ayuda a realizar un proceso claro, evitar malos entendidos y posibilita la mejor calidad en el producto.

Implementar una línea y parámetros de diseño es imprescindible para que el contenido de la institución sea reconocido.



Recomendaciones

A los estudiantes de diseño gráfico

Utilizar herramientas que ayuden en el proceso de la investigación tales como: listas de cotejo, rúbricas, entrevistas, etc. Dichas herramientas contribuyen a mantener un orden y a obtener datos reales que son de ayuda al momento de plantear el grupo objetivo del proyecto.

En las primeras etapas de bocetaje es ideal jugar con colores, grosores y jerarquías en los logotipos, esto permite tener elementos diversos con los cuales diseñar y así lograr un resultado de mayor calidad gráfica que sea evaluado posteriormente.

El concepto creativo en un proyecto de *branding* debe ser una frase que además de guiar premisas y línea gráfica permite crear y desarrollar material adicional en el futuro. Lo anterior, considerando la elaboración de materiales adicionales tales como: mantas para fechas especiales, actividades calendarizadas en años próximos, etc.

En caso de no cumplir con las fechas de entrega para la recopilación de datos para las validaciones, el estudiante puede verse afectado, especialmente, en el retraso de las correcciones de las piezas de diseño y en las ponderaciones, por lo tanto, es de suma importancia usar herramientas que ayuden a organizarse como Google Calendar, serán de ayuda para evitar atrasos e inconvenientes.

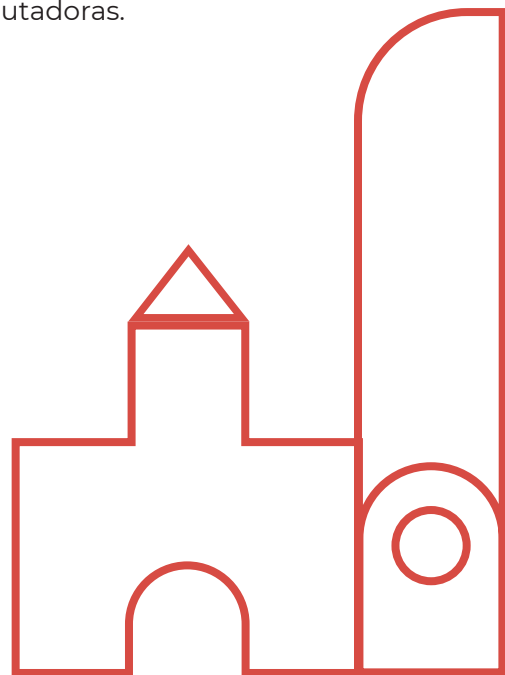


Recomendaciones

Al gremio de diseño gráfico

Conocer el uso adecuado del método de citas referenciales requerido cuando se realice un proyecto de diseño es importante, ayuda a evitar problemas de plagio y poder utilizar información importante en el contenido ampliándolo.

La organización del tiempo ayuda a optimizar el proceso de trabajo, evita pérdida de tiempo y atrasos en las fechas límites del proyecto. El uso de aplicaciones digitales como Clockify, que ayudan a medir los tiempos programados para las actividades se puede utilizar tanto, desde dispositivos móviles como en computadoras.





8. Glosario

Los conceptos presentados a continuación fueron tomados del *Diccionario de la lengua española, RAE*.

Boceto

Proyecto o apunte general previo a la ejecución de una obra artística.

Branding

Este término, muy utilizado en mercadotecnia, se refiere al proceso de “construir” una marca mediante un conjunto de estrategias y manteniendo la identificación inherente a esa marca para que sea reconocida por el público.

Creatividad

Es la creación, generar nuevas ideas o conceptos, de llegar a nuevas conclusiones, resolver cruces en el camino, en pos de un proyecto determinado.

Entradilla

Comienzo de una información periodística que resume lo más importante de ella.

Folleto

Obra impresa, no periódica, de reducido número de hojas. Gacetilla manuscrita que contenía regularmente las noticias del día.

Identidad

Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.

Identidad Corporativa

La identidad corporativa es la combinación del nombre de marca (naming o identidad verbal) y los códigos de conducta de la misma (o identidad visual).

Manual

Libro en que se compendia lo más sustancial de una materia.

Minimalismo

Corriente artística contemporánea que juega con elementos limitados.

Tipografía

Modo o estilo en que está impreso un texto.⁶⁶

⁶⁶ RAE, Diccionario de la lengua española. Acceso el 14 de mayo de 2021, <https://www.rae.es>





9. Referencias

- Alonso, Laura. «*Qué es una imagen vectorial: características y diferencias con los mapas de bits*». 30 de enero del 2018. Acceso el 13 de agosto de 2021, [https:// marketin-g4ecommerce.net/que-es-una-imagen-vectorial-y-como-reconocerla/](https://marketin-g4ecommerce.net/que-es-una-imagen-vectorial-y-como-reconocerla/)
- Capriotti Peri, Paul. «*Branding corporativo*». Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Chile: Colección Libros de la Empresa, 2019. Acceso el 12 de marzo del 2021. <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>
- Claro Guatemala. «*Tienda en línea*». Acceso el 18 de marzo de 2021. https://tiendaenlinea.claro.com.gt/?_ga=2.7204848.310490403.1616121337-258509371.1616121337&_gac=1.122815097.1616121337. CjwKCAjw9MuCBhBUEiwAbDZ-7tZLwv5ficySi7jN_ub5s76a9goZxzY8iDtgSQymp4kwwgKguJ20NBoCYwgQAvD_BwE
- Comunidad de Empresas de Comunicación de Guatemala. «*Estudio niveles socioeconómicos en Guatemala*». Acceso el 12 de marzo de 2021. <https://comunidadguatemala.com/quienes-somos/biblioteca/>
- Congreso de la República de Guatemala. «*Decreto Número 12-2002*». Código Municipal de Guatemala. 2012. Acceso 8 de febrero de 2021, <http://derechoyleyes.com/wp-content/uploads/2013/02/Co%CC%81digo-Municipal-Guatemala.pdf>
- Echeverri Cañas, Lina María. «*La imagen y la marca país: propuesta de un modelo estratégico de proyección país para Colombia*». Tesis doctoral, FUNIBER, 2014. Acceso el 30 de enero 2021, https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/3921/tesis_d206e2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, Claudia. «*Diseño de material gráfico editorial. para difundir la obra de Dulce María González en el área de artes visuales con el apoyo de la Asociación González Goyri para la Cultura, Ciudad de Guatemala, Guatemala*». Proyecto de grado licenciatura en Diseño Gráfico Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, USAC, 2017. Acceso el 30 de enero 2021, <http://www.repositorio.usac.edu.gt/10076/1/CLAUDIA%20NICT%C3%89%20GARC%C3%8DA%20C%C3%9AMES.pdf>
- Heller, Eva. «*Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*». Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- INE. «*Resultados del Censo de población 2018*». Acceso el 5 de marzo de 2021. <https://www.censopoblacion.gt/mapas>.
- Innovaforum.com. «*Técnicas de creatividad: Flor de Loto (Lotus Blossom), técnica de creatividad*». Acceso 12 de agosto de 2021, http://www.innovaforum.com/tecnica/lotus_e.htm
- Jurado Duarte, Gustavo. «*Depreciación financiera y depreciación contable fiscal*» (Clase Magistral, Universidad de San Carlos de Guatemala, marzo 2020). https://campusv.farusac.edu.gt/pluginfile.php/61728/mod_resource/content/2/Depreciacion%CC%81n%20Financiera%20y%20Depreciacion%CC%81n%20Contable%20Fiscal.pdf
- León Núñez, Lida. «*Evaluación de las necesidades de implementación de tecnologías de información y comunicación en municipalidades no consideradas como ciudades principales: caso Oropesa-Cusco. Yachay - Revista Científico Cultural*», 7(01), 362-366. 2019. Acceso el 30 de enero 2021, <https://doi.org/10.36881/yachay.v7i01.85>
- Montúfar, Edgar. «*La educación en Guatemala, algunos datos para describir su situación*». 5 de octubre 2011. Acceso el 27 de enero de 2021. <https://distintaslatitudes.net/archivo/la-educacion-en-guatemala-algunos-datos-para-describir-su-situacion>



- Municipalidad de San José Pinula. Dirección de Asistencia a la Administración Financiera Municipal (DAAFIM). «*Manual de Administración Financiera Integrada Municipal*». Acceso 8 de febrero de 2021.
- _____. «*Información Pública*». Acceso 30 de enero de 2021, <https://munisanjosepinula.gob.gt/info-publica/>
- _____. «*Misión, visión, valores de la municipalidad y objetivos municipales*». Acceso 30 de enero de 2021. <https://munisanjosepinula.gob.gt/wp-content/uploads/2016/04/Vision-Y-Mision.pdf>
- _____. Unidad de Acceso a la Información Pública, LECZ. «*Monografía del Municipio de San José Pinula*». Acceso 30 de enero de 2021. <https://munisanjosepinula.gob.gt/wp-content/uploads/2018/07/MONOGRAF%C3%8DA-DEL-MUNICIPIO-DE-SAN-JOSE-PINULA.-LAIP.pdf>
- Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. «*Minimalismo*». Actualización 2021. Acceso el 03 de noviembre 2021. <https://dle.rae.es/minimalismo>
- Romaniuk, Jenni; Svetlana Bogomolova y Francesca Dall'olmo Riley. «*Brand image and brand usage. Journal of Advertising Research*», 52(2), 243-251. 2012. Acceso el 30 de enero 2021, doi:10.2501/JAR-52-2-243
- Salas L. Edgar. «*El logotipo como inversión corporativa. Revista Caribeña de Ciencias Sociales*». Diciembre 2017. Acceso el 30 de enero 2021, <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/12/logotipo-inversion-corporativa.html>
- SurveyMonkey. «*SurveyMonkey Calculadora del tamaño de muestra*». Acceso el 5 de marzo de 2021. <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>
- Valiente Salazar, Heidy María. «*Campaña digital y estrategia de redes sociales para la divulgación de las acciones que realiza World Vision. Guatemala, para el bienestar integral de los niños, sus familias y comunidades. Ciudad de Guatemala*». Tesis de Licenciatura en Diseño Gráfico. Facultad de Arquitectura, USAC, 2021. <http://www.repositorio.usac.edu.gt/15185/1/HEIDY%20MARIA%20VALIENTE%20SALAZAR.pdf>
- Villareal, Beatriz y Olmedo España. «*Educación y sociedad en Guatemala*». Ensayos. Guatemala: Oscar de León Castillo, 2015. Acceso el 27 de enero del 2021, https://www.usac.edu.gt/g/Libro_EducySociedadG.pdf

Entrevistas

- Herrera, Jonny, entrevista por Ana Altán, 8 de marzo de 2021, entrevista para identificación de grupo objetivo y antecedentes, transcripción propia.
- Herrera, Jonny, entrevista por Ana Altán, 15 de octubre de 2021, entrevista para validación con el cliente, producción gráfica 3, transcripción propia.





10. Índice de figuras

Figura 1

Logotipo de la Municipalidad de San Jose Pinula, Material otorgado por la Dirección de Comunicación Social. (Pág. 12)

Figura 2

Organigrama de la Municipalidad de San José Pinula: Muni San José Pinula. (Pág. 14)

Figura 3

Logotipo de la Municipalidad de San Jose Pinula, Material otorgado por la Dirección de Comunicación Social. (Pág. 23)

Figura 4

Vista de la sección de inicio en el sitio web de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 23)

Figura 5

Vista de la sección de “Información Pública” del sitio web de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 23)

Figura 6

Publicación de esquila realizada en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 24)

Figura 7

Publicación de esquila realizada en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 24)

Figura 8

Publicación de jornada de planificación familiar realizada en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 24)

Figura 9

Publicación de jornada oftalmológica realizada en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 25)

Figura 10

Publicación de video realizada en la página de Facebook de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 25)

Figura 11

Carteles impresos con la descripción de misión y visión, ubicados en las oficinas de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 26)



Figura 12

Afiche impreso de las medidas de prevención ante Covid-19, unificado en las oficinas de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 26)

Figura 13

Resultados de cálculo de la muestra presentada, obtenida por medio del sitio web SurveyMonkey. (Pág. 27)

Figura 14

Mapa del departamento de Guatemala, donde se resalta la ubicación del Municipio de San José Pinula. (Pág. 28)

Figura 15

Gráfica de la pregunta “¿En qué rango de edad se encuentra?”, realizada en las encuestas a la muestra de Grupo Objetivo obtenida. (Pág. 29)

Figura 16

Gráfica de la pregunta “¿Posee un teléfono celular propio?”, realizada en las encuestas a la muestra de Grupo Objetivo obtenida. (Pág. 30)

Figura 17

Esquema para la diagramación del ejercicio de las 6W´s. (Pág. 52)

Figura 18

Muestra de paleta de colores seleccionados en premisas. (Pág. 58)

Figura 19

Tipografía principal del proyecto. (Pág. 59)

Figura 20 - 21

Imágenes de referencia de logotipos e ilustraciones minimalistas. (Pág. 60)

Figura 22 - 23

Imágenes de referencia de diagramación y cartel minimalista. (Pág. 61)

Figura 24

Mapa de usuario. (Pág. 67)

Figura 25-27

Bocetos iniciales de logotipo seleccionado, para nivel de producción gráfica 2. (Pág. 68)



Figura 28-30

Bocetos iniciales de elementos gráficos seleccionados, para nivel de producción gráfica 2. (Pág. 69)

Figura 31-33

Bocetos iniciales de tarjeta de presentación seleccionada, para nivel de producción gráfica 2. (Pág. 70)

Figura 34-36

Bocetos iniciales de hoja membretada seleccionada, para nivel de producción gráfica 2. (Pág. 71)

Figura 37

Boceto de logotipo final, nivel de producción gráfica 1. (Pág. 75)

Figura 38

Boceto de elemento gráfico final, nivel de producción gráfica 1. (Pág. 73)

Figura 39

Boceto de tarjeta de presentación final, nivel de producción gráfica 1. (Pág. 74)

Figura 40

Boceto de hoja membretada final, nivel de producción gráfica 1. (Pág. 74)

Figura 41

Proceso de digitalización de letra M, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 75)

Figura 42

Boceto logotipo seleccionado en nivel de producción gráfica 1 para comparar con el nivel de producción gráfica 2. (Pág. 76)

Figura 43

Digitalización letra M logotipo, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 76)

Figura 44

Logotipo actual para comparación, nivel de producción gráfica 2 (Pág. 77)

Figura 45

Digitalización logotipo, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 77)



Figura 46

Escudo municipal Muni San José Pinula, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 78)

Figura 47

Boceto figuras para elementos gráficos seleccionados, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 78)

Figura 48

Proceso de digitalización de elementos, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 78)

Figura 49

Boceto inicial de tarjeta de presentación seleccionada, nivel de producción gráfica 2. (Pág.79)

Figura 50-51

Anverso y reverso de tarjeta de presentación seleccionada, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 79)

Figura 52

Boceto inicial de hoja membretada seleccionada, nivel de producción gráfica 2. (Pág.79)

Figura 53

Hoja membretada digitalización, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 80)

Figura 54

Gráfica de resultados con validación profesional pregunta 1, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 84)

Figura 55

Gráfica de resultados con validación profesional pregunta 2, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 84)

Figura 56

Gráfica de resultados con validación profesional pregunta 3, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 84)

Figura 57

Gráfica de resultados con validación profesional pregunta 4, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 85)



Figura 58

Gráfica de resultados con validación profesional pregunta 5, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 85)

Figura 59

Gráfica de resultados con validación profesional pregunta 6, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 85)

Figura 60

Gráfica de resultados con validación profesional pregunta 7, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 85)

Figura 61

Señalización de cambios a realizar en el logotipo luego de la validación con profesionales, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 86)

Figura 62

Escudo municipal, dentro de cambios a realizar en el logotipo luego de la validación con profesionales, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 86)

Figura 63

Señalización de cambios a realizar en los elementos gráficos de apoyo luego de la validación con profesionales, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 87)

Figura 64 y 65

Señalización de cambios a realizar en el anverso y reverso de la tarjeta de presentación luego de la validación con profesionales, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 88)

Figura 66

Señalización de cambios a realizar en la hoja membretada luego de la validación con profesionales, nivel de producción gráfica 2. (Pág. 89)

Figura 67

Proceso de simplificación en la letra M del logotipo, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 90)

Figura 68

Muestra del primer logotipo digitalizado, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 90)

Figura 69

Propuesta mejorada de logotipo, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 90)



Figura 70

Proceso de digitalización de nueva propuesta para elementos gráficos de apoyo, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 91)

Figura 71

Patrón de elementos gráficos, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 92)

Figura 72

Propuesta mejorada de tarjeta de presentación, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 93)

Figura 73

Primera propuesta digitalizada de tarjeta de presentación, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 93)

Figura 74

Primera propuesta digitalizada de hoja membretada, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 94)

Figura 75

Primera propuesta mejorada de hoja membretada, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 94)

Figura 76

Fotografía de jefe inmediato en la realización de la entrevista para validación, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 97)

Figura 77

Gráfica de resultados con validación a grupo objetivo pregunta 1, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 101)

Figura 78

Gráfica de resultados con validación a grupo objetivo pregunta 2, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 101)

Figura 79

Gráfica de resultados con validación a grupo objetivo pregunta 3, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 101)

Figura 80

Gráfica de resultados con validación a grupo objetivo pregunta 4, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 102)



Figura 81

Gráfica de resultados con validación a grupo objetivo pregunta 5, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 102)

Figura 82

Gráfica de resultados con validación a grupo objetivo pregunta 6, nivel de producción gráfica 3. (Pág. 102)

Figura 83

Propuesta final de logotipo. (Pág. 103)

Figura 84

Propuesta final de elementos gráficos de apoyo para la línea gráfica. (Pág. 104)

Figura 85

Propuesta final de tarjeta de presentación. (Pág. 105)

Figura 86

Propuesta final de hoja membretada. (Pág. 106)

Figura 87 y 88

Vista preliminar de papelería institucional, *mockup* de folder y hoja membretada. (Pág. 107)

Figura 89 y 90

Vista preliminar de papelería institucional, *mockup* papelería. (Pág. 108)

Figura 91

Vista preliminar de papelería institucional, *mockup* de tarjeta de presentación. (Pág. 109)

Figura 92

Vista preliminar de papelería institucional, *mockup* de firma electrónica. (Pág. 110)

Figura 93

Vista preliminar de aplicaciones, *mockup* de sobre. (Pág. 110)

Figura 94 y 95

Vista preliminar de aplicaciones, *mockup* de gorras. (Pág. 111)

Figura 96 y 97

Vista preliminar de aplicaciones, *mockup* de mascarillas. (Pág. 112)



Figura 98 y 99

Vista preliminar de aplicaciones, *mockup* de camisa tipo polo y taza. (Pág. 113)

Figura 100 y 101

Vista preliminar de manual de marca: portada, contraportada, portadillas internas. (Pág. 117)

Figura 102 y 103

Vista preliminar de aplicaciones, *mockup* de manual de marca. (Pág. 115)

Figura 104 y 105

Vista preliminar de aplicaciones, *mockup* de manual de marca. (Pág. 116)

Figura 106 y 107

Vista preliminar de aplicaciones, *mockup* de manual de marca. (Pág. 117)

Figura 108

Gráfica de jerarquía de carpetas para la entrega de materiales en la puesta en práctica. (Pág. 119)

Figura 109

Esquema para la diagramación del “Diagrama de Ishicawa”. (Pág. 163)

Figura 110

Captura de pantalla en la aplicación de Clockify para la evidencia de total de horas trabajadas y registradas en el proceso de producción gráfica del proyecto de graduación. (Pág. 168)

Figura 111

Comprobante de pago de servicio de luz de tres meses, se consultó el 27 de octubre de 2021, elaboración propia. (Pág. 169)

Figura 112

Captura de pantalla en la aplicación de correos electrónicos intercambiados con el jefe inmediato de la sede. (Pág. 170)

Figura 113

Fotografía de la última reunión presencial con el jefe inmediato Jonny Herrera en las instalaciones de la Municipalidad de San José Pinula. (Pág. 171)

Figura 114

Captura de pantalla de la presentación ante sedes de proyectos desarrollados para EPS. (Pág. 172)





11. Índice de tablas

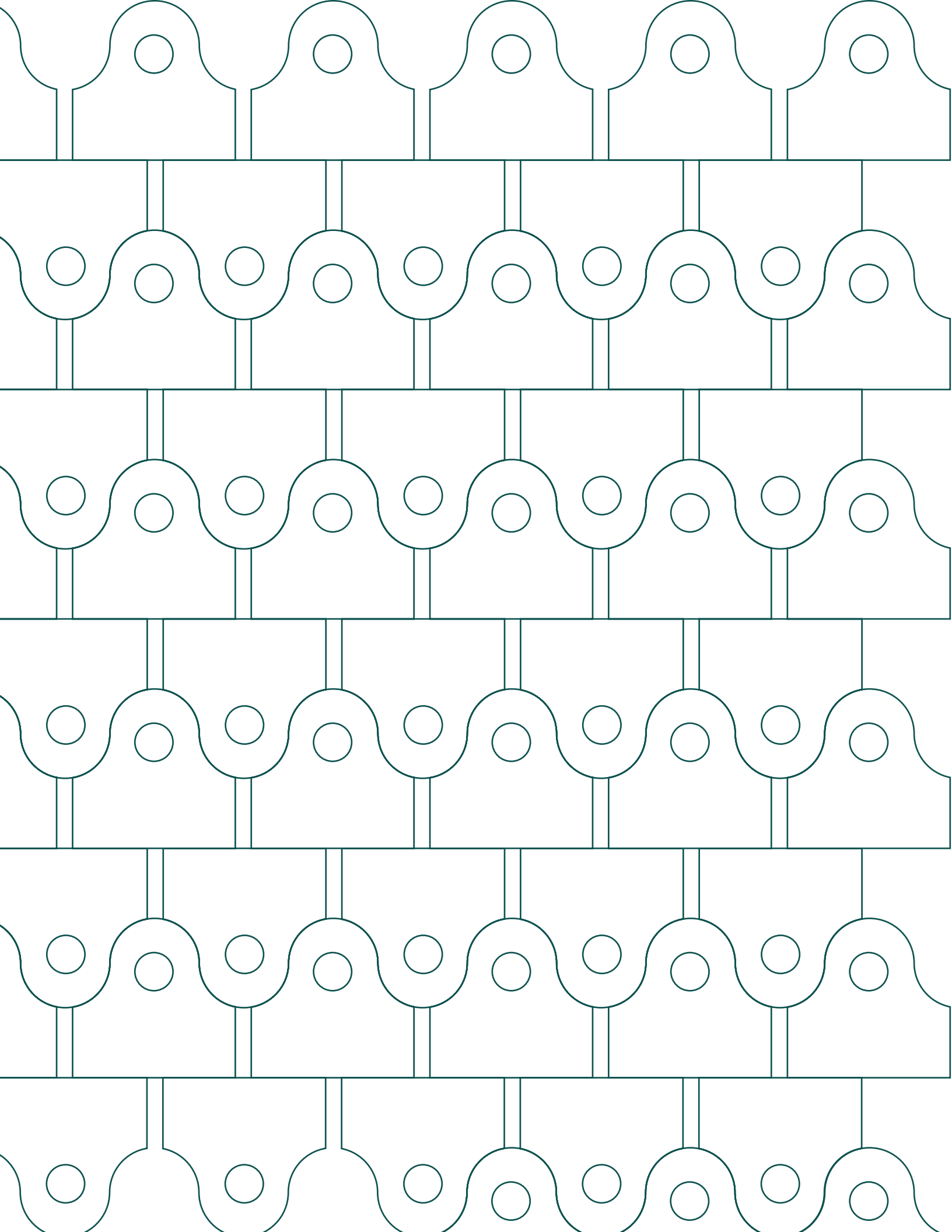


Tabla 1

Esquema para la diagramación del mapa de empatía basado en en Grupo Objetivo. (Pág. 32)

Tabla 2

Cuadro comparativo de ventajas y desventajas respecto al proyecto a desarrollar en la municipalidad y sus piezas.(Pág. 53)

Tabla 3

Muestra de instrumento a utilizar en la autoevaluación de piezas para el nivel de procesos gráfico 1.(Pág. 72)

Tabla 4

Instrumento de autoevaluación sección 1.(Pág. 73)

Tabla 5

Instrumento de autoevaluación sección 2.(Pág. 73)

Tabla 6

Instrumento de autoevaluación sección 3.(Pág. 74)

Tabla 7

Instrumento de autoevaluación sección 4.(Pág. 74)

Tabla 8

Desglose de insumos y costos. (Pág. 123)

Tabla 9

Análisis FODA de la institución seleccionada (Pág. 154)

Tabla 10

Descripción del plan de acción 1: Diagnóstico de necesidades de CV. (Pág. 155)

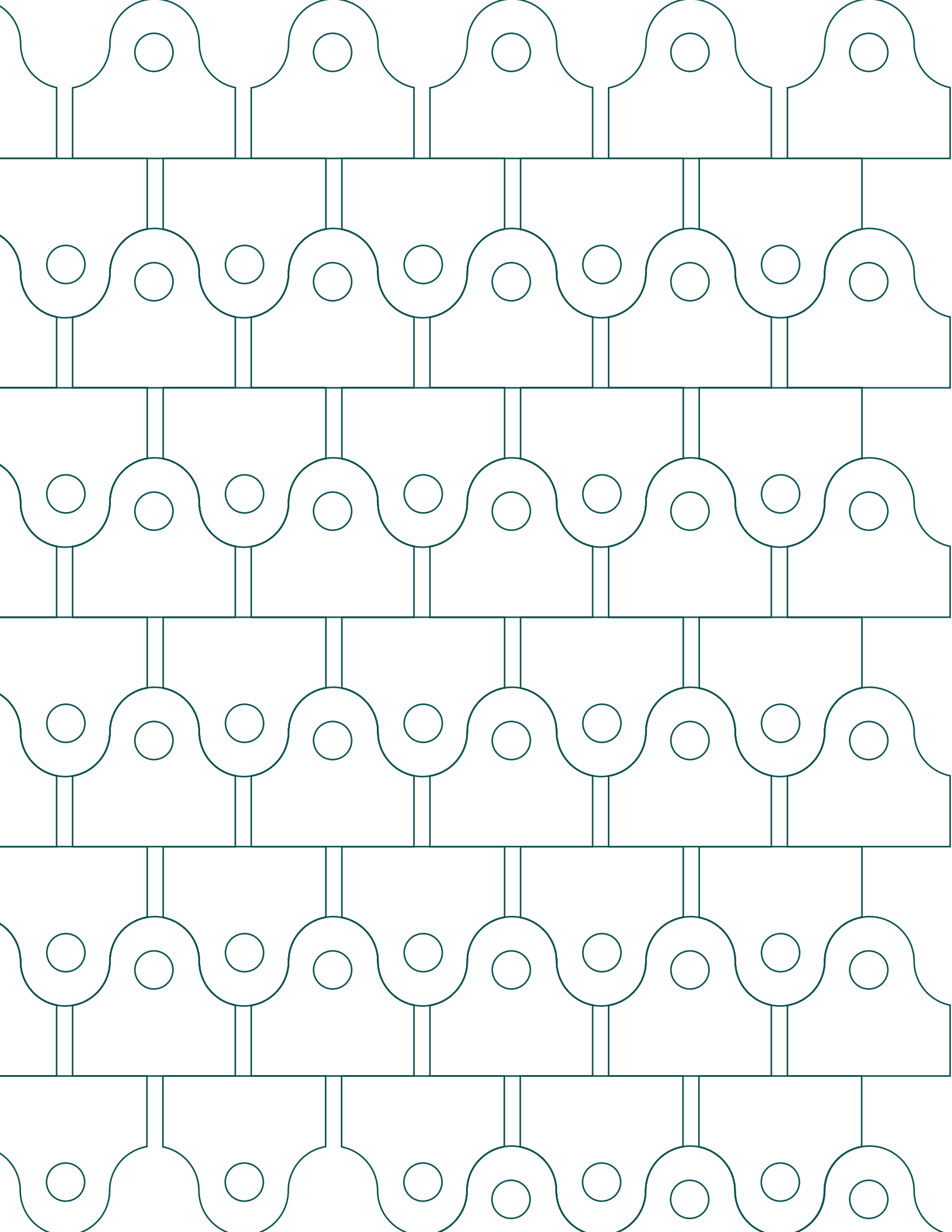
Tabla 11

Descripción del plan de acción 1: Recopilación de información para Perfil de Grupo Objetivo. (Pág. 156)

Tabla 12

Instrumento de lista de cotejo de sitio web consultado para la elaboración de la muestra del grupo objetivo.(Pág. 157)







12. Anexos

1. Análisis FODA

Tabla 9. FODA de la institución seleccionada.

Municipalidad de San José Pinula

Municipalidad	Aspectos Negativos	Aspectos Positivos
Origen Interno	Debilidades Malas relaciones públicas. Escándalos de malversación de fondos. No hay una unidad gráfica.	Fortalezas Entidad que pertenece al estado, por lo tanto, en el aspecto financiero dependen de él. Contacto directo.
Origen Externo	Amenazas Poco conocimiento de reuniones virtuales. No todo el personal cumple con las medidas de seguridad sanitaria. Agenda apretada del alcalde.	Oportunidades Imagen establecida. Apoyo financiero. Diversos programas de capacitación. Oportunidad de campañas digitales.

Elaboración propia.



2. Planes de acción

Tabla 10. Descripción del plan de acción 1 diagnóstico de necesidades de CV.

Aspectos a evaluar	Fuentes de información	Individuo	Instrumento	Lugar / Vía	Fecha
Información institucional	Fuente interna	-	Lista de cotejo	Sitio Web	2/2/2021
Identidad gráfica y antecedentes de diseño	Fuente interna	-	Lista de cotejo	Sitio Web y redes sociales	2/2/2021
Información de diseño	Fuente interna	Jonny Herrera	Entrevista	Municipalidad de San José Pinula	8/2/2021
Información de proyectos y departamentos dentro de la municipalidad	Fuente interna	Jonny Herrera	Entrevista	Municipalidad de San José Pinula	8/2/2021
Condiciones del establecimiento y señalética colocada	Fuente interna	-	Observación	Municipalidad de San José Pinula	8/2/2021

Elaboración propia.



Tabla 11. Descripción del plan de acción2 recopilación de información para el perfil del Grupo Objetivo.

Aspectos a evaluar	Fuentes de información	Individuo	Instrumento	Lugar / Vía	Fecha
Definir Fuentes	-	Ana Altán	-	-	27/02/2021
Realización Instrumentos	-	Ana Altán	-	Google Docs Google Forms	27/02/2021 *no se realizó en la fecha indicada
Características demográficas	Fuente Externa	INE	Observación	Sitio Web	05/03/2021
Definir Muestra	Fuente Externa	Surveymonkey	Lista de Cotejo	Sitio Web	08/03/2021
Características sociodemográficas, socioeconómicas, psicográficas.	Fuente Externa	G.O	Encuesta	Google Forms	08/03/2021
Características sociodemográficas, socioeconómicas, psicográficas, relación entre el G.O y la institución.	Fuente interna	Jonny Herrera	Entrevista	Visita a la Municipalidad	08/03/2021

Elaboración propia.



3. Instrumentos de valoración

Tabla 12. Lista de cotejo de sitio web consultado para la elaboración de la muestra del grupo objetivo.

Aspectos observables	Sí	No
Hay espacio para colocar la población total.		
Se observa la muestra luego de colocar valores.		
Hay una descripción de la fórmula que se utilizó para obtener la muestra.		
Es una fuente confiable.		

Elaboración propia.



Entrevista a jefe de Unidad - Jonny Herrera

1. ¿Hace cuánto tiempo son un departamento independiente dentro de la municipalidad?
2. ¿Cuándo fue la última vez que se realizaron cambios en el logotipo de la municipalidad?
3. ¿Sabe cuánta población hay actualmente en el municipio?
4. ¿Cuántas páginas tienen bajo la marca?
5. ¿Hace cuánto se creó la página de Facebook?
6. ¿Cuántos seguidores tiene dicha página? (refiriéndose a la anterior pregunta).
7. ¿Cuál es el tráfico de personas promedio por día?
8. ¿Planifican mensualmente o programan mensualmente las publicaciones de las redes sociales?
9. ¿Cuántas publicaciones realizan a la semana?, ¿Son diarias?
10. ¿Generalmente cuantas reacciones o interacciones obtienen por publicación realizada?
11. ¿Considera que las interacciones o comentarios en las publicaciones en su mayoría son positivas o negativas?
12. ¿Cuál es el tema recurrente de la que el G.O. hace comentarios?
13. ¿Cuántos mensajes reciben por día en la página?



Encuesta al G.O

1. ¿Cuál es su sexo?
2. ¿En qué rango de edad se encuentra?
 - a) 18 – 20
 - b) 21 – 25
 - c) 26 – 30
 - d) 31 – 35
 - e) 36 – 40
 - f) 40 en adelante
3. ¿Cuál es su nivel académico?
4. ¿Trabaja, estudia o las dos cosas?
5. ¿Recibe alguna beca para apoyar sus estudios?
6. ¿Vive en casa propia o alquilada?
7. ¿Posee un vehículo propio?
8. ¿Tiene servicio de internet en su casa?
9. ¿Tiene servicio de telefonía en lineal en su casa?
10. ¿Posee un teléfono celular propio?
11. ¿Contrata algún plan telefónico para su celular?
12. ¿Es propietario de una cuenta de televisión o música pagada?
 - a) Netflix
 - b) Disney Plus
 - c) HBO G.O
 - d) Prime Video
 - e) Spotify
 - f) Itunes
 - g) Otro: ____



Encuesta al G.O

1. ¿Cómo le gusta pasar su tiempo libre?
2. ¿Posee un perfil en alguna red social como WhatAapp, Facebook, Instagram, etc?
3. ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet?
4. ¿Cómo residente del municipio de San José Pinula, con qué frecuencia visita lugares del pueblo, como tiendas de comida, tiendas de ropa, supermercados, mercado, etc?
5. ¿Considera que el municipio está en buen estado?
6. ¿Considera que la municipalidad pone de su parte para resolver problemas dentro del municipio?
7. ¿Sabía que la municipalidad cuenta con un sitio web?
8. ¿Sabía que la municipalidad cuenta con una página de Facebook?
9. ¿Sabía que la municipalidad cuenta con canal de YouTube?



4. Gráficos de perfil del grupo objetivo

Gráficas de resultados en encuesta de muestra.

Se adjunta un código QR que dirige al documento de las gráficas resultantes de las respuestas a la encuesta realizada por la muestra del grupo objetivo.



Para ingresar a los resultados escanee el código QR.

-Aproxime la cámara de su teléfono celular al código; una vez su cámara identifique el código, presionar la ventana emergente que la redirige al sitio deseado.

-Si no puede ingresar por medio del código, ingrese en el siguiente link: <https://drive.google.com/file/d/1P1rDKoTnIP09QAvi7TYkdicY22Aufjh-/view?usp=drivesdk>



5. Definición del problema

Identificación del problema de comunicación visual (Ejercicio de preguntas)

¿Dónde ocurre?

Dirección de Comunicación Social, imagen gráfica en redes sociales.

¿Cómo se presenta?

Muchos elementos gráficos en las publicaciones, confusión en los mensajes o comentarios de las publicaciones de las redes.

¿Cuáles son las causas?

Poco trabajo gráfico, no tiene una línea gráfica definida la cual seguir.

¿Cuáles son las consecuencias?

Confusión en el público, no identificar información importante, la visualización de una municipalidad, no ser divulgadas adecuadamente. Percepción negativa de la municipalidad, al no distribuir de manera eficiente información a la población.

¿A qué o quiénes afecta directamente?

A la municipalidad.

¿Cuántos están afectados y en qué magnitud?

Comunidad de redes sociales, habitantes del municipio, ya que podría representar una mala administración o servicio.

¿Desde cuándo y con qué frecuencia?

Desde 2012 se tiene registro del logo actual, pero la línea gráfica que aplican a las publicaciones varía cada cierto tiempo y eso no brinda una unidad visual a todo.⁶⁷

⁶⁷ Jonny Herrera (Jefe de Dirección), entrevista por Ana Altán, 8 de marzo de 2021, entrevista para identificación de grupo objetivo y antecedentes, transcripción propia.



Diagrama de Ishikawa



Figura 109: Esquema para la diagramación del diagrama de Ishikawa. Elaboración propia.

Problema

La dirección de Comunicación Social cuenta con equipo para desarrollar un mejor material gráfico, pero no cuenta con una persona encargada de dirigir estas gestiones. Así como tampoco cuentan con una marca sólida o con una línea gráfica establecida que unifique todos los contenidos, lo que da por consecuencia que los suscriptores a sus redes sociales o las personas que visitan su sitio web no puedan encontrar o identificar la información de manera rápida.



6. Validaciones

Encuesta a profesionales del diseño

Producción gráfica 2



Para ingresar escanee el código QR.

-Aproxime la cámara de su teléfono celular al código; una vez su cámara identifique el código, presionar la ventana emergente que la redirige al sitio deseado.

-Si no puede ingresar por medio del código, ingrese en el siguiente link: <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdXAfrphTuj7pspfuRU1Q8Z3kbayObY3Xv6d9J8jqATDV4x9A/viewform>



Master Feedback

Producción gráfica 2



Para ingresar escanee el código QR.

-Aproxime la cámara de su teléfono celular al código; una vez su cámara identifique el código, presionar la ventana emergente que la redirige al sitio deseado.

-Si no puede ingresar por medio del código, ingrese en el siguiente link: <https://drive.google.com/file/d/1wCuxW8CBb2G6UTbemCC2rnBaSVe60Tk2/view?usp=drivesdk>



Encuesta a grupo objetivo

Producción gráfica 3



Para ingresar a la encuesta escanee el código QR.

-Aproxime la cámara de su teléfono celular al código; una vez su cámara identifique el código, presionar la ventana emergente que la redirige al sitio deseado.

-Si no puede ingresar por medio del código, ingrese en el siguiente link: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfERP_fsCJlpOunaG_zj498V8-2kRsWBubGgQbqSCqs8DvpmQ/viewform



Entrevista a cliente / Producción gráfica 3

Entrevista a:

1. ¿Considera que el rediseño del logotipo identifica a la municipalidad de manera...?
 - Excelente
 - Buena
 - Deficiente

2. ¿Considera que la figura de la torre municipal es identificable en la letra M del logotipo?
 - Si
 - No

3. ¿Considera que la línea gráfica podrá captar la atención de los vecinos de manera positiva y será memorable?
 - Excelente
 - Buena
 - Deficiente / Poco memorable

4. ¿Considera que el normalizar los elementos gráficos y tener un manual de uso es de ayuda?
 - Excelente
 - Bueno
 - Deficiente / No se necesita

5. ¿Considera que los colores elegidos identifican a la municipalidad de manera...?
 - Excelente
 - Buena
 - Deficiente

6. Las páginas internas del manual tienen una estructura...
 - Ordenada
 - Desordenada
 - Confusa

7. ¿Considera que las aplicaciones en la papelería nueva de la municipalidad tienen relación con el logotipo y la línea gráfica?
 - Excelente
 - Buena
 - Deficiente / Poco memorable



7. Evidencia de horas y costos.

Total de horas reales de producción gráfica

-El total de horas para la producción gráfica del proyecto de graduación consta de 215 horas, las cuales abarcaron de agosto a octubre del 2021.

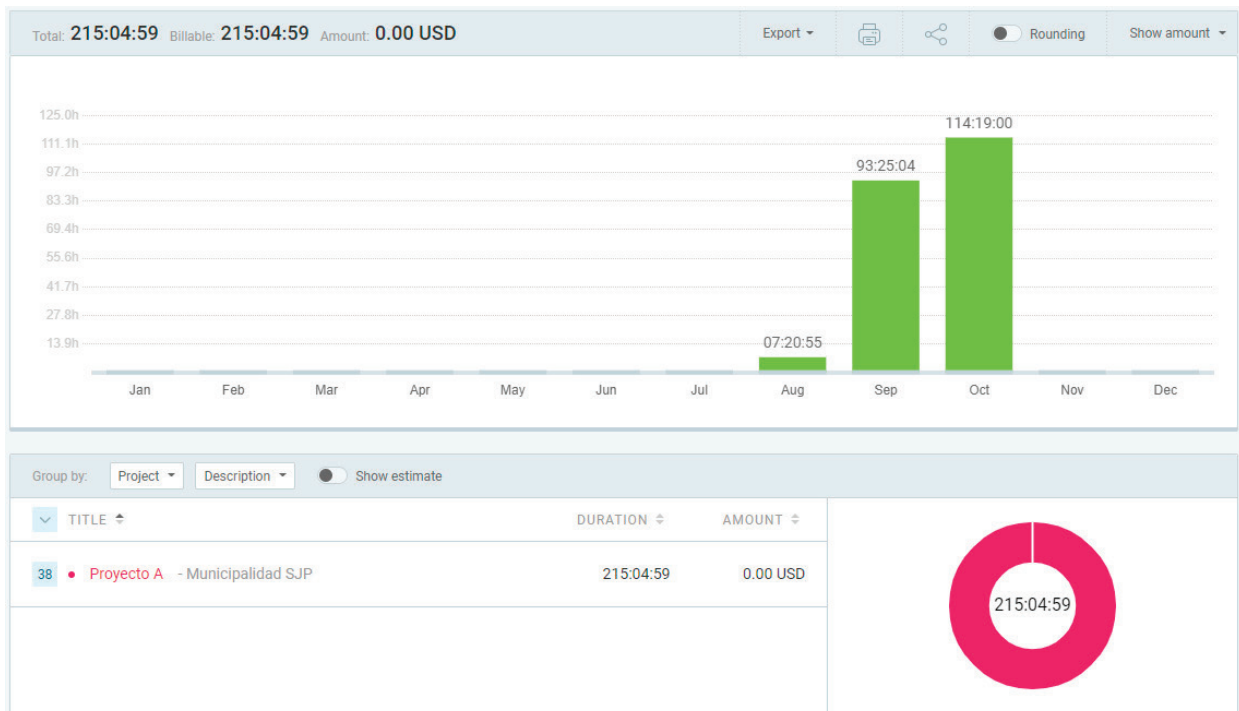


Figura 110: total de horas trabajadas registradas en la aplicación de Clockify, se consultó el 22 de octubre de 2021, <https://clockify.me/shared/6173920ed06bd038a32fid40>



Evidencia de costos

Comprobante de pago de energía eléctrica

EEGSA
Grupo-eprr

EMPRESA ELÉCTRICA DE GUATEMALA, S.A.
6a. Avenida 8-14 Zona 1 Ciudad de Guatemala
NIT: 32644-5 . www.eegsa.com | f t i c

Factura Electrónica en Línea (FEL)
Documento en Contingencia
Emisión en contingencia, verifique su validez en el sitio www.sat.gob.gt/fel
Número de acceso para obtener la factura certificada: 340132101
Certificador: INF-ILE, S.A NIT: 12521337
Sujeto a pagos trimestrales ISR. Agente de Retención del IVA (NO retener ISR e IVA)

Ref. BANCOS **CORRELATIVO** **CONTADOR**
No. 211487385 **654660** **K03532**

Baja Tensión Simple Social: BTSS / Ago - Oct 21

SILVIA LETICIA ALTAN PAZ
2 C. 7-23 JOSEPINULA04 SAN JOSE PINULA ZONA 4
SAN JOSE PINULA
NIT: CF

TOTAL A PAGAR
Q297.01 Fecha de emisión: 19/08/21

Si cancela después del 18/09/21 tendrá un recargo de mora de Q. 2.62

DETALLE DE CARGOS	PRECIOS Q	CONSUMOS	TOTAL Q
Cargo fijo (Sin IVA)	10.463643		10.46
Energía (Sin IVA)	1.232748	189 kWh	232.99
Total cargo (Sin IVA)			243.45
Total cargo (Con IVA)			272.66
Tasa Municipal A.P. (cobro cta. de terceros)(Sin IVA)	10.0%		24.35
Total de esta factura			297.01

Lecturas kWh:		Historial de consumo kWh			
19/Ago/21	20/Jul/21	Actual	Jul	Jun	May
18,796	18,607	189	200	186	217

Le hemos servido durante **30 días**

IVA Q	Mes anterior	Mes actual	Total
	0.00	29.21	29.21

TELESERVICIO 2277-7000

SERVICIO 24 HORAS LOS 365 DIAS DEL AÑO
Folio 714-11562-000

Figura 111: Comprobante de pago de servicio de luz de tres meses, se consultó el 27 de octubre de 2021, elaboración propia.

8. Evidencia de comunicación con sede.

Correos con jefe inmediato.














 Muni San José Pinula ▾		 munisjp@gmail.com ▾	
<input type="checkbox"/>	☆ Carolina Aguilar	Recibidos Invitation: Presentación Final EPS 2021 @ Tue Nov 9, 2021 10:30am - 11:30a...	7 nov
<input type="checkbox"/>	☆ yo	Invitación presentación EPS - Buenos días Jonny, Adjunto a este correo la invitación par...  Invitación_EPS2...	5 nov
<input type="checkbox"/>	☆ yo	Actas y carta - Buenos días Jonny, Adjunto el link de actas para firmar el acta de final d...  Machote carta ...  201701362 - Ac...	5 nov
<input type="checkbox"/>	☆ Anggely María Sucet.	Recibidos Devolución IM03 - Ejecución Fase 2 - Buen día, Adjunto el documento del IM...  201701362-Ana...	4 nov
<input type="checkbox"/>	☆ yo	MAPA Nivel 2 - Buenos días Jonny, Adjunto el editable del Mapa del nivel 2, cualquier ca...  Mapa Nivel 2.ai	8 oct
<input type="checkbox"/>	☆ yo	Mictlan - Le envío las dos imágenes que encontré de mictlan.  MARCADOR JU...  vs Mictlan.png	6 oct
<input type="checkbox"/>	☆ yo	Actualizaciones varias EPS - Buenos días Jonny, ***Como había estado haciendo le pre...  image.png  Producción gráf...	1 oct
<input type="checkbox"/>	☆ Ana Cecilia del Ros.	Elemento compartido contigo: "201701362-AnaAltan-Asesoria2.pdf" - He compartido u...  201701362-Ana...	20 ago
<input type="checkbox"/>	☆ Muni San José Pinul.	Recibidos Solicitud de compartir "201701362-AnaAltan-Asesoria2.pdf" - munisjp@gmai...  201701362-Ana...	20 ago

Figura 112: Toma de captura de pantalla de conversaciones por medio de correo electrónico con el jefe inmediato, a través del correo de la dirección de Comunicación Social, elaboración propia.



Reuniones semanales con jefe inmediato.

Las reuniones semanales se llevaron a cabo de manera presencial, esto con previa autorización de la asesora gráfica y tomando todas las medidas de seguridad. En dichas reuniones se presentaban las actualizaciones semanales, avances gráficos de los distintos proyectos para EPS y Proyecto de Graduación 2.



Figura 113: fotografía de la última reunión presencial con el jefe inmediato Jonny Herrera en las instalaciones de la Municipalidad de San José Pinula, toma de fotografía el 8 de noviembre de 2021, elaboración propia.



Presentación ante sedes.

Presentación ante sedes de los proyectos desarrollados en EPS, dentro de los cuales el proyecto A es equivalente al proyecto de graduación presentado en este trabajo.

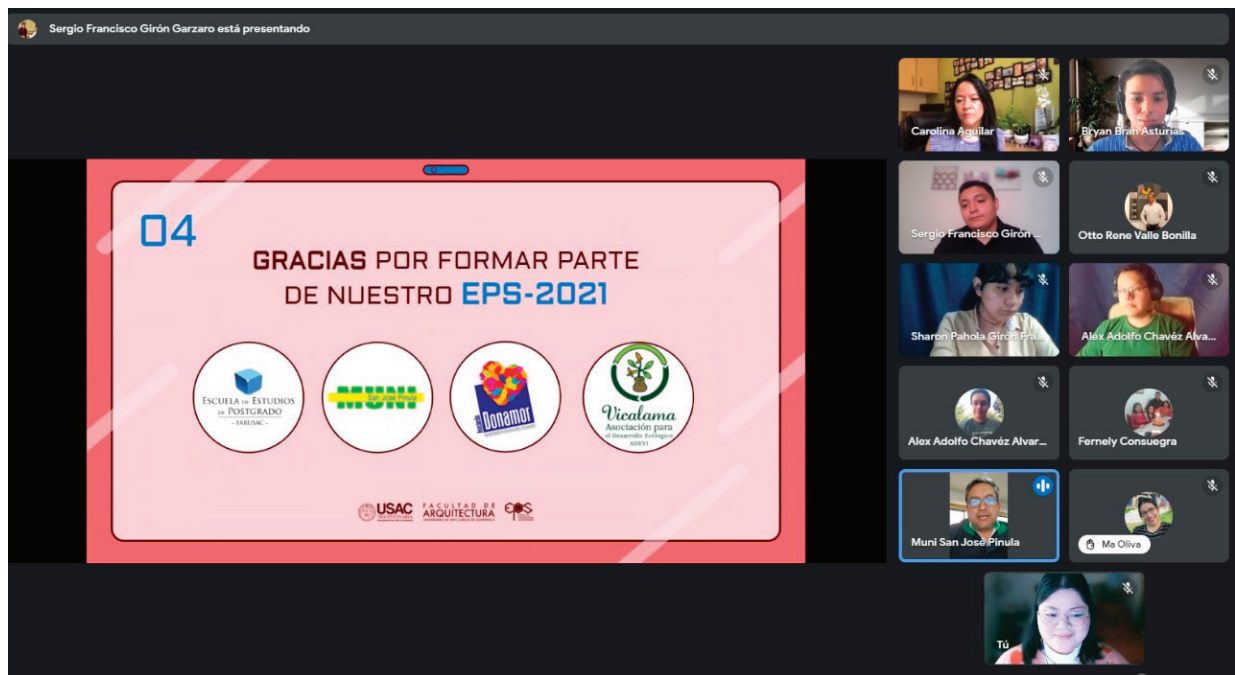
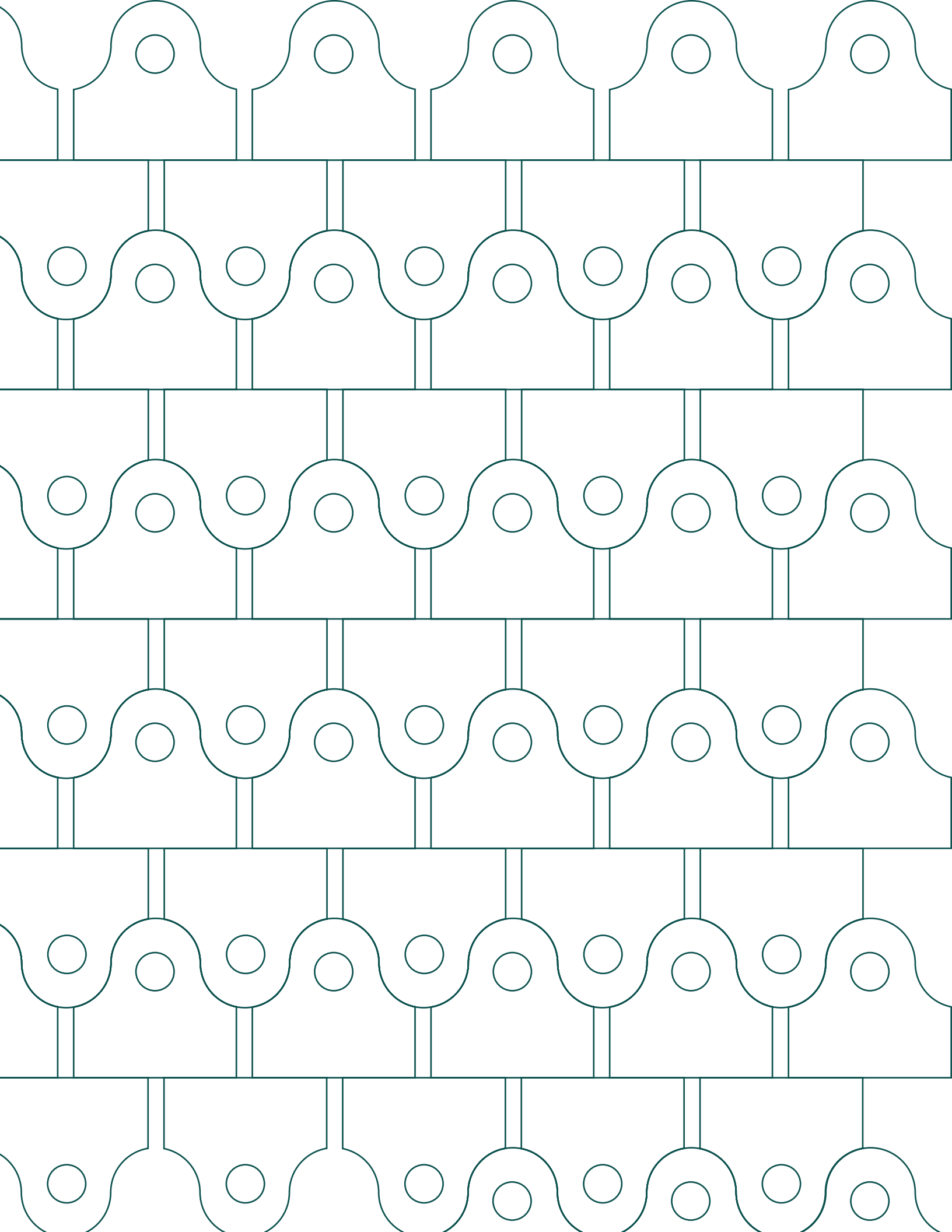


Figura 114: Toma de captura de pantalla de presentación virtual de proyectos y materiales, con representante de la Unidad de Comunicación Social, elaboración propia.





**Muchas gracias por
llegar hasta aquí.**





EDICIONES TM

Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada No. 22970

Guatemala, 23 de noviembre del 2022

Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal I - Decano en Funciones
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado señor Decano:

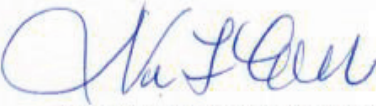
Atentamente, hago de su conocimiento que llevé a cabo la revisión de estilo y lingüística del proyecto de graduación de la estudiante, **Ana Cecilia del Rosario Altán Barrios**, carnet **201701362**, de la Escuela de Diseño Gráfico, Facultad de Arquitectura, titulado:

*Desarrollo de identidad visual y corporativa
para la Municipalidad del Municipio de San José Pinula.*

Proyecto de grado, previo a conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

Luego de las adecuaciones y correcciones pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad técnica y científica requerida.

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


Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
nortolmo2@gmail.com
WhatsApp 35498645 y Cel. 59469408

*Norma Leticia Toledo Morales
Licenciada en Letras
Colegiada 22970*

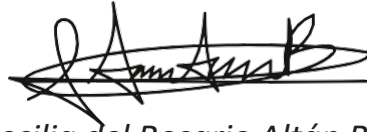
Revisión de estilo

Redacción

Ortografía

**“Desarrollo de identidad corporativa y visual para la Municipalidad del Municipio
de San José Pinula”**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Ana Cecilia del Rosario Altán Barrios


Asesorado por:



Licda. Cindy Gabriela Ruano Palencia



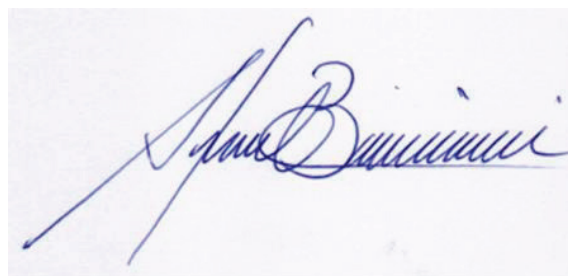
M.A Ana Carolina Aguilar
Castro de Flores



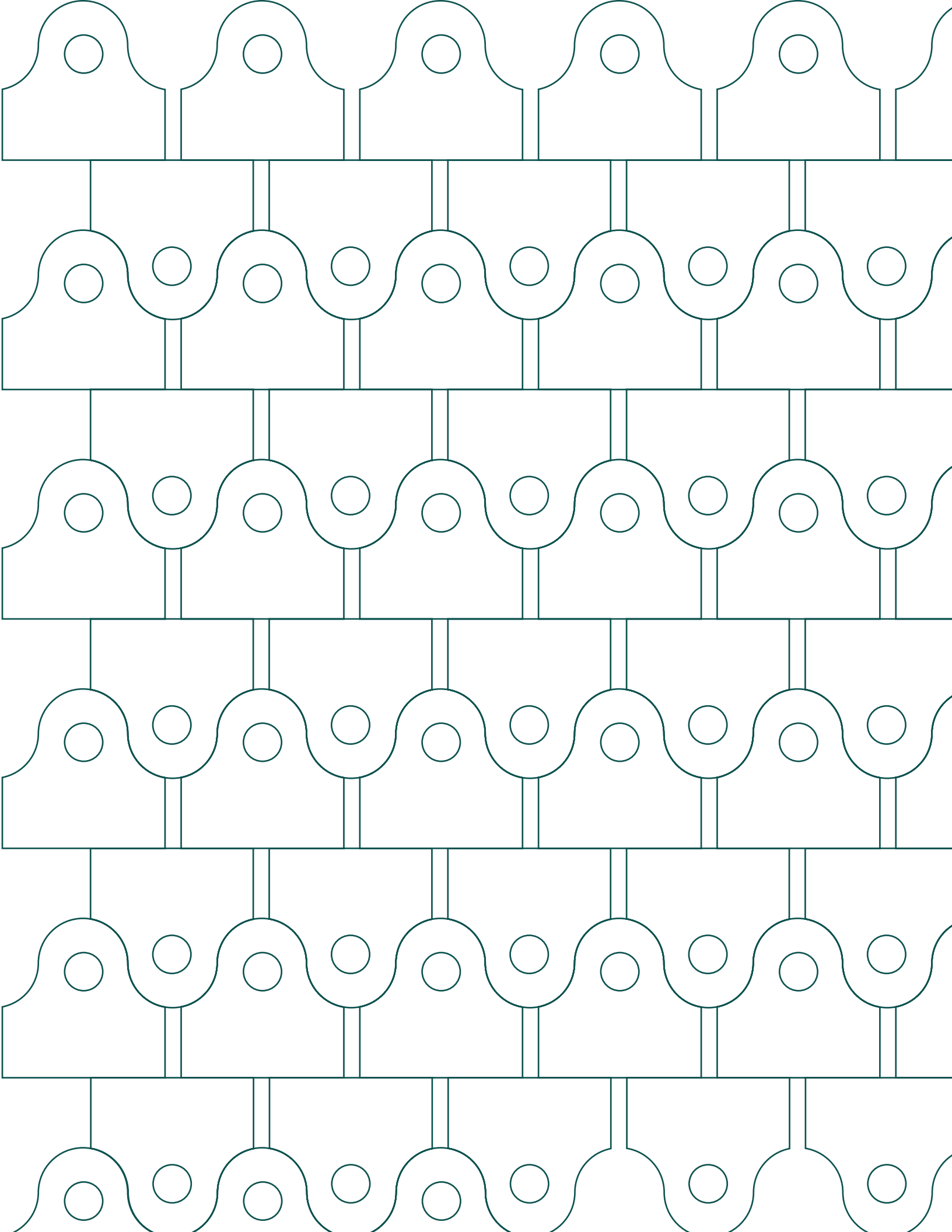
Licda. Anggely María
Suceth Enríquez Cabrera

Imprímase:

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano en Funciones





FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Ana Cecilia del Rosario Altán Barrios