



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

IMAGEN INSTITUCIONAL

Para modernizar y facilitar
el proceso de comunicación
de la Municipalidad de
San Vicente Pacaya,
Escuintla.

Daniel Alejandro Sandoval Cano





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

**IMAGEN INSTITUCIONAL
PARA MODERNIZAR Y
FACILITAR EL PROCESO DE
COMUNICACIÓN
DE LA MUNICIPALIDAD DE
SAN VICENTE PACAYA
ESCUINTLA.**

Proyecto desarrollado por:
Daniel Alejandro Sandoval Cano
para optar al título de Licenciado en Diseño Gráfico.

Guatemala, agosto 2018

El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, originalidad y contenido del Proyecto de Graduación, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

AUTORIDADES

Junta Directiva de la Facultad de Arquitectura

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón	Decano
Arq. Gloria Ruth Lara de Corea	Vocal I
Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini	Vocal II
Msc. Arq. Alice Michele Gómez García	Vocal III
Br. Kevin Christian Carrillo Segura	Vocal IV
Br. Ixchel Maldonado Enríquez	Vocal V
Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos	Secretario Académico

Tribunal examinador

Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón	Decano
Lic. Carlos Enrique Franco Roldán	Asesor metodológico
Licda. María Berthila Gutiérrez de Melgar	Asesora Gráfica
Msc. Alberto José Paguaga González	Tercer Asesor
Msc. Arq. Publio Alcides Rodríguez Lobos	Secretario Académico

AGRADECIMIENTOS

Primero a Dios por permitirme llegar a cumplir este sueño anhelado.

A mi madre Lesbia Cano por darme la vida y guiarme por el camino del bien y siempre brindarme tu amor incondicional, gracias madrecita por toda tu bondad y amor te amo; a mi abuela Emma Castro por estar siempre ahí cuando mas necesité por ser tan especial y darme fuerzas para seguir adelante todos los días con tus consejos.

A mi esposa Vivian Palencia por darme tu amor y apoyo, por motivarme alcanzar siempre mis sueños y ser perseverante cada día.

A mis hijos Ximena, Estefany, Jose Javier y Joshua por ser la luz en mi camino.

A mis hermanos por ser su apoyo incondicional y su compañía.

A mi amigo incondicional Daniel Lux Sandoval por estar siempre conmigo, por sus consejos y brindarme su apoyo incondicional a lo largo de la carrera.

A la Universidad de San Carlos por permitirme formarme académicamente y por el honor de ser egresado de esta Alma máter que amo con todo mi corazón.

A la Municipalidad de San Vicente Pacaya por haberme abierto las puertas de su institución para poder contribuir con un granito de arena en el desarrollo del municipio.

Índice de **CONTENIDO**

Presentación..... 08

01 INTRODUCCIÓN

Antecedentes..... 13

Definición y delimitación del problema de
comunicación visual..... 14

Justificación del proyecto..... 14

 Trascendencia del proyecto..... 15

 Incidencia del diseño gráfico..... 15

 Factibilidad del proyecto..... 15

Objetivos..... 16

 General..... 16

 Específico..... 16

02 PERFILES

Perfil de la institución..... 18

Perfil del grupo objetivo..... 22

03 PLANEACIÓN OPERATIVA

Diseño de ruta crítica o flujograma..... 24

Cronograma de trabajo..... 25

Previsión de recursos y costos..... 26

04 MARCO TEÓRICO

Comunicación y desarrollo..... 28

Imagen institucional..... 33

05 DEFINICIÓN CREATIVA

Elaboración del brief creativo	42
Descripción de la estrategia de las piezas de diseño.....	44
Recopilación de referentes visuales.....	45
Definición de concepto creativo y premisas de diseño.....	47

06 PRODUCCIÓN GRÁFICA

Nivel 1 de visualización.....	60
Nivel 2 de visualización.....	65
Nivel 3 de visualización.....	71
Fundamentación de la propuesta final.....	92
Lineamientos para puesta en práctica.....	96
Presupuesto.....	97

07 SÍNTESIS DEL PROCESO

Lecciones aprendidas.....	100
Conclusiones.....	104
Recomendaciones.....	105
Referencias.....	108
Anexos.....	118

PRESENTACIÓN

La municipalidad de San Vicente Pacaya es una institución autónoma, con autoridades electas de manera democrática y popular de acuerdo al sistema nacional de elecciones implementado en el país. Ha sido creada para administrar los recursos del municipio, planificar y ejecutar acciones que puedan favorecer el acceso de los servicios básicos a todos los habitantes, así como procurar el desarrollo local.

La naturaleza del municipio es la unidad básica de la organización territorial del Estado y espacio inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos. Se caracteriza por las relaciones permanentes de vecindad, multiétnicidad, pluriculturalidad y multilingüismo; organizado para realizar el bien común a todos los habitantes de su distrito (Artículo 2, Código Municipal).

Así mismo, por la autonomía que la Constitución Política de la República garantiza al municipio, ya que éste puede elegir a sus autoridades, ejercer por medio de ellas, el gobierno y la administración de sus intereses, obtiene y dispone de sus recursos patrimoniales, atiende los servicios públicos locales, el ordenamiento territorial de su jurisdicción su fortalecimiento económico y la emisión de sus ordenanzas y reglamentos. Para el cumplimiento de los fines que le son inherentes coordinará sus políticas con las políticas generales del Estado y en su caso, con la política especial del ramo al que corresponda.

Las áreas de proyección social en que la institución apoya es en infraestructura, servicios, área de desarrollo social, como un centro de salud, educación a nivel primario, básico y diversificado, turismo, ambiente y apoyo al deporte.

Área de desarrollo local es por medio de la oficina de la mujer, apoyando con jornadas médicas, programas productivos como talleres de costura, manualidades, repostería, cocina, mientras que el programa de adulto mayor se enfoca en asesoría de trámites para el proceso de refacciones y pensiones económicas.



PASCOA JUVENIL
2017
SAN VICENTE
MACAU



CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

13 **Antecedentes**

14 **Definición del problema
de comunicación visual**

15 **Justificación**

16 **Objetivos**

La municipalidad dentro de un municipio, juega un papel muy importante para la población del mismo, por lo que sus operaciones deben ser eficientes para atender las demandas de los habitantes y debe procurar incrementar la capacidad de gestión, tanto operativa como técnica, para un mayor desarrollo y crecimiento del distrito municipal que le corresponda.

En el presente trabajo se pretende recopilar todo el proceso de creación e implementación de un manual de identidad institucional, para utilizar en el área de relaciones públicas de la Municipalidad de San Vicente Pacaya, en el departamento de Escuintla, realizado durante los meses de enero a julio del año 2017.

El planteamiento está basado en fortalecer las acciones municipales en cuando a la divulgación de todo lo que se gestiona y realiza en la misma, para aumentar la comunicación efectiva entre autoridades y población en general. Se pretende dotar a la institución de herramientas y estrategias para desarrollar material visual gráfico que lleve un mensaje e impacto adecuados, con información que llegue de manera directa y eficaz a todos los habitantes.

Como primera etapa se investigaron las posibilidades y necesidades de utilizar diseños gráficos en la institución municipal, se realizaron visitas para tener un acercamiento y contacto directo, tanto con el personal del área de relaciones públicas, como las autoridades de la municipalidad. Las estrategias a implementar incluyen el diseño de piezas gráficas, tales como logos, afiches, volantes, vallas publicitarias, banners, etc. Para poder conocer al grupo objetivo se llevaron a cabo investigaciones previas, así como observaciones directas y entrevistas para identificarlo de manera adecuada.

ANTECEDENTES

Toda empresa o institución, debe alcanzar metas y objetivos concretos en el desarrollo de las actividades que se realizan; en donde la comunicación visual es una herramienta que puede coadyuvar a una mejor comunicación con el público objetivo al cual se enfocan las mismas. Por lo tanto, es de suma importancia saber utilizar estrategias innovadoras, como el diseño gráfico; las cuales permiten que el material que se utiliza llegue de una manera adecuada y se logre transmitir con impacto la información deseada.

Se necesita determinar y comprobar la importancia del diseño gráfico y la implementación del mismo en las estrategias de comunicación que desarrolla la Municipalidad de San Vicente Pacaya, en el departamento de Escuintla. A través del diagnóstico se pueden conocer cuáles son los métodos que se utilizan actualmente y el impacto que los mismos tienen en el proceso de comunicación con la población del municipio.

La necesidad de implementar e innovar con otras metodologías de comunicación conlleva a la elaboración de materiales gráficos y manuales que apoyen en este proceso, lo cual no es posible llevarse a la práctica por la carencia de asignación recursos que presenta el área de dicho departamento. Según el personal a cargo del área de relaciones públicas, como consecuencia de este problema, los encargados no reciben una apropiada inducción y capacitación, que les permita adquirir mejores destrezas que apoyen el proceso de actividades de divulgación y comunicación de la institución.

EL PROBLEMA

Por medio de la observación diagnóstica y de entrevistas realizadas al personal del área de relaciones públicas, se encontró que la Municipalidad de San Vicente Pacaya no tiene imagen institucional para la adecuada divulgación de las actividades y obras municipales. Los servicios de comunicación pública no se encuentran bien estructurados, no existe el material gráfico apropiado para una correcta divulgación de las actividades y el área de planificación no contempla la implementación de estrategias en los procesos de comunicación.

JUSTIFICACIÓN

Es por ello que el aporte del proyecto consistirá en proveer a la Municipalidad de San Vicente Pacaya, del diseño y creación de un manual de imagen institucional, que permita solucionar la problemática de comunicación que actualmente se presenta.

La población del municipio desconoce en gran manera la labor que realiza la institución, porque no se le ha dado la promoción necesaria. Se cuenta con algún material, sin embargo, la producción de material visual para la promoción y divulgación de las obras y proyectos municipales, es insuficiente.

Si la institución estructura de manera eficaz y utiliza las estrategias de comunicación apropiadas, puede promover una mayor identidad y credibilidad de toda la institución, lo que conlleva a un mejor desarrollo de actividades, mayor aprovechamiento de las mismas y una mejor imagen del trabajo que se realiza en la misma. Si bien el público objetivo no está acostumbrado a recibir este tipo de información, constantemente se cuestionan, que es lo que la municipalidad hace con los recursos financieros que se le asignan.

● **Trascendencia del proyecto**

De igual forma, este estudio va a incidir de manera positiva, en el personal del área de relaciones públicas, que implementará el uso de una imagen institucional; en toda la población del municipio, deseosos de conocer cuáles son los proyectos y obras de carácter como Infraestructura, Servicios, Área de desarrollo social, Área de desarrollo local, y a los que pueden disponer a través de la municipalidad; lo que permitirá crear una identidad e imagen positiva, formal y moderna en gestión, así como un mejor conocimiento de cómo se invierten los impuestos que aportan a la institución.

● **Incidencia del diseño gráfico**

El aporte de un diseñador gráfico es sumamente importante, pues al aplicar conocimientos de todos los conceptos, ideas, técnicas y medios necesarios para poderlos integrar en una imagen institucional, el cual si no se implementa no permitiría que la población conozca los servicios y proyectos que la municipalidad realiza a favor de los habitantes del municipio; así mismo el desconocimiento de programas municipales y sociales no llegaría a todos los posibles beneficiarios, con lo que los recursos que se invierten en el desarrollo del mismo no se aprovecharían al máximo. La imagen institucional ayudará a la municipalidad en la presentación de los programas, servicios y proyectos, aplicando un diseño y diagramación apropiado en su papelería corporativa ya que esto mejorará su imagen y aumentará la recaudación.

● **Factibilidad del proyecto**

La institución, por medio de todos los recursos disponibles en el tema de presupuesto municipal para la reproducción de materiales publicitarios y programas, se espera diseñar una herramienta creativa, original e ilustrativa que llame la atención del grupo objetivo y que pueda realizar su consulta de manera fácil y rápida, con una breve descripción del contenido de las piezas gráficas y otros datos importantes como diseños, fotografías, etc., de manera que se logre persuadirlos para que lo utilicen de manera permanente.

Este trabajo de investigación es factible de realizar, dada la existencia de gran cantidad de bibliografía (tesis, ensayos, monografías, internet, libros, bibliotecas universitarias, tanto públicas como privadas, que permite en todo momento el acceso a la información relacionada con el tema de estudio.

OBJETIVOS

● **Objetivo General**

Orientar al personal de la oficina de relaciones públicas de la Municipalidad de San Vicente Pacaya, por medio del diseño de la imagen institucional para modernizar y facilitar el proceso de comunicación de dicha institución.

● **Objetivo específico de comunicación**

Dotar a la oficina de RR.PP de metodologías innovadoras y procesos de comunicación pertinentes al G.O.

● **Objetivo específico de diseño**

Elaborar un manual de imagen institucional para utilizar como herramienta de apoyo en los procesos de comunicación y diseño, así como en la divulgación de las actividades y obra municipales.

CAPÍTULO 2

PERFILES

18 Perfil de la institución

22 Perfil del Grupo Objetivo

PERFIL DE LA INSTITUCIÓN

La municipalidad de San Vicente Pacaya es una institución autónoma, con autoridades electas de manera democrática y popular de acuerdo al sistema nacional de elecciones implementado en el país. Ha sido creada para administrar los recursos del municipio, planificar y ejecutar acciones que puedan favorecer el acceso de los servicios básicos a todos los habitantes, así como procurar el desarrollo local.

La naturaleza del municipio es la unidad básica de la organización territorial del Estado y espacio inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos. Se caracteriza por las relaciones permanentes de vecindad, multietnicidad, pluriculturalidad y multilingüismo; organizado para realizar el bien común a todos los habitantes de su distrito (Artículo 2, Código Municipal).

● **Características del sector social**

Las áreas de proyección de la Municipalidad, se constituyen en las siguientes:

Infraestructura

Ampliaciones y construcciones de escuelas, mejoramiento de calles, construcción de salón municipal, dirigido por la Dirección Municipal de Planificación. Estos proyectos son planificados cada año dependiendo de las demandas de la población se priorizan y se contemplan en el presupuesto.

Servicios:

Los servicios que brinda la Municipalidad a la población son: drenajes, agua potable, mantenimiento de letrinas, tren de aseo, ornato, servicios de limpieza pública.

Área de desarrollo social:

Cuentan con un Centro de Salud en el Municipio, educación a nivel primario, básico, diversificado, turismo, medio ambiente, cultura y deportes.

Área de desarrollo local:

Por medio de la Oficina Municipal de la Mujer (OMM) en los programas de salud con jornadas médicas odontológicas, oftalmológicas, gestiones para operaciones de todo tipo de enfermedad, apoyado por el Centro de Salud de San Vicente Pacaya. El programa de educación con capacitaciones en temas de seguridad ciudadana, formación política de la mujer. Los programas productivos se orientan en talleres de manualidades, costura, repostería, así como manipulación de alimentos, mientras que el programa del adulto mayor se enfoca en asesoría en trámites para el proceso de pensión y refacciones.

● **Misión**

Contribuir a mejorar las condiciones sociales y calidad de vida en la población a través de la presentación de servicios oportunos eficientes, la ejecución de políticas, proyectos y programas de desarrollo con visión integral e incluyente del manejo de recursos naturales y el turismo con responsabilidad social, para satisfacer las necesidades y aspiraciones de la población.

● **Visión**

Brindar servicios oportunos de calidad a los vecinos, personas e instituciones que lo requieran, así como contribuir a mejorar las condiciones sociales y calidad de vida de la población a través del fomento del turismo, los recursos naturales y actividades económicas relevantes para satisfacer necesidades y aspiraciones de la población del Municipio de San Vicente Pacaya.

● **Objetivos**

Actualmente la municipalidad no cuenta con objetivos generales específicos institucionales establecidos, únicamente se basan en el enfoque se tienen de acuerdo a su misión y visión.

● **Identidad y comunicación**

Actualmente no existe una línea gráfica establecida ya que el escaso material gráfico que produce la municipalidad es sin la aplicación de normas gráficas. Los materiales producidos por la municipalidad son: Folder y hoja membretada con una escasa aplicación en diseño gráfico.

Se encuentra ubicada en la 4ta. Avenida 6-90 zona 1 en el municipio de San Vicente Pacaya, Escuintla. Los teléfonos son 7889-3004 y 7889-2536. El correo electrónico es: munisanvicentepacaya@yahoo.es.

● **Estructura organizacional**

Según el Manual de la Organización y Funciones de la Municipalidad de San Vicente Pacaya (2012), la estructura organizacional de la Municipalidad es la siguiente:

a) Nivel Superior:

Conformadas por las unidades ejecutoras en la toma de decisiones y administración Municipal. Concejo Municipal, Alcalde Municipal, Alcaldías Auxiliares, COCODES, COMUDE.

b) Nivel de Asesoría:

Integrado por las unidades asesoras, que sirvan en la orientación de acciones encaminadas al mejoramiento y modernización. Las externas son el Consejo de Desarrollo Urbano y Rural, INFOM, Organismos e instituciones de apoyo; mientras que las internas son el Asesor Municipal, Dirección Municipal de Planificación, Auditoría Interna.

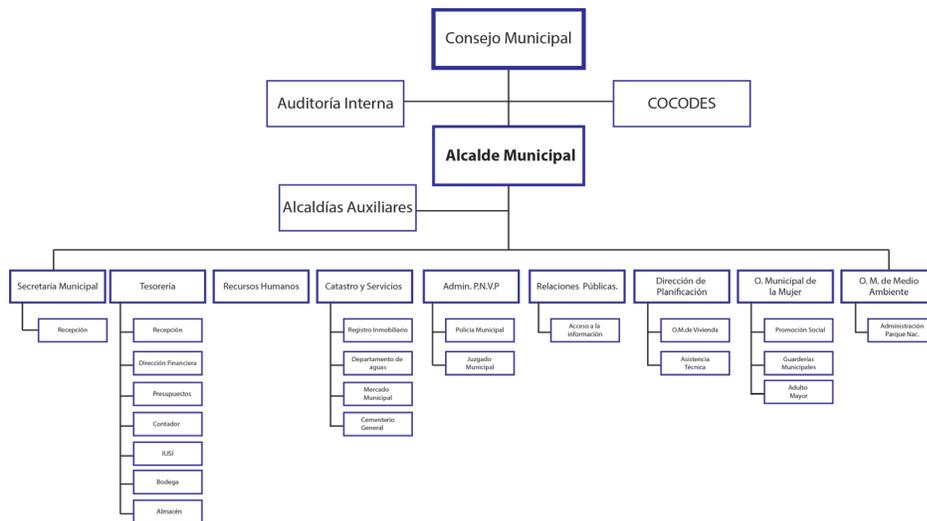
c) Nivel Medio:

Está integrado por las unidades ejecutoras encargadas de dirigir y ordenar las actividades relacionadas con el que hacer municipal. Secretaría Municipal, Tesorería Municipal, Juzgado de Asuntos Municipales, Recursos Humanos, Obras Municipales, Servicios Públicos, Bodega Municipal, Departamento de Aguas, Departamento de Catastro, Departamento de Contabilidad, Departamento de Cobros, Oficina Área Urbana y Rural, Relaciones Públicas, Asuntos Administrativos, Encargado de Compras, Administrador Parque Nacional “Volcán Pacaya”

La municipalidad es parte de la Mancomunidad del Sur (MAM-COSUR), comparten problemas sociales de carácter regional en las áreas de contaminación ambiental, fuentes de empleo, infraestructura y servicios sociales. Dicha organización, tiene la figura administrativa, a través de la gerencia de cinco municipios que la integran: Palín, La Democracia, Santa Lucia Cotzumalguapa, Tiquisate, Nueva Concepción y La Gomera todos del departamento de Escuintla y dos municipios del departamento de Suchitepéquez. Además es importante mencionar que dicha mancomunidad posee un plan estratégico.

A continuación, se presenta el organigrama de la Municipalidad de San Vicente Pacaya y las dependencias que la forman.

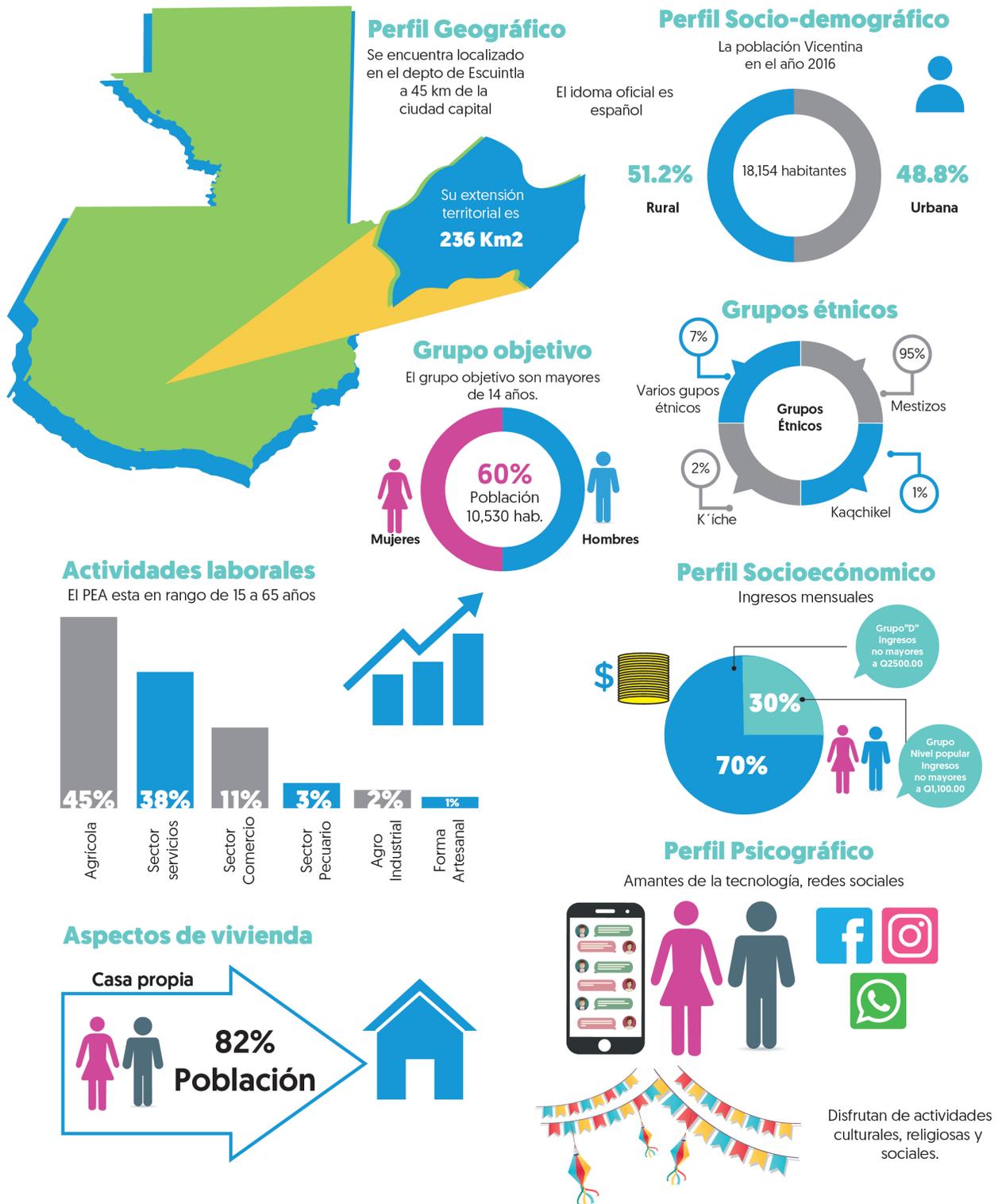
(Véase gráfica 1)



Fuente: Elaboración propia, trabajo de campo, marzo 2017. Con datos obtenidos de la Dirección de Recursos Humanos, Municipalidad de San Vicente Pacaya.

Figura 1. Organigrama Municipalidad San Vicente

Perfil del Grupo Objetivo **Población de San Vicente Pacaya, Escuintla**



Fuente: Elaboración Propia

Información: Investigación de campo

Figura 2. Grupo Objetivo

CAPÍTULO 3

PLANEACIÓN OPERATIVA

- 24 **Diseño de ruta crítica o flujograma**
- 25 **Cronograma de trabajo**
- 26 **Previsión de recursos y costos**

FLUJOGRAMA

de actividades

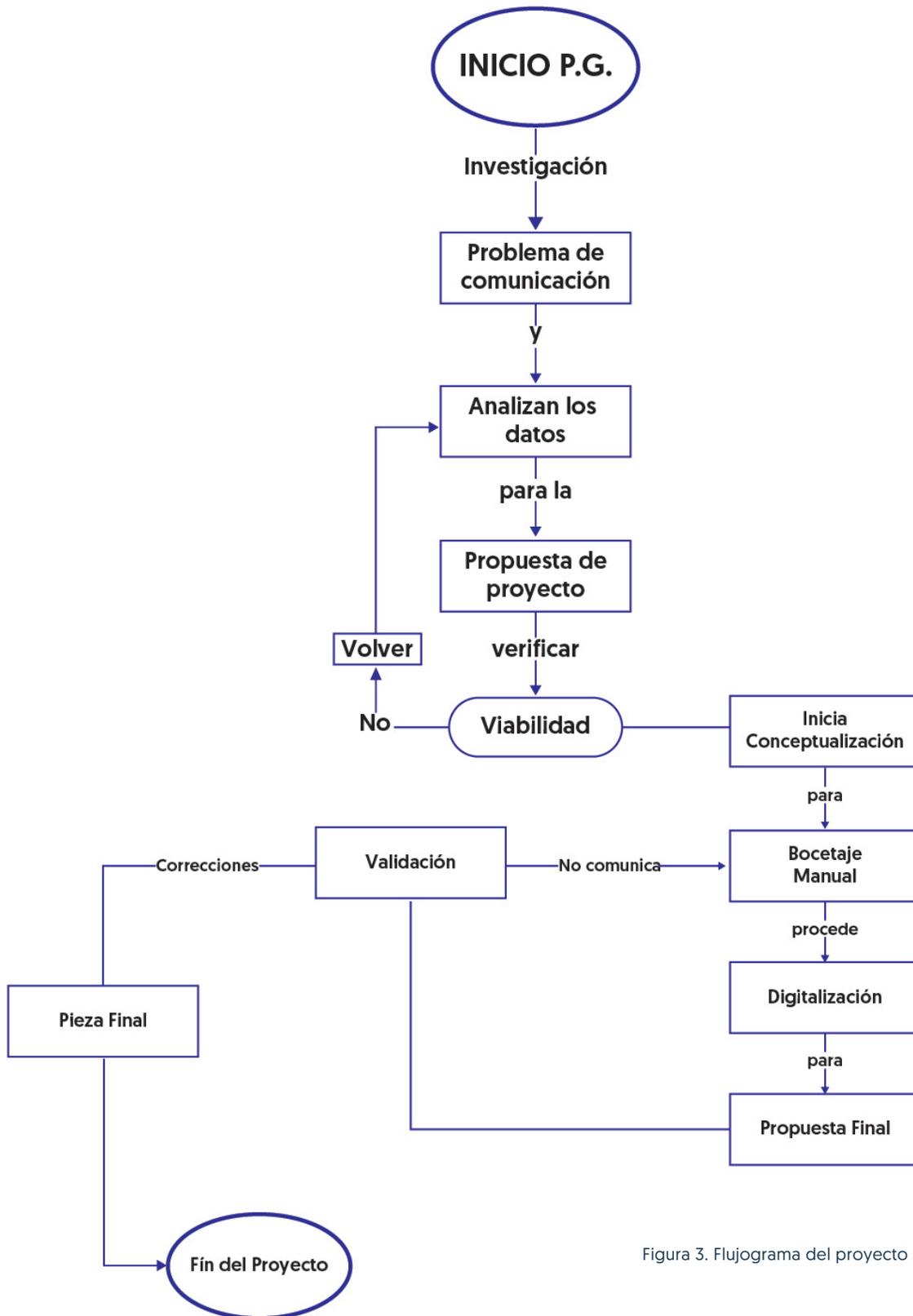


Figura 3. Flujoograma del proyecto

CRONOGRAMA de actividades

		Calendario de trabajo															
		Marzo				Abril				Mayo				Mayo			
		Semanas															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Protocolo	Visita a la Institución																
	Investigación																
	Establecimiento del proyecto																
	Diagnostico participativo																
	Recopilación/info para protocolo																
	Asesorías																
	Entrega protocolo																
	Planteamiento de trabajo																

Tabla 1. Calendario de trabajo

		SEPTIEMBRE																																							
		SEMANA 6										SEMANA 7										SEMANA 8										SEMANA 9									
		V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30										
Proyecto A	Manual de normas	Bocetaje																																							
		Diagramación																																							
		Códigos cromáticos y Tipog.																																							
		Contenido del manual																																							
		Propuesta gráfica																																							
		Válidación																																							
		Propuesta final																																							
Imagen Inst.	Conceptualización																																								
	Bocetaje																																								
	Diseño del manual																																								
	Propuesta gráfica																																								

Tabla 2. Calendario de septiembre

		OCTUBRE																																								
		SEMANA 10										SEMANA 11										SEMANA 12										SEMANA 13										
		D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30											
Proyecto A	Imagen Inst.	Válidación y correcciones																																								
		Propuesta final																																								
		Informe final																																								

Tabla 3. Calendario de octubre

PREVISIÓN DE

recursos y costos

Recursos y Responsable		
Recursos Humanos	Nelson Pineda	Encargado de RR.PP.
	Daniel Sandoval	Epesista

Recursos Técnicos	Computadora Depreciación	Epesista	Q1,000.00
	Dispositivos Almacenamiento	Epesista	Q100.00
	Camara Fotográfica Depreciación	Epesista	Q200.00
	Impresiones Varias	Epesista	Q500.00
	Internet Q300.00/mes	Epesista	Q900.00
	Transporte/Gasolina Q400.00/mes	Epesista	Q1,200.00
	Transporte/Vehículo Depreciación	Epesista	Q1,200.00
	Celular Q400.00/mes	Epesista	Q1,200.00
	Electricidad Q200.00/mes	Epesista	Q600.00

Tabla 4. Recursos y responsable

CAPÍTULO 4

MARCO TEÓRICO

28 **Comunicación y
desarrollo**

28 **Imagen institucional:
Una comunicación efectiva**

COMUNICACIÓN Y DESARROLLO

No podemos influir directamente ni sobre las conductas, ni sobre las actitudes, pero si podemos influir sobre las imágenes, el único medio de lograr el éxito en las empresas, instituciones de gobierno, partidos políticos, esto solo se puede lograr con una eficaz comunicación.

(Jesús María Cortina Izeta)

Según (Morales, 2011) La comunicación en el ámbito municipal es una necesidad a gritos para el buen funcionamiento de la institución. A la vez constituye una herramienta para la inclusión social y la promoción de las políticas sociales contribuyendo así al fortalecimiento institucional y ciudadano.

Según (López, 2013) una persona cualquiera, camina por la calle y está expuesto a millones de estímulos del entorno que percibe con los sentidos del tacto, olfato, oído, y gusto, que en conjunto dan como resultado información desordenada, esto es lo que la gestión de impresión estudia, por medio de la percepción.

Se retoma para fines de estudio el establecimiento de lineamientos que ayuden a quienes deseen saber cómo se forman las imágenes en la mente de los públicos a los que la organización, institución o empresa pretenden llegar.

Para que una organización logre sus objetivos de comunicación, en primera instancia, debe de tener claro el concepto imagen en general para dar paso a la imagen corporativa en conjunto con el de la identidad corporativa.

La importancia de la comunicación institucional se entiende a partir de la nueva forma de construir la realidad social.

Hoy más que nunca en dicha construcción los estímulos procedentes de mensajes adquieren mayor relevancia que los estímulos procedentes de hechos o personas. En ese entorno social se encuentra inmersa la institución y a ese entorno debe responder.

Para hacerlo, las instituciones tienen un área de comunicación en la cual se incluyen las responsabilidades de protocolo, marketing, relaciones públicas y comunicación externa e interna.

Es importante analizar a la Municipalidad de Miraflores en Perú donde tienen establecida una línea gráfica con su manual de identidad, un portal web donde la población puede realizar sus gestiones o consultar de cualquier índole. Con estos elementos la institución ha generado confianza, interacción con la población opiniones encontradas, resolver la problemática social, el poder conocer los servicios que la municipalidad les brinda como ciudadanos peruanos, facilitar el acceso a la información pública entre otros. La estructura visual, la unidad cromática, tipográfica y diversos elementos que hacen poder tener una percepción de confianza en la institución pública.

Según (López, 2013) la imagen institucional es la manera en la que la institución comunica quien es, que es, qué hace, como lo hace y por qué lo hace.

La importancia de la comunicación de las organizaciones, ya sea en su interior o al exterior en la actualidad se manifiesta de múltiples formas, por lo que la identidad y la imagen se les ha brindado una especial atención con estrategia de comunicación que provea a la organización de recursos en función de su diferenciación y posicionamiento frente a la competencia y una ventaja ante el constante cambio de entorno.

Los problemas sociales, por lo tanto, son situaciones que impiden el desarrollo o el progreso de una comunidad o de uno de sus sectores. Por tratarse de cuestiones públicas, la municipalidad de cada municipio tiene la responsabilidad y la obligación de solucionar dichos problemas a través de las acciones de municipales que beneficien al sector afectado.

Otro caso que podemos mencionar es el de la Municipalidad de la Ciudad de Guatemala, es un buen ejemplo de imagen institucional, a raíz del arduo trabajo en diseño y mercadeo han logrado un posicionamiento de marca de “Tu Muni” cualquier ciudadano capitalino y guatemalteco puede identificar dicha marca.

Una de las ventajas de la imagen institucional de la municipalidad es que manejan una línea gráfica bien estructurada en cuanto a la jerarquía visual, colores y tipografía ya que mantiene los mismos lineamientos y patrones en todas sus piezas gráficas para lograr un feedback en el G.O.

Esto es de suma importancia en ayudar a resolver los problemas sociales de la Ciudad ya que por medio de la generación de material gráfico, puede la población identificar los servicios que presta la “Muni” y así lograr resolver cualquier problema en cuanto al agua, bacheo, tránsito, ornato e interactuar con las autoridades competentes en la resolución de casos.

En caso contrario, si la Municipalidad no contara con una imagen institucional, toda la población no estaría enterada de todos los programas, servicios, obras y la ejecución presupuestaria que mantiene dicha institución.

La población en general como ciudadanos de Guatemala tiene el derecho de estar enterado de las situaciones que acontecen en las instituciones del estado. Los habitantes municipio de San Vicente Pacaya, Escuintla, necesitan estar informados sobre proyectos y obras que las instituciones públicas realizan a favor de la comunidad.

Según Cardona la estrategia de divulgación e información pública es un componente fundamental para la socialización de gestión de riesgos. Cuyo objetivo general es garantizar que los distintos actores y sectores sociales tengan acceso oportuno a la información necesaria para participar de manera eficaz en las distintas decisiones y actividades.

Según menciona Pau Vidal en su blog, frente a otras organizaciones que “comunican para existir”, las organizaciones del sector público en coherencia con su identidad “existen para comunicar”.

Según (Gamboa,2010) Se estima que la imagen que tienen los trabajadores acerca del lugar donde trabajan, influye en la manera en que los clientes ven también a la organización. Sobre todo en las organizaciones en que se da una alta interacción entre clientes y empleados, se cree que ocurre un proceso de “contagio emocional”, a través del cual los clientes perciben las emociones de los trabajadores, modificando consecuentemente la imagen del producto o servicio que reciben (Pugh, 2001, citado en Davies, Chun, Vinhas da Silva & Roper, 2004).

Municipalidad de San Vicente Pacaya

Según el portal de Municipalidad de Guatemala consultado agosto en 2017, la Municipalidad es el ente del Estado responsable del gobierno del municipio, es una institución autónoma, es decir, no depende del gobierno central. Se encarga de realizar y administrar los servicios que necesitan una ciudad o un pueblo.

Una función importante de la Municipalidad es la planificación, el control y la evaluación del desarrollo y crecimiento de su territorio. También se presta especial atención a los aspectos sociales y a buscar contribuir a mejorar la calidad de vida de los vecinos.

Los recursos necesarios para proveer los servicios y realizar obra, la Municipalidad los obtiene principalmente del pago de arbitrios, como boleto de ornato, Impuesto Único sobre Inmuebles (IUSI), y tasas que se cobran en algunas gestiones.

La municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla actualmente no cuenta con estrategias de comunicación que transmitan a los habitantes del municipio una información adecuada sobre las actividades que realizan a través de sus obras municipales, por lo tanto es necesario implementar a través del diseño gráfico una comunicación asertiva y poder incidir en la imagen de la institución.

Este aspecto es de mucha preocupación social ya que la falta de comunicación con la población hace que se tenga una mala imagen institucional.

La ausencia de una imagen institucional afecta a toda la población del municipio, según (López, 2013) una organización posee una identidad propia a partir de ser única y debe de contar con una historia, una personalidad tanto política como gráfica fortalezas y debilidades, así como una misión y visión que explica la razón de ser.

Basándose en estos parámetros podemos explicar que cuando toca el aspecto de personalidad podemos abordar que menciona contar con una identidad institucional, a nivel síntesis son los atributos de autorepresentación para la generación de opiniones favorables para un grupo específico, es este caso es el municipio de San Vicente, Pacaya.

El que la población no conozca todos estos aspectos públicos como el tema presupuestario, los planes de trabajo a nivel municipal, recursos humanos, la transparencia en la ejecución del presupuesto hace que tenga una percepción de corrupción y falta de desarrollo comunitario. La falta de un canal de comunicación con la población hace que perciban la falta de trabajo en aspectos como la inversión deporte, salud, educación etc.

Es por eso que se puede desarrollar una identidad institucional basada en los aspectos antes mencionados para que la población pueda tener una interacción con la población por medio de un medio ya sea escrito o verbal.

IMAGEN INSTITUCIONAL

Una comunicación efectiva

El ser humano es un comunicador por naturaleza, siendo que a diario se mantiene un proceso de comunicación dentro del círculo social: Familia, comunidad, escuela, trabajo. Según el diccionario de la real academia española, la comunicación transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor. Para muchos es sabido que todo entra por los ojos, la comida, los estilos, etc, y es de suma importancia, que todo sea agradable a la vista del consumidor o receptor y así poder lograr un impulso ya sea de compra o toma de decisiones.

Para Scott Williams Y Henrik Kubel, la creatividad es un proceso claro que se origina en el Briefing del cliente y evoluciona mediante la secuencia de decisiones lógicas.

La imagen institucional es importante ya que es la representación visual de la institución de manera externa, es la carta de presentación en el mercado laboral o institucional, es por esto que el papel del diseño gráfico es fundamental para mejorar la imagen institucional que actualmente posee la Municipalidad de San Vicente Pacaya, ya que carece de ciertos elementos necesarios y básicos.

Según Costa (2001) la identidad corporativa es un sistema de signos visuales que tiene por objeto, facilitar el reconocimiento y la recordación, a una determinada empresa u organización de las demás. Su misión es, pues, diferenciar, asociar ciertos signos con determinada organización.

El poder recordar el conjunto de signos que describen a una organización o institución en cuanto a Lingüística, Icónica y cromática hacen aumentar su eficacia en conjunto.

Al estar formada en base a percepciones, la imagen corporativa tiene una naturaleza intangible, por lo que también posee un matiz subjetivo que cambia constantemente en función de las interacciones o experiencias que las personas tengan con la organización. La formación de la imagen corporativa por lo tanto, es un proceso cotidiano, en el que cualquier acto de la organización puede modificar, ya sea favorable o desfavorablemente, la imagen que proyecta (Pintado y Sánchez, 2009).

La importancia de la Imagen Corporativa

Según PAUL CAPRIOTTI en su artículo de Branding Corporativo, la gestión de los atributos de identidad de una organización y su comunicación a sus públicos tiene como objetivo prioritario lograr la identificación, diferenciación y preferencia de la organización.

Los beneficios de gestión para una buena imagen corporativa en los públicos permitirá a la organización:

- Ocupar un espacio en la mente de los públicos. (La imagen corporativa ayuda a que los consumidores sepan sobre la existencia de la organización)
- Facilitar la diferenciación de la organización de otras entidades (por medio de un perfil de identidad propio (PIC), duradero y diferenciado, creando valor para los públicos.
- Disminuir la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra (apoyo), ya que las personas dispondrán de una información adicional importante sobre la organización.

- Lograr vender mejor. Una organización que tiene una buena Imagen Corporativa podrá vender sus productos o servicios con un precio superior. (La gente estaría dispuesta a pagar un plus por la marca)
- Atraer mejores inversores. Una buena Imagen Corporativa facilitará que los inversores estén interesados en participar en una entidad aportando capital, ya que la perspectiva de beneficios puede ser superior a otras organizaciones que no posean una buena imagen o que sean desconocidas.
- Conseguir mejores trabajadores. Para las personas que trabajan en el sector, esa entidad será preferida a otras, lo cual le facilitará a dicha organización la contratación de personas más talentosas en función de su perfil profesional.

Estos aspectos son de carácter fundamental para la construcción de una marca, y que son un valor agregado para que la identidad sea funcional y cumpla con el G.O.

Según Chavez (2007) existen dos diferencias claras en los conceptos relacionados de identidad institucional e imagen institucional, esta relación se entabla en dos elementos homogéneos: se trata de dos formas de conciencia acerca de la institución, la primera como ya se ha dicho, denomina a la autorepresentación de la institución y la segunda a las formas de representaciones de la institución desarrolladas por la audiencia.

El logotipo es parte fundamental en la identidad institucional es por eso que su etimología es del Griego logos (palabra discurso) y de Typos (golpe que forma impronta, como la que hace una cuña al estampar sobre una moneda. (Costa,J, 1993. Pág.74).

Es importante resaltar que la institución en San Vicente Pacaya posee un logotipo que necesita ser rediseñado y replanteado en una forma profesional justificada, para que sea funcionalmente efectivo.

En definitiva, ambos conceptos refieren a un fenómeno de opinión.

La población rural del municipio de San Vicente Pacaya, conocen que la institución tiene un escudo que lo utilizan como logotipo para identificarse como organización, pero desconocen si cuentan con una gama de colores institucionales particulares que sean utilizados en piezas gráficas para transmitir información a la población.

Según Chávez (2007) Los signos identificadores básicos de una imagen institucional son: los nombres, el logotipo, los imagotipos y el concepto de “identificación institucional” puede desdoblarse en dos acepciones claramente diferenciadas:

- “Identificación”: el sentido estricto, es decir, el proceso por cual la institución va asumiendo una serie de atributos que definen “Que”, es y,
- “Denominación” o sea la codificación de la identidad anterior mediante la asociación con unos nombres que permitan decir “Quien”, es esa institución.

Es de suma importancia el que la institución adopte el concepto tradicional de marca, según Costa (2001), la marca esta asociada a un propietario (individuo o grupo poseedor) y, a través de ella, éste es identificado por los demás

Los componentes de una identidad visual son: Logotipo, Símbolos y la gama cromática y se aplica a la identificación de una empresa, marca, productos y servicios. Este número de elementos debe considerarse como un máximo sin que ello presuponga que deban utilizarse necesariamente los tres juntos para configurar una identidad visual.

El símbolo en el diseño de identidad visual, es una representación gráfica a través de un elemento exclusivamente icónico, que identifica a una compañía, marca o grupo, sin necesidad de recurrir a un nombre. (Costa,J, 1993. Pág.86).

La gama cromática es la combinación de colores que viene a ser la bandera, en el sentido emblemático o institucional, con la que se identifica una corporación. La transmisión de mensajes basados en una sistematización de la identidad visual incluye la intervención de esta fuerza que es el color. Los efectos del color son dobles:

- Ejerce una función simbólica que refuerza aquellos aspectos psicológicos .
- Ejerce una función de señalética. (Costa,J, 1993. Pág.94)

En la práctica hay casos de probada eficacia que utilizan de diferentes maneras estos elementos. Cada autor aborda de manera diferente los conceptos de marca, pero al final cumplen una función determinante que es la identificación particular ante los demás.

La marca es otro aspecto fundamental que contiene la identidad institucional, según Costa 2004, Necesitamos comprender un hecho esencial innegable: la imagen de marca un asunto de psicología social antes que un asunto de diseño.

La imagen de la marca se forja y se enriquece psicológicamente con el paso del signo al símbolo. El signo, como expresión general de lo funcional, tanto en los productos/servicios como en sus marcas. El símbolo, como expresión profunda de lo más emocional. La marca no nace las marcas se hacen.

La tipografía forma parte fundamental en el proceso de creación de identidades, ya que tenemos que elegir los alfabetos compatibles para transmitir una imagen estética.

Los tipos de letras que se emplean en los diferentes mensajes impresos, para la composición de textos, titulares, subtítulos etc, los alfabetos elegidos en el sistema de diseño cumplen una función triple, Identificación entre mensajes y empresas

Imagen correspondiente entre el diseño de letras y los atributos psicológicos y por último mensaje o contenido informacional, que los textos transportan en tanto en código lingüístico de comunicación. (Costa, J,2004. Pág.105).

Las empresas emplean el diseño como una estrategia para reforzar su imagen y desarrollar nuevos productos, reducción de costos, mejoramiento de procesos y servicios.

Según (Lom 2017)El diseño tiene mucho que ver con la vida cotidiana, la rasuradora eléctrica o manual (rastrillo) que diariamente usamos, los utensilios de cocina, muebles, equipo y todos los objetos que utilizamos en nuestras tareas diarias tienen su origen en el diseño. Si observamos con detenimiento la forma del mango, como se adapta a nuestras manos, o el filo de la navaja en la rasuradora, hecho de tal forma que no daña nuestra piel, o que al cocinar los alimentos no se pegan en los sartenes, todo lo mencionado y más es resultado de un diseño bien elaborado. Diseñar es un proceso lógico de abstracción en donde se racionaliza y organiza información con el objetivo de crear una idea o un concepto y darle forma física o materializarla.

El diseñador pasa por un proceso complejo donde se analiza, sugiere, desecha, se vuelve a analizar, se corrige, se afinan los detalles, se prueba y se decide, hasta llegar al punto donde se obtiene un producto.

Un diseñador es una persona preparada de manera profesional, desarrollando su creatividad, para crear diseño que solucionen las diversas necesidades humanas para un mejor desarrollo en su ambiente, considerando su estética y funcionalidad.

Se puede asumir que el diseño es un valor en crecimiento y un factor de mejoramiento desde los enfoques social y económico. Contribuye al desarrollo de un país en beneficio de sus habitantes.

Se puede concluir que aplicando todos estos lineamientos de diseño se puede obtener un resultado satisfactorio en cuando a identidad institucional se refiere. La importancia de cada uno de los conceptos mencionados en este ensayo ya que sin ellos no se puede crear una estructura gráfica funcional para una organización que así lo requiera.

Como beneficios de la utilización del diseño, se tiene una mayor producción, desarrollo de la innovación, mayores ventas, mejoramiento de la imagen de las empresas, satisfacción de los clientes y motivación de los empleados.



CAPÍTULO 5

DEFINICIÓN CREATIVA

- 42 **Elaboración del brief de diseño**
- 44 **Descripción de la estrategia de las piezas de diseño**
- 45 **Recopilación de referentes visuales**
- 47 **Definición de concepto creativo y premisas de diseño**

BRIEF DEL DISEÑO

Cliente

Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla.

Producto

Imagen institucional para Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla.

Descripción del producto

El proyecto servirá para modernizar y facilitar el proceso de comunicación de la Municipalidad, el proyecto consiste en la creación de una imagen institucional, papelería, manual de normas, etc.

Objetivo general

Orientar al personal de la oficina de relaciones públicas de la Municipalidad de San Vicente Pacaya, por medio del diseño de la imagen institucional para modernizar y facilitar el proceso de comunicación de dicha institución.

Objetivo específico

de comunicación

Dotar a la oficina de RR.PP de metodologías innovadoras y procesos de comunicación pertinentes al G.O.

Objetivo específico de diseño

Desarrollar y diagramar un manual de imagen institucional para utilizar como herramienta de apoyo en los procesos de comunicación y diseño, así como en la divulgación de las actividades y obra municipales.

¿A quién va dirigido?

A personas particulares, hombres y mujeres de 18 a 65 años que residen en el municipio de San Vicente Pacaya, Escuintla.

Mensajes a transmitir

La formalidad de la institución, el buen manejo del presupuesto y los servicios que ofrece la población para el buen desarrollo del municipio. Una buena comunicación entre la población y la institución.

¿Qué piezas se van a diseñar?

Proyecto A

Manual de normas gráficas

- Normado del logotipo en versiones cromáticas

Papelería corporativa

- Folder o carpeta
- Tarjetas de presentación
- Hojas membretadas y electrónicas
- Sobres membretados
- Sellos

Imagen institucional

- Gafetes
- Vectorización del logotipo
- Brochure
- Plantillas para presentaciones y firma para e-mail
- Uniforme
- Fundas para Cd
- Señalética
- Rótulos para trabajos en carreteras, etc.
- Tazas
- Laápiz y lapiceros

Estrategia de diseño

Institucional

Comunicación para la promoción de la imagen institucional con el objetivo de comunicar sus acciones a nivel municipal a favor de la población del municipio de San Vicente Pacaya, Escuintla.

Informativo

Comunicación para informar a la población acerca del manejo sobre el presupuesto municipal a favor del mejoramiento y desarrollo del municipio de San Vicente Pacaya.

RECOPIACIÓN DE REFERENTES VISUALES

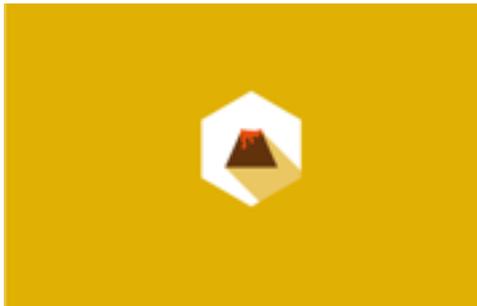


Figura 4. Referencia icóno



Figura 5. Referencia imagen corporativa



Figura 6. Referencia imagen corporativa



Figura 7. Referencia imagen corporativa

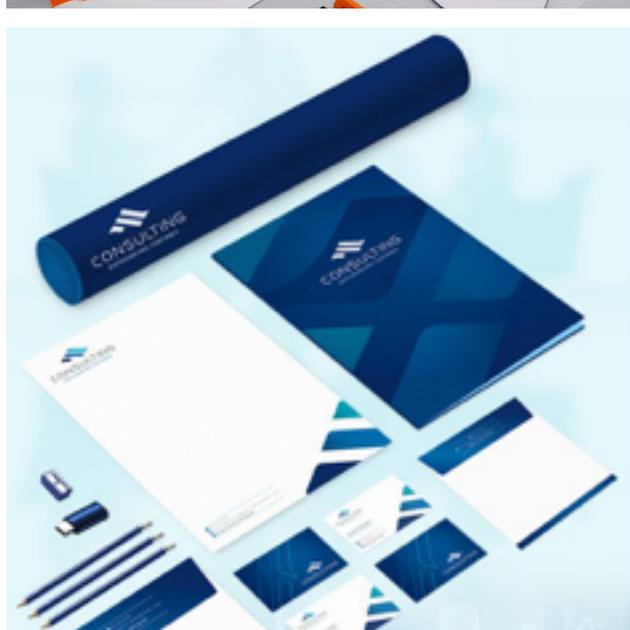




Figura 8. Referencia imagen corporativa



Figura 9. Referencia imagen corporativa



Figura 10. Referencia imagen corporativa

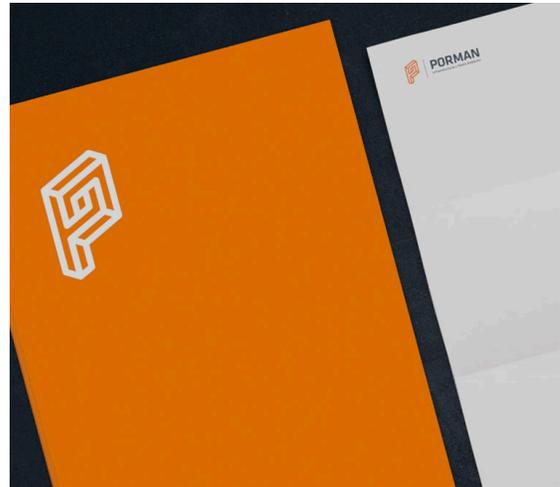


Figura 11. Referencia imagen corporativa



Figura 12. Referencia imagen corporativa



Figura 13. Referencia imagen corporativa

DEFINICIÓN CREATIVA

Para poder definir el concepto creativo es necesario de conocer el tema o proyecto, en cuanto a los objetivos. Para poder conocer al grupo objetivo y establecer una conexión con el proyecto, es necesario establecer un insight creativo, el cual se realiza estudiando al grupo objetivo mediante las técnicas presentadas que son SPICE&POEMS y técnica de 6w.

S	<p>Social</p> <p>Los habitantes del municipio son personas entusiastas, la mayoría deseosos de pertenencia grupal con ganas de salir adelante laboralmente, con sensibilidad social, se relacionan con personas que comparten sus intereses. Escuchan los consejos de gente mayor.</p>
p	<p>Físico</p> <p>Personas con gusto por la caminata, las bicicletas, son activas físicamente a diario, amantes de hacer deportes al aire libre, amantes de vivir la experiencia de escalar el Volcán cuando está activo. Personas que necesitan del espacio al aire libre para realizar sus actividades cotidianas.</p>
i	<p>Identidad</p> <p>Son personas con responsabilidad familiar y laboral. También les caracteriza el entusiasmo, deseosos de poder cambiar y forjarse un futuro. Tienen tendencia a la inclinación de ciertas marcas comerciales. Contribuyen al desarrollo de su municipio mediante el emprendimiento. Deseosas de afecto y cariño.</p>
C	<p>Comunicación</p> <p>Son personas con apatía en algunos aspectos políticos, les gusta estar enterados del acontecer en noticias, se inclinan por las novelas de Narcos, por lo general leen a diario un periódico, redes sociales, tienen gran empatía por Whatsapp y Facebook. Están pendientes de la farándula en general.</p>
e	<p>Emoción</p> <p>Son personas con mucha Fé a San Vicente de Martir ya que es el patrono del pueblo, en su tiempo libre visitan los centros comerciales de los municipios aledaños, visitan canchas deportivas, restaurantes y cines. Valoran la atención de las personas, siendo muy agradecidas.</p>

Tabla 5.Spice

Fuente: Elaboración propia.

P	Personas Estudiantes, personas que laboran, aquellas que viven dentro de zona urbana y una minoría fuera del municipio. Entre ellas personas que laboran con el Estado como escuelas y también las que laboran en lo privado, negocios en el centro del casco urbano y gente que labora afuera del pueblo como en supermercados, tiendas de conveniencia.
O	Objetos Uno de los enfoques del G.O. es el uso de dispositivos digitales como celulares, tablets etc para utilizar en redes sociales y aplicaciones. En las escuelas del municipio poseen áreas informativas que puede ser utilizada para difusión de información sobre actividades municipales.
e	Entorno La mayoría del grupo objetivo se desenvuelve en el casco urbano, parque central del municipio, negocios, Tiendas, locales comerciales, centros educativos, oficinas privadas etc.
m	Mensajes y medios Bifoliares, post en Redes Sociales, [Facebook y Twitter], afiches, banners web.
S	Servicios Se puede brindar información de la ejecución e inversión presupuestaria para así tener un cambio conductual en el G.O. y poder inspirar y generar confianza en la institución Municipal. Brindar datos testimoniales sobre personas que han sido beneficiadas con los programas sociales y desarrollo.

Tabla 6. Poems

Fuente: Elaboración propia.

Técnica de la 6W

WHAT ¿Qué?	Identidad institucional para modernizar y facilitar el proceso de comunicación en la Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla.
WHO ¿Quién?	La Municipalidad de San Vicente Pacaya serán las beneficiadas en la creación de una identidad institucional.
WHEN ¿Cuándo?	El proyecto se trabajará durante los meses de agosto, septiembre y octubre del 2017.
WHERE ¿Dónde?	San Vicente Pacaya, Escuintla
WHY ¿Porqué?	Toda empresa o institución debe alcanzar metas y objetivos concretos en el que el desarrollo de las actividades que se realizan; en donde la comunicación visual es una herramienta que puede coadyuvar a una mejor comunicación con el público objetivo.
HOW ¿Cómo?	Proveer a la Municipalidad de San Vicente Pacaya, del diseño y creación de un manual de imagen institucional, que permita solucionar la problemática de comunicación.

Tabla 7. Técnica 6w

Fuente: Elaboración propia.

Técnica de los 6 sombreros

De Edward de Bono

Según (Siquiná, 2016) esta técnica es desartucula la principal restricción del pensamiento en el ego responsable de la mayoría de los errores prácticos del pensar. Los sombreros permiten pensar y decir cosas que de otro modo no se podrían pensar ni decir sin arriesgar el ego.

El segundo valor es el de dirigir la atención hacia el pensamiento no solo reactivo, pues dirige la atención a espectros distintos. Promoviendo una forma de pensar por medio del uso de los colores.

Sombrero Blanco

- La municipalidad de San Vicente Pacaya no tiene una identidad institucional que permita un buen proceso de comunicación con la población Vicentina.
- La población necesita información sobre la ejecución del presupuesto municipal en el desarrollo del municipio.

Sombrero Rojo

- La población se siente ofendida y enojada por la falta de información sobre el presupuesto.
- La población se siente frustrada porque no ve una ejecución del presupuesto en obras.

Sombrero negro

- El tener una imagen institucional no quiere decir que el dinero no se lo están robando.
- El desarrollar una imagen institucional generará corrupción porque le están pagando una fortuna al publicista.
- No sirve de nada la imagen para el desarrollo en el municipio por falta de cultura visual y educación de la población.

Sombrero Amarillo

- Una imagen institucional e innovadora ayudará a mejorar la comunicación con la población.
- La oportunidad de demostrar a la población que el presupuesto está bien ejecutado y no hay corrupción en la institución pública.

Sombrero Verde

- Desarrollar una buena imagen institucional fomentará la participación y mejorará la percepción errónea de la población en la fiscalización del presupuesto municipal.
- La población estará más consciente del tiempo que se requiere para la autorización y ejecución de obras en el municipio.
- Que no existan prejuicios sin fundamentos que comprueben que la municipalidad es corrupta.

Sombrero Azul

- Podemos concluir que una buena imagen institucional puede generar un correcto proceso de comunicación con la población y así evitar que se piense que la municipalidad se está robando los recursos del estado.

Concepto: San Vicente es de todos

Insight: Desarrollo en la comunidad

DEFINICIÓN CREATIVA

Mapa de empatía

¿Qué dice?

La Municipalidad no trabaja y no conocemos en que se gasta el presupuesto.

¿Qué hace?

Utiliza los redes sociales para comunicar su incoformidad y hablar mal de la institución.

Comportamientos en el G.O

Incoformidad y disgusto

¿Qué piensa?

Me gustaría conocer en que se gasta la Municipalidad todo el dinero que tienen en el presupuesto.

¿Qué emociones transmite el usuario?

La mayoría transmite su descontento e impotencia y en otras su conformismo en cuanto a las actividades que realizó la Municipalidad.

¿Qué oye?

Personas que tienen el mismo concepto de corrupción en la institución y que no generan desarrollo, que solo benefician a las personas que trabajan en la institución por los altos sueldos que perciben.

¿Qué ve?

Su entorno es sin desarrollo y con falta de inversión en infraestructura del municipio.

Concepto creativo: Inversión no corrupción

Insight: La población del municipio creen que la institución Municipal invierte el presupuesto en forma incorrecta y se lo roba.

DEFINICIÓN CREATIVA

LLuvia de ideas

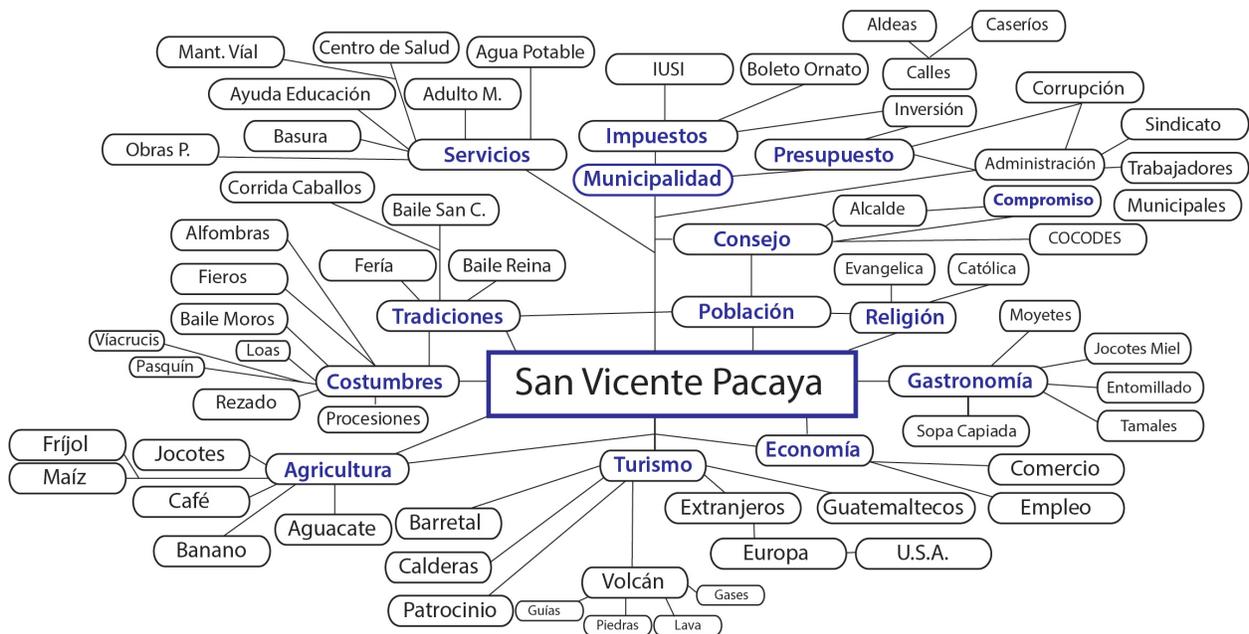


Figura 14. Lluvia de ideas

Fuente: Elaboración propia.

Concepto creativo: Comprometidos con usted

Insight: Todos somos San Vicente

PROPUESTAS DE CONCEPTO CREATIVO

San Vicente es de todos

Este concepto tiene como fundamento el ser inclusivo, para que la población no se sienta excluida de las decisiones municipales. Además de tomar en cuenta las opiniones de la población al momento de que la municipalidad realice acciones a favor del municipio.

Comprometidos con usted

Este concepto se basa en el compromiso con la población, ya que las autoridades municipales están en el puesto gracias a la elección de los habitantes para dirigir dicha institución.

Inversión y desarrollo

Este concepto se basa principalmente en los beneficios sociales y materiales a favor del municipio para que salga del subdesarrollo, principalmente bajo una correcta ejecución presupuestaria.

CONCEPTO CREATIVO

San Vicente es de todos

La Municipalidad de San Vicente Pacaya, se encuentra en una fase de crisis, de acuerdo a las noticias de la población. No existen según los habitantes noticias, ni obra alguna que puedan fundamentar el presupuesto Municipal. Este concepto tiene como fundamento el ser inclusivo, para que la población no se sienta excluida de las decisiones municipales. Además de tomar en cuenta las opiniones de la población al momento de que la municipalidad realice acciones a favor del municipio. Es necesario que la población este informada de todas las decisiones e inversiones que la institución realiza a favor del desarrollo del municipio y que sean tomadas en cuenta las opiniones de la población en general sin excepción alguna.



Figura 15. Volcán de Pacaya 1

Crédito: Daniel Sandoval

PREMISAS DEL DISEÑO

Código Tipográfico

Según Ramón Gimeno, (2012) en su blog Letras y TICs, existe el mito de que las letras de palo seco (por ejemplo, Arial) son más adecuadas para leer en pantalla que las letras con remates (por ejemplo, Georgia) Ya la inversa cuando se trata de leer en papel. Martínez de Sousa afirma, basándose en Richaudeau, que los estudios de laboratorio no han mostrado una diferencia de legibilidad significativa entre las diversas familias de letras.t

La letra de “Palo seco o letra mas redonda, como Arial, Helvética, Lucida o Verdana se caracteriza por ser lineal, de trazos uniformes y sin ningún ornamento. Por su estructura, resulta muy legible y útil en publicidad, rótulos, carteles, etc. El poder utilizar determinados tipos de letra hace que el mensaje llegue al G.O. de forma correcta y llame la atención, asimismo si se utiliza de forma errónea puede provocar un efecto contrario al esperado. Un mandamiento tipográfico es la combinación de un tipo de letra San Serif con una Serif para generar armonía tipográfica ya que no solo es un canal para favorecer la legibilidad del lector, sino para despertar el interés en la pieza gráfica.

San Vicente Pacaya (Geomanist bold)

Cuerpo: Variada

Inclinación: No

Escuintla (Bookstyle Regular)

Cuerpo: variada

Inclinación: No

Código Cromático

Según (Vargas 2017) El código cromático tiene como objeto, provocar impacto visual mediante la manipulación del color, este acto debe ser consciente en cuanto a sus efectos. El color es aplicado por concepto o idea asociada en relación a las sensaciones que provoca en el espectador. La paleta de colores que se utilizará en el desarrollo de la imagen institucional será con referencia a la naturaleza del volcán de Pacaya, ya que permite contar con una relación de pertinencia local relacionado con el clima cálido del municipio. Dicha tonalidad es cálida y en combinación con un contraste frío nos permite tener un equilibrio cromático adecuado.

El color resulta que es un aspecto altamente identificador en la configuración de la identidad visual. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante, no admitiéndose aproximaciones cromáticas, ya que las diferencias de color hace que la identidad pierda su configuración.

Todas las reproducciones de color deben coincidir con las muestras de color aquí representadas, ya que por la variaciones de sustrato exigirán ajusten con el fin de mantener la misma percepción óptica de tono.



Pantone 327C
009444
RGB: 0,148,68
CMYK: 85,10,100,10



2E3192
RGB: 46,49,146
CMYK: 100,100,0,0



FDE977
RGB: 253,253,119
CMYK: 2,4,66,0



Pantone 151c
F7941D
RGB: 247,148,29
CMYK: 0,50,100,0



F26522
RGB: 242,101,34
CMYK: 0,75,100,0



BE1E2D
RGB: 190,30,45
CMYK: 15,100,90,10

Código Verbal Oral

El código que se utiliza habitualmente es el lingüístico o el lenguaje verbal, que puede ser oral y escrito.

Código Verbal escrito

Es de suma importancia la inclusión de ilustraciones para poder desarrollar las piezas gráficas. Las ilustraciones son de importancia para poder destacar las características al G.O y que pueda recibir el mensaje sin ruidos de comunicación. En el código escrito se utilizarán signos visuales gráficos, para poder transmitir un mensaje adecuado al grupo objetivo, se puede agregar iconos y símbolos, para construir una metáfora, ya que una metáfora se basa en asociaciones. Los iconos deben de estar trabajados en una forma clara para que sean fáciles de interpretar. Puede contener abstracciones de calidad para que el receptor pueda comprender el mensaje.

Tono Manera informativo

En este caso se utilizará un código verbal oral de acuerdo al contexto del grupo objetivo con una frase que denota pertinencia cultural “San Vi” con la cual es una frase muy utilizada en el contexto. Es una acotación del municipio de San Vicente.

“San Vi” (Tono y manera)



CAPÍTULO 6

PRODUCCIÓN GRÁFICA Y VALIDACIÓN DE ALTERNATIVAS

- 60 **Nivel 1 de visualización
(Bocetaje inicial y Autovalidación)**
- 65 **Nivel 2 de visualización
(Bocetos más avanzados y validación
con expertos**
- 71 **Nivel 3 de visualización**
- 92 **Fundamentación de la propuesta final
(Bocetos finales y validación G.O)**
- 96 **Lineamientos para puesta en práctica,
presupuesto y 2 cotizaciones.**

NIVEL 1 DE VISUALIZACIÓN

Bocetos iniciales

Para el desarrollo de este proyecto de identidad institucional se elaboraron una propuestas en bocetos de las diferentes piezas gráficas a diseñar, con lo cual se establecieron una serie de normas gráficas como paleta tipográfica, paleta cromática siempre basado en el referente que es el logotipo de la institución. Se realizaron encuestas con compañeros de la carrera de Diseño Gráfico.

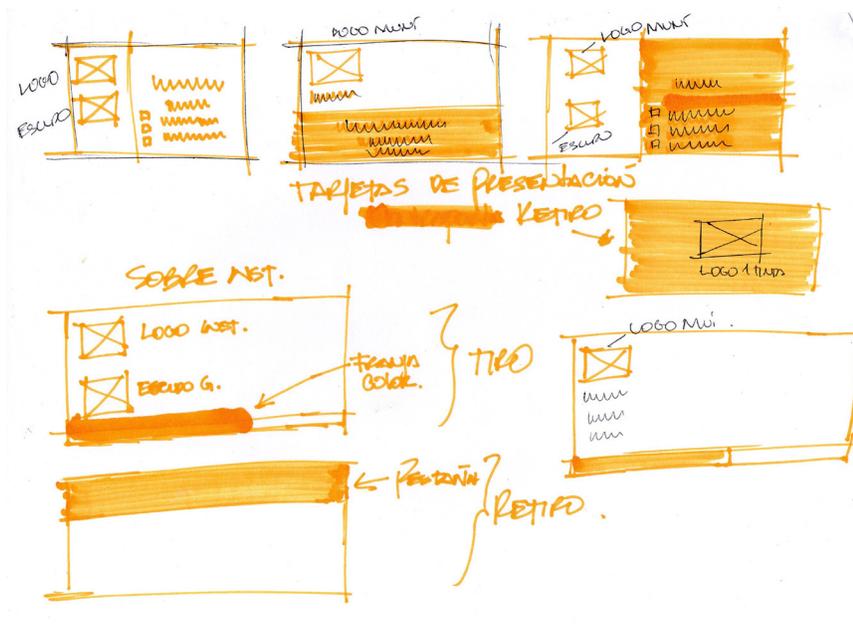


Figura 16. Boceto a mano

En este boceto podemos representar los elementos de la institución logrando transmitir el concepto creativo seleccionado. El color predominante en este boceto es el naranja que es parte de la paleta de colores del logotipo de la Municipalidad, sin dar a entender que es en alusión a un partido político. De acuerdo a la posición de los elementos que tenga jerarquía y que el G.O no tenga ruido de comunicación al momento de la lectura. La tipografía es una palo seco para los textos de mayor jerarquía como títulos.

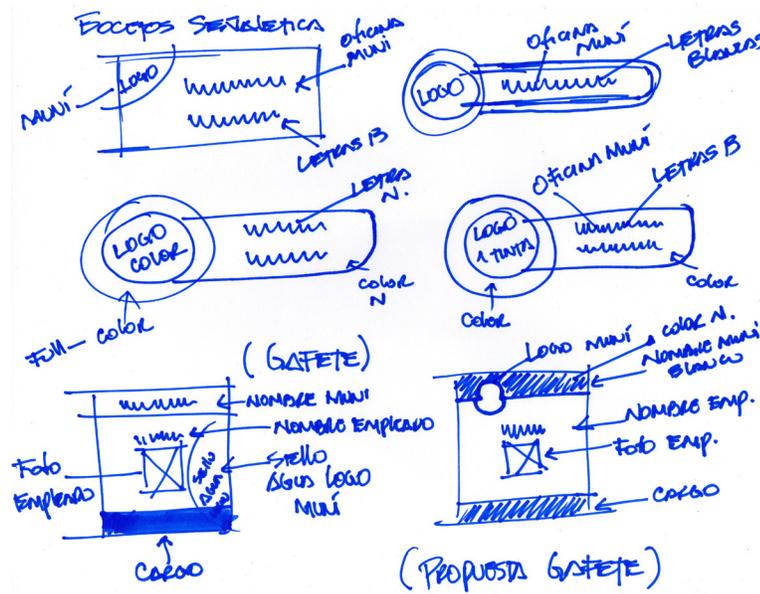


Figura 17. Boceto a mano 2

En este boceto podemos representar los elementos de señalética de la institución como de los gafetes. Todas las piezas gráficas están propuestas a una tinta para que el diseño sea innovador. Las propuestas están basadas en la necesidad de diseño de la institución. La tipografía complementaria es la Book style Regular una serif para los textos.

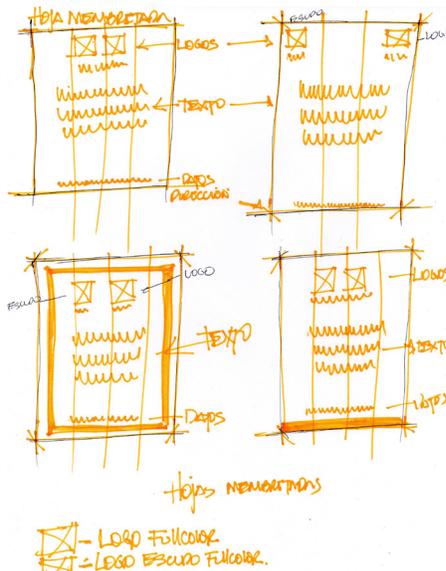


Figura 18. Boceto a mano 3

En la hoja institucional se trabajaron bocetos basados en la formalidad de la institución, logrando bocetar con una jerarquía de elementos como el logotipo y el escudo de Guatemala. Se estableció la jerarquía tipográfica en el nombre de la institución para que tuviera más peso visual. .

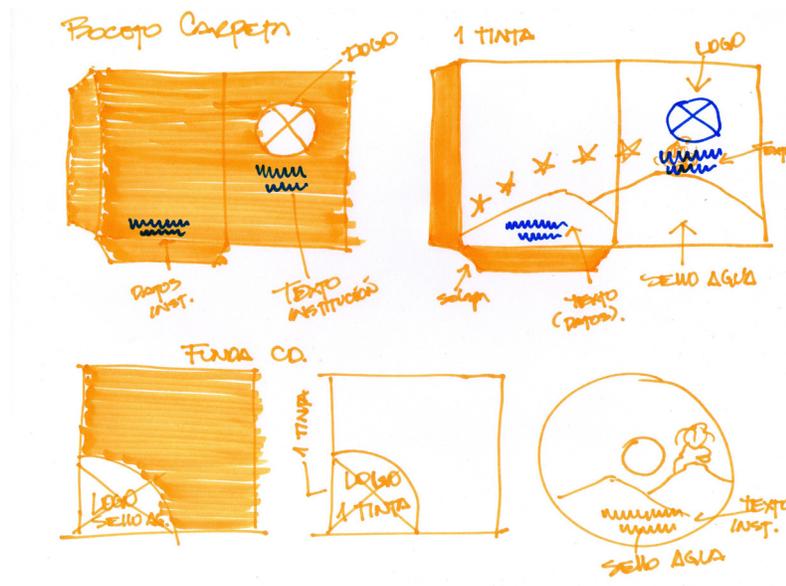


Figura 19. Boceto a mano 4

En la carpeta institucional podemos lograr una innovación en cuanto a imagen, ya que se trabajó a una tinta. Se seleccionaron y se estableció una jerarquía de elementos como el volcán con la estrellas tomado del logotipo. Esto nos permitió poder jugar con los elementos y establecer una línea gráfica de todas las piezas institucionales.

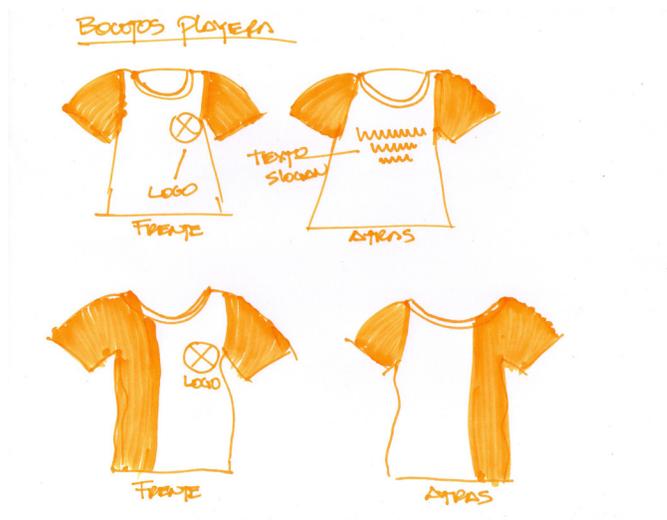


Figura 20. Boceto a mano 5

En cuanto al diseño del uniforme de la Municipalidad podemos establecer algo nuevo ya que el actual no es acorde a la imagen de la institución. Es por eso que se diseñó una playera y camisa polo con elementos que denotaran que es una institución del estado que transmite confianza a su población. El diseño es para lograr presencia de marca, se estableció a un color naranja con logo fullcolor.

EVALUACIÓN NIVEL 1

Compañeros y Autoevaluación

Validación con compañeros de estudio

En esta primera etapa se llevó a cabo con un pequeño grupo de 10 personas estudiantes de la USAC en diseño gráfico.

Muestra

Hombres y mujeres de 22 años en adelante, estudiantes de la Facultad de Arquitectura, escuela Diseño Gráfico, los alumnos fueron de preferencia del último semestre de la carrera por la calidad de conocimientos adquiridos y toma de decisiones. Algunos de los encuestados también fueron de otros semestres.

Metodología

Se proyectaron una serie de bocetos hechos a mano donde se están las piezas de la imagen institucional para que fueran evaluadas.

Resultados y análisis

De un total de 10 compañeros encuestados se determinaron los siguientes resultados:

- Según las respuestas se puede analizar que a la mayoría de compañeros ven aceptable el proceso de bocetaje.
- El 100% opina que el proceso es aceptable de acuerdo al proyecto, otro 100% considera aceptable la diagramación de las piezas en cuanto a boceto se refiere.
- El 100% de los encuestados considera que las piezas son adecuadas para el grupo objetivo de acuerdo a sus aspectos culturales.

NIVEL 2 DE VISUALIZACIÓN

Bocetos Digitales

Es este proceso se lleva a cabo la producción de todas las piezas de la identidad institucional. En esta fase es cuando se toma en cuenta todos las evaluaciones de la etapa 1 donde se hacen los cambios respectivos para poder finalizar con nuestro cometido, un a pieza visual adecuada y funcional al grupo objetivo



Figura 22. Boceto gafetes digital



Figura 23. Boceto hoja inst 2 digital



Figura 24. Boceto carpeta digital 3

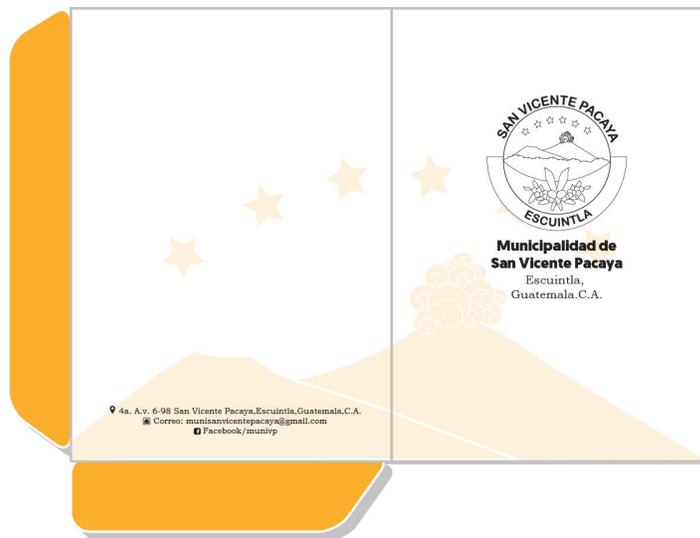


Figura 25. Boceto carpeta digital 4



Figura 26. Boceto señáletica digital 5



Figura 27. Boceto tarjetas P. digital 6



Figura 28. Boceto firma digital digital 7

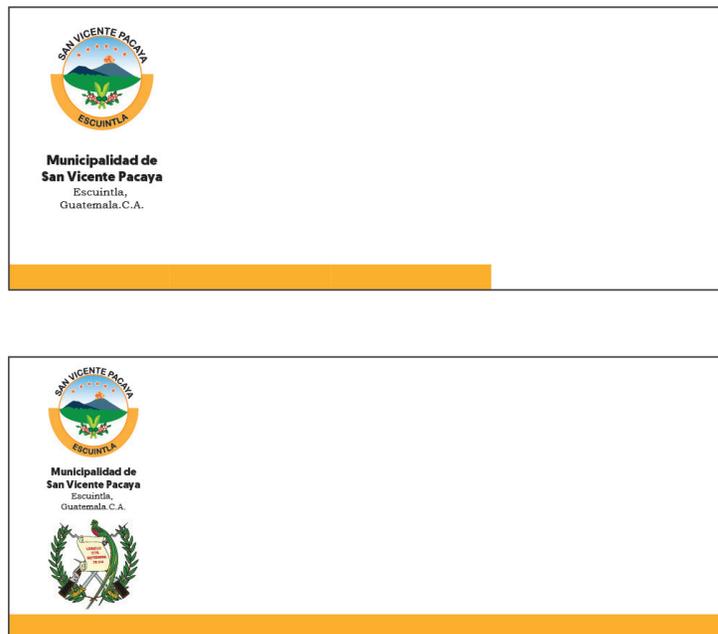


Figura 29. Boceto sobre digital 8

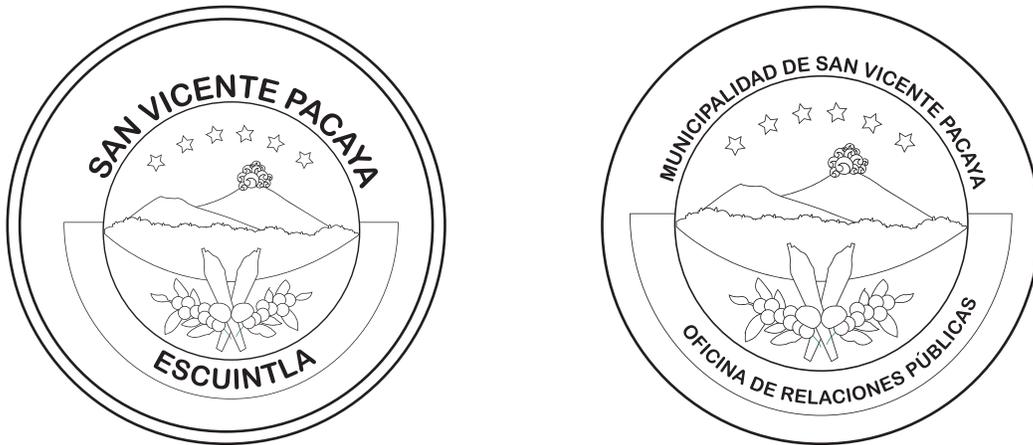


Figura 30. Boceto sellos digital 9



Figura 31. Boceto Funda CD digital 10



Figura 32. Boceto playera digital 11



Figura 33. Boceto CD digital 12

EVALUACIÓN

NIVEL 2

Expertos

Validación con expertos en diseño gráfico

Se evaluó un total de 9 expertos en el diseño gráfico, personas especializadas en el ramo de agencias de publicidad como Marysol Dávila, Yavehni de León periódicos como Billy Melgar y Daniel Lux Sandoval y personas que trabajan como Freelance docentes de la URL como Christian Montenegro de Amor Pixelado.

Muestra

Docentes universitarios con experiencia en el campo del diseño editorial y branding.

Metodología

Se proyectaron una serie de bocetos digitales vía googleforms de la imagen institucional para que fueran evaluadas.

Resultados y análisis

De un total de 09 docentes encuestados se determinaron los siguientes resultados:

- Un 77.8 de los encuestados considera que la diagramación es adecuada pudiendo mejorar al momento del diseño final, y un 22.2 considera que necesita mejorar la diagramación.
- La legibilidad y la lecturabilidad es de 77.8 según los expertos por lo cual se considera aceptable, y un 22.2 considera que es desordenada. El 100% de los encuestados considera que las piezas son adecuadas para el grupo objetivo de acuerdo a sus aspectos culturales.

- De las 3 opciones de hojas corporativas los expertos consideraron lo siguiente: un 44.4 es la opción 3, el 33.3 considera que es la opción 2 y al final un 22.2 es la opción 1.
- En su criterio como profesionales los expertos consideraron los siguientes resultados para la opción de carpeta corporativa, un 55.6 concluyó que es la opción 2 la más adecuada, y el 44.4 considera que es la opción 1 a una tinta.
- De las 3 opciones de firma electrónica, ellos consideraron los siguientes resultados, un 55.6 concluyeron que la opción 3 es la más adecuada por su legibilidad y un 44.4 considera que la opción 2 es la más atractiva.
- La calidad técnica en la elaboración de las piezas es de 55.6 considera que es buena aceptable, un 22.2 considera que es excelente y un 22.2 concluyó que es regular.
- El 66.7% de los encuestados considera que la identidad corporativa si es innovadora y el 33.3 concluyeron que no es innovadora.
- En cuanto a contraste y manejo tipográfico podemos concluir que el 77.8 es aceptable, un 11.1 considera que es excelente y por ultimo un 11.1 resalta que debe mejorar ese aspecto.
- Un 88.9% de los encuestados concluyeron que al observar las piezas gráficas si tiene jerarquía visual y un 11.1 manifiesta que tiene que mejorar el aspecto de jerarquía visual.
- Un 88.9% de los encuestados concluye que si se aplicaron los criterios de comunicación y un 11.1% manifiesta que no se aplicaron los criterios de comunicación.

NIVEL 3 VISUALIZACIÓN



Figura 34. Boceto nivel 3 hoja inst.



Figura 35. Boceto nivel 3 tarjeta de presentación

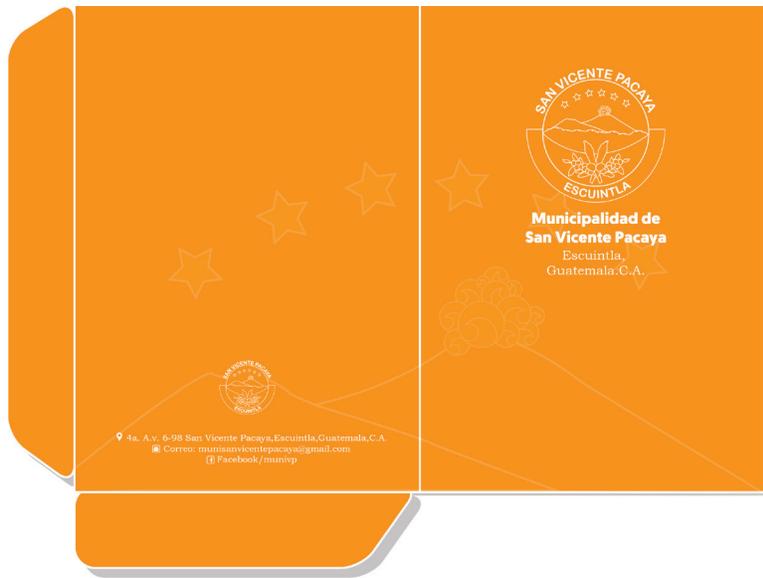


Figura 37. Boceto nivel 3 carpeta 2



Figura 38. Boceto nivel 3 Señalética



Figura 39. Boceto nivel 3 Gafete

EVALUACIÓN

NIVEL 3

Grupo Objetivo

Validación con Grupo Objetivo

Para esta última fase de validación se realizó con el grupo objetivo, en este caso se determinó el nivel de comprensión y aceptación de las piezas gráficas de la institución.

Muestra

Hombres y mujeres de una edad entre 18 a 65 años que residan en el municipio de San Vicente Pacaya, Escuintla, con una muestra de 10 personas.

Metodología

Se proyectaron una serie de bocetos digitales finales a la población Vicentina para medir el nivel de comprensión y legibilidad de las piezas y así poder determinar el nivel de entendimiento del grupo objetivo.

Resultados y análisis

Al momento de hacer el estudio con el grupo objetivo les pareció algo extraño el estudio ya que no se conocía ningún tipo de publicidad de parte de la institución. Todos coincidieron en que las piezas que estaban viendo les permitió conocer un poco más de la institución.

- Un 87.5% de la población del municipio de San Vicente responde que, si se entiende el logotipo de la municipalidad en las piezas gráficas presentadas, con lo cual un 12.5 considera que no se lee bien el logotipo.

- Un 100% de la población encuestada responde que no conoce la publicidad que realiza la institución, en diferentes términos lo manifiestan como un “no hay” y un “no se si tienen publicidad”.
- Un 100% de los encuestados considera que se debe mejorar el logotipo de la municipalidad.
- Un 57.1% responde que no le agrada el logotipo actual de la Municipalidad, un 14.3% considera que no son alegres, un 14.3% responde que es “feo” y un 14.3% manifiesta que “no se lee”.
- Un 87.5% considera que la renovación de colores a la institución puede ayudar a mejorar a que la población identifique a la Municipalidad de San Vicente y un 12.5 responde que no se logrará.
- El tamaño del texto según los encuestados es adecuado para la lectura.
- Un 100% de los encuestados considera que las piezas gráficas pueden ayudar a mejorar una mejor comunicación de parte de la institución con la población ya que actualmente es cero.
- Un 100% de la población responde que una nueva imagen puede ayudar a levantar la mala imagen de corrupción que tiene la institución actualmente.
- Un 62.5% del 100% de afirmaron que consideran que la papelería corporativa es fácil de comprender y no es difícil de entender, un 12.5% responde que está “clara” y un 25% dice que está “bien”.

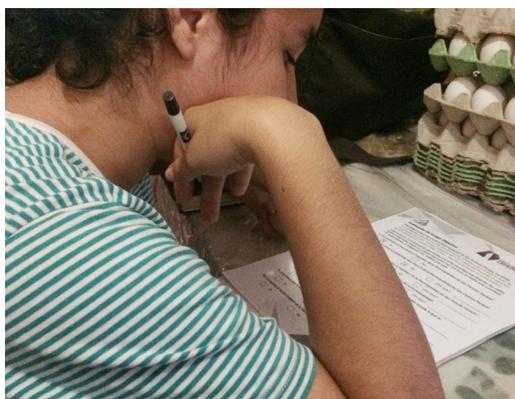


Figura 40. Grupo objetivo



Figura 41. Grupo objetivo

Propuesta **Final**

PROPUESTA FINAL

Identidad institucional

Esta propuesta gráfica para la Municipalidad de San Vicente Pacaya donde las piezas estan basadas en las necesidades de la institución ya que no cuentan con una línea gráfica establecida con lo cual este proyecto ayudará a mejorar la imagen interna como externa para mejrar la comunicación con el grupo objetivo. La temática que se manejó fue la imagen icónica del municipio que fue el Volcan de Pacaya.

01	Pág 05	Simbiología básica
02	Pág 17	Normas del logotipo
03	Pág 33	Papelería institucional
04	Pág 43	Imagen institucional
05	Pág 59	Imagen Promocional

Contenido

Figura 42. Índice manual N.

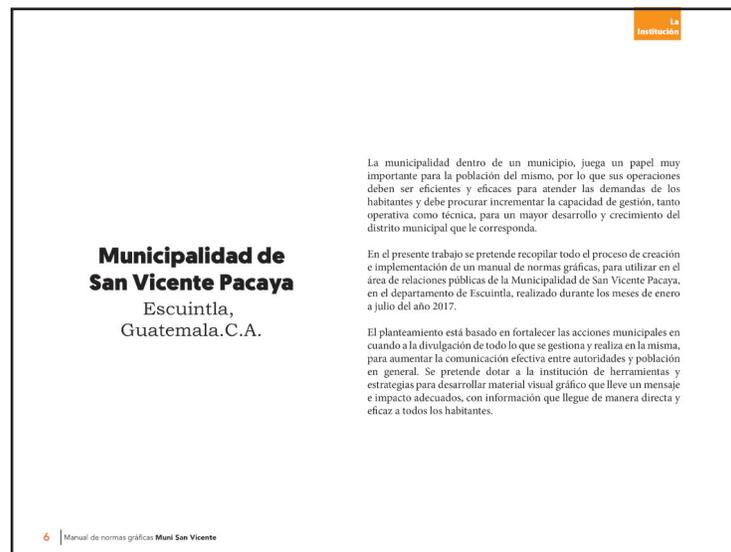


Figura 43. Manual Normas G.

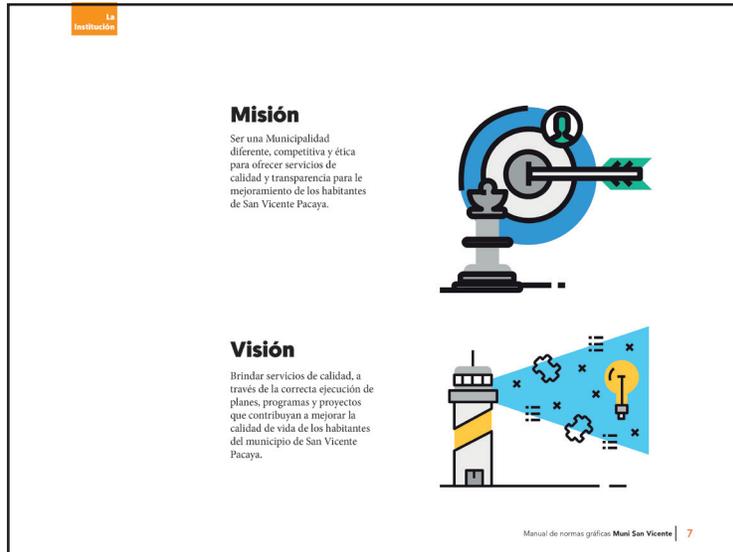


Figura 44. Manual Normas G.

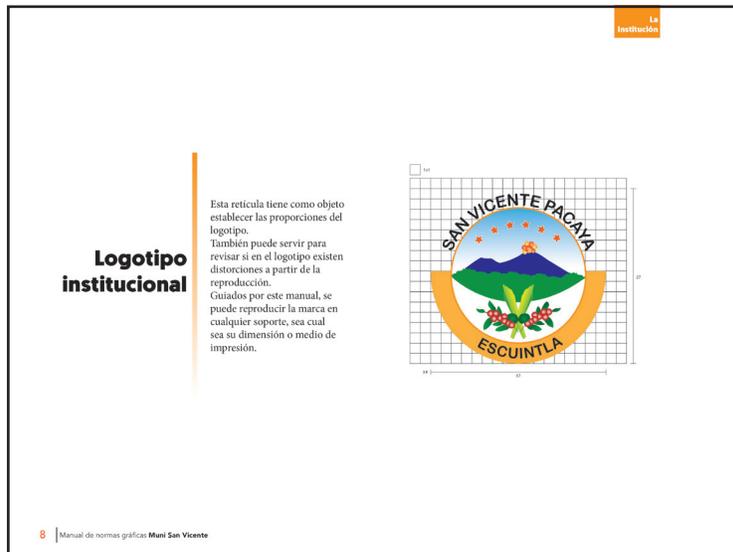


Figura 45. Manual Normas G.

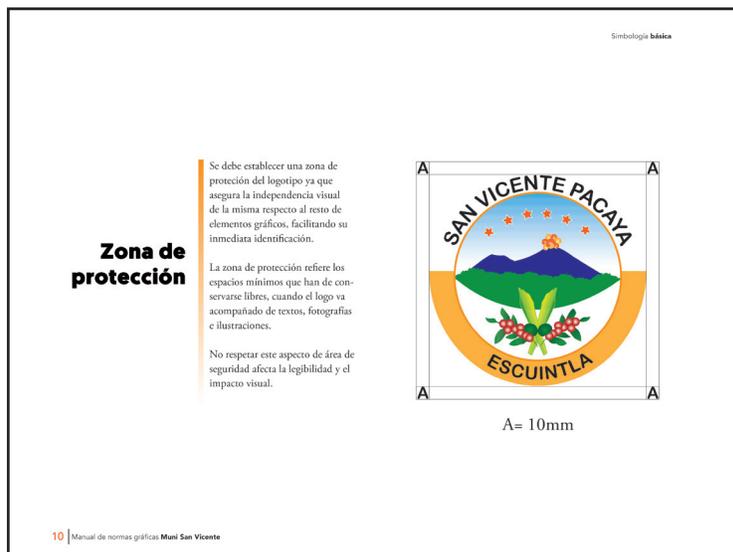


Figura 46. Manual Normas G.

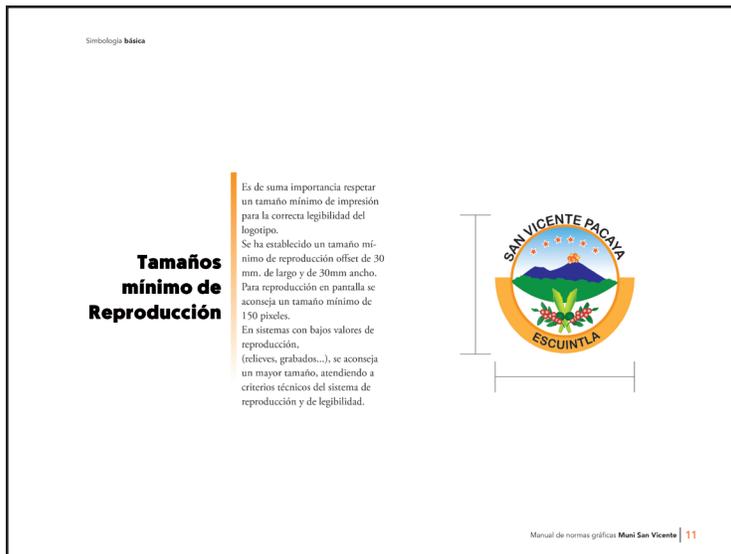


Figura 47. Manual Normas G.

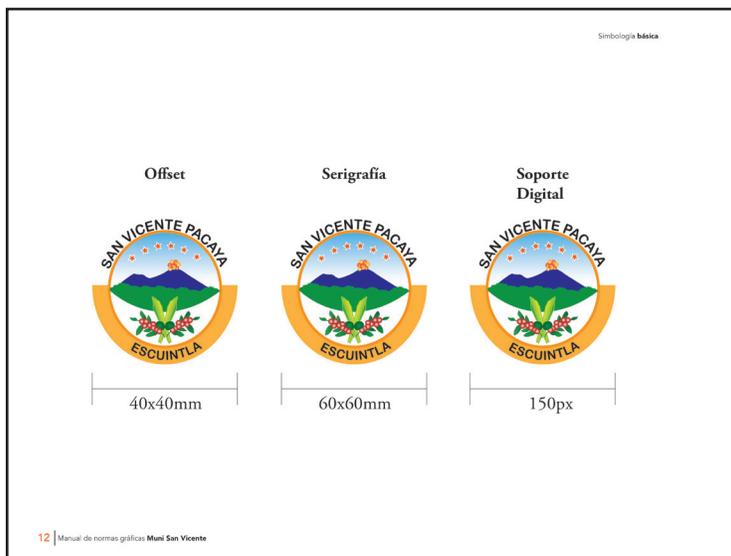


Figura 48. Manual Normas G.

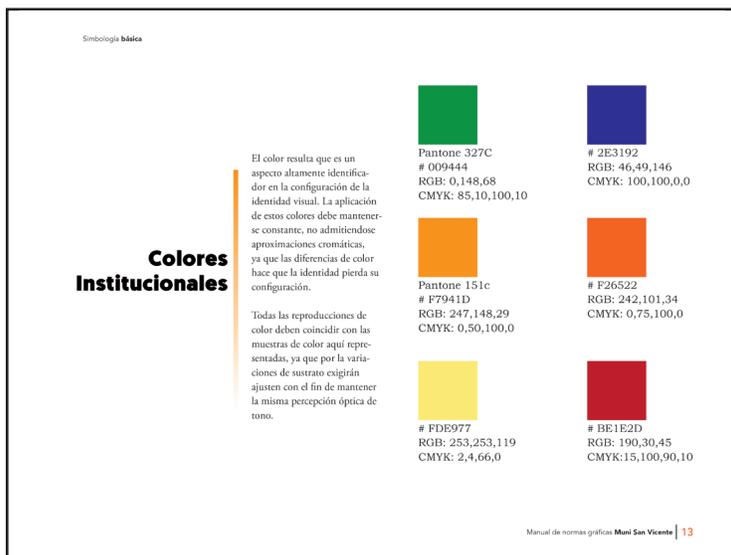


Figura 49. Manual Normas G.

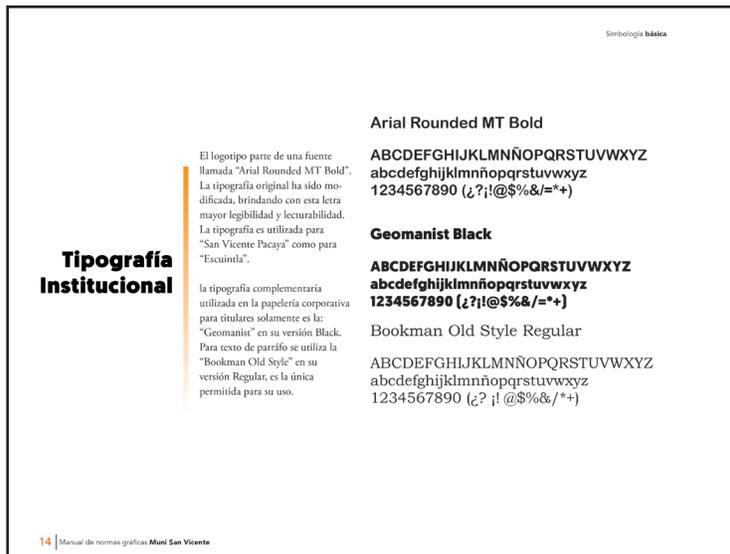


Figura 50. Manual Normas G.

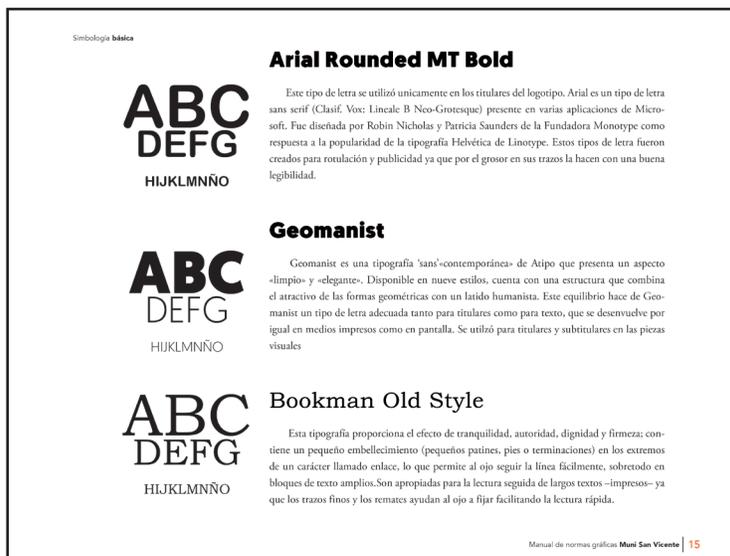


Figura 51. Manual Normas G.

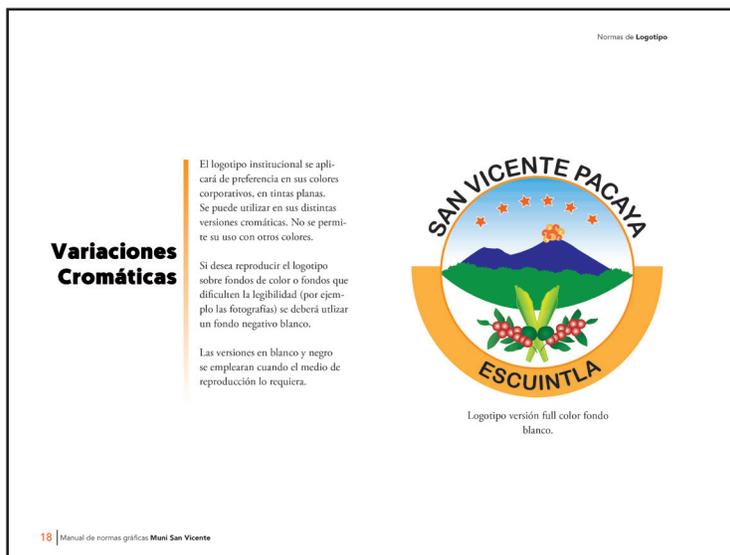


Figura 52. Manual Normas G.



Figura 53. Manual Normas G.



Figura 54. Manual Normas G.

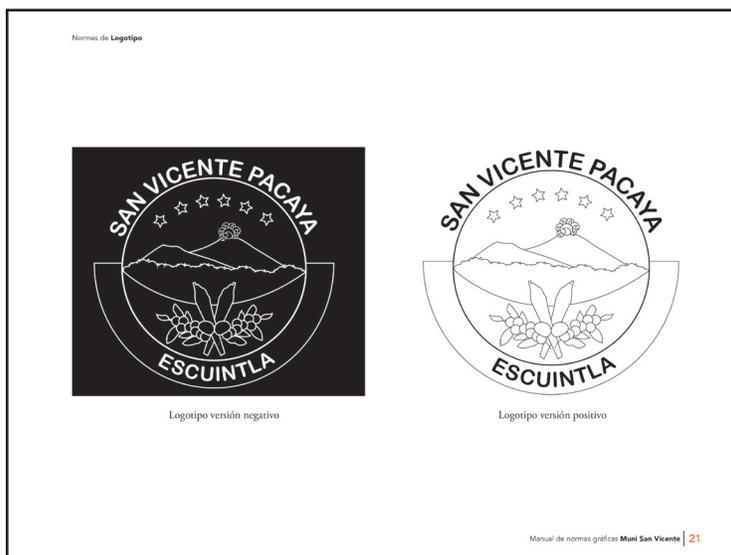


Figura 55. Manual Normas G.

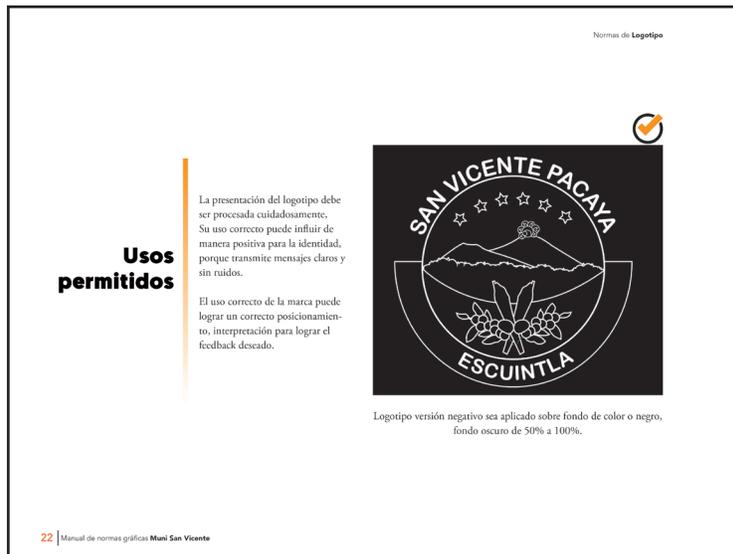


Figura 56. Manual Normas G.



Figura 57. Manual Normas G.



Figura 58. Manual Normas G.

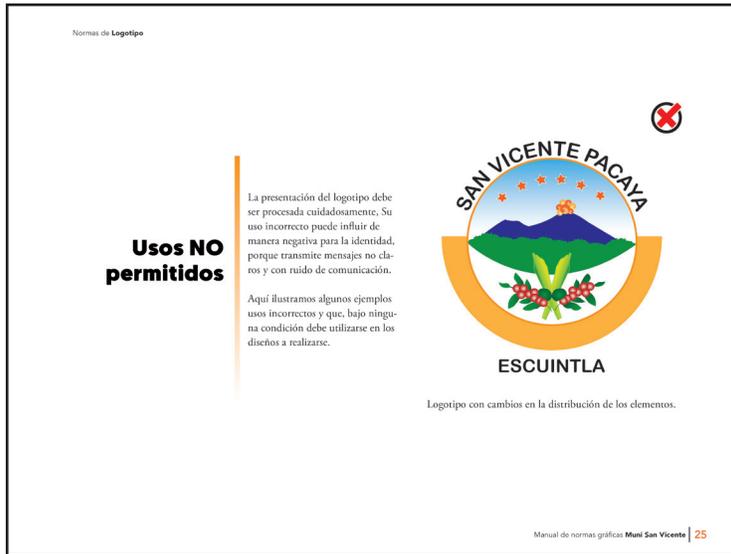


Figura 59. Manual Normas G.



Figura 60. Manual Normas G.



Figura 61. Manual Normas G.

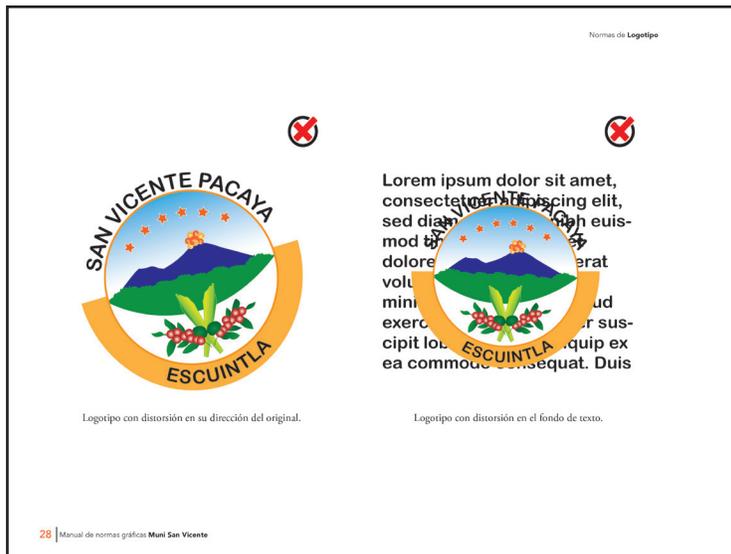


Figura 62. Manual Normas G.



Figura 63. Manual Normas G.



Figura 64. Manual Normas G.

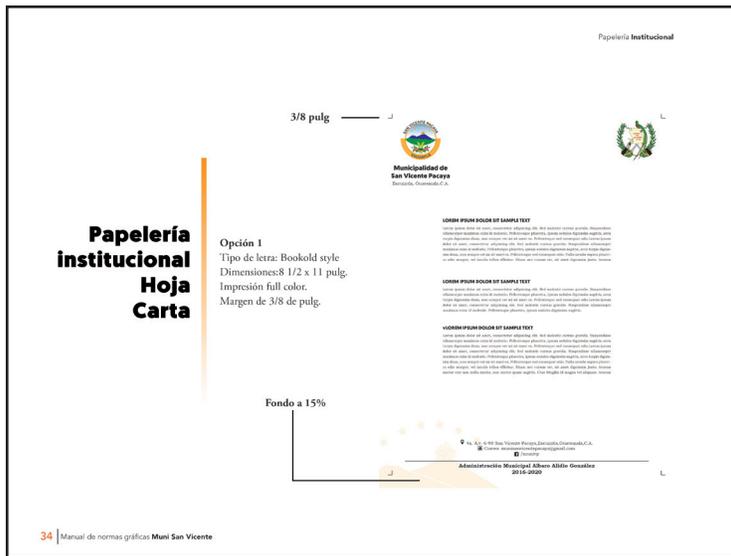


Figura 65. Manual Normas G.



Figura 66. Manual Normas G.

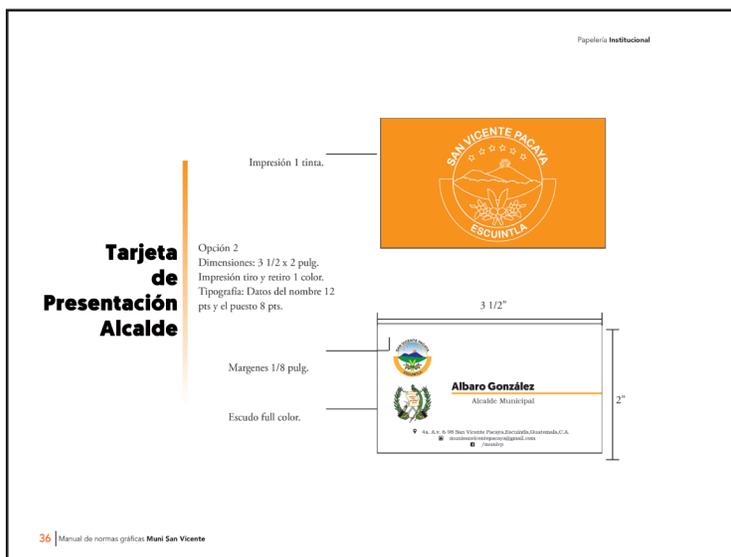


Figura 67. Manual Normas G.

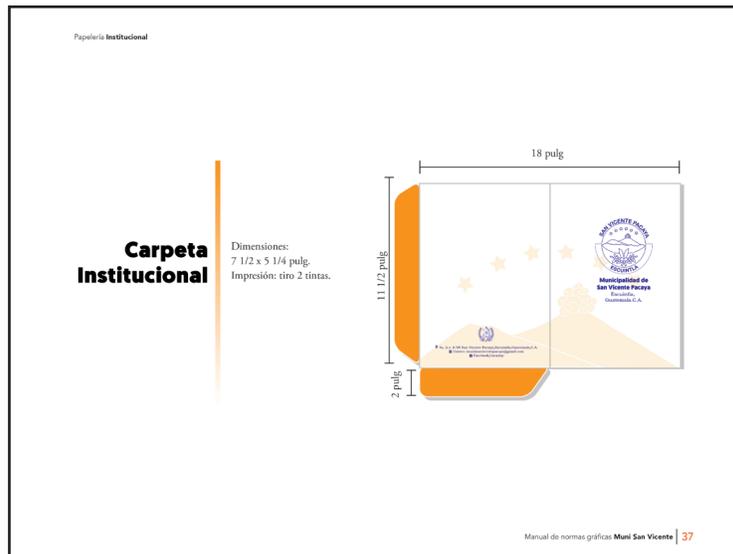


Figura 68. Manual Normas G.

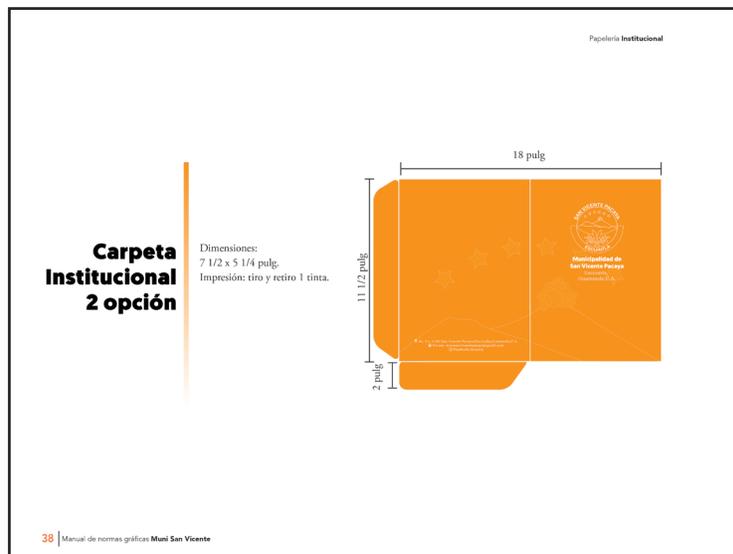


Figura 69. Manual Normas G.

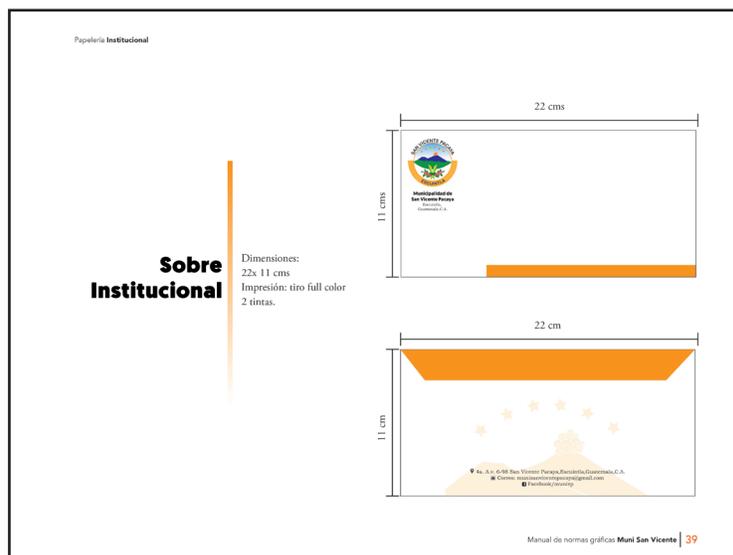


Figura 70. Manual Normas G.

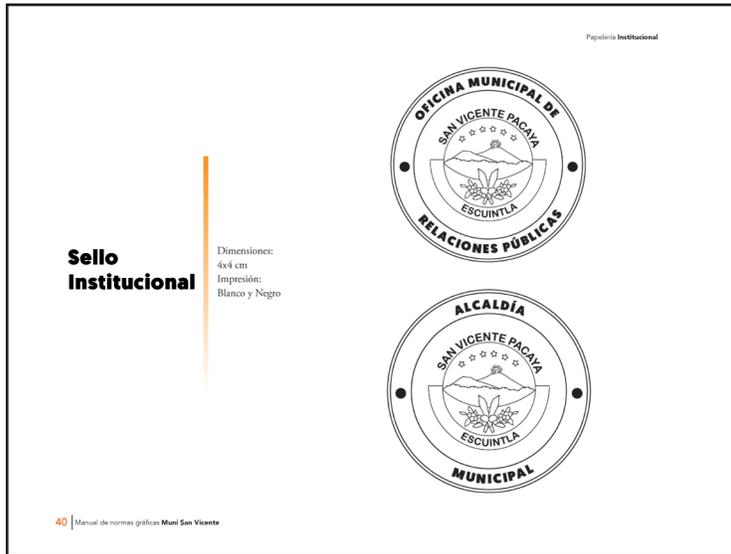


Figura 71. Manual Normas G.

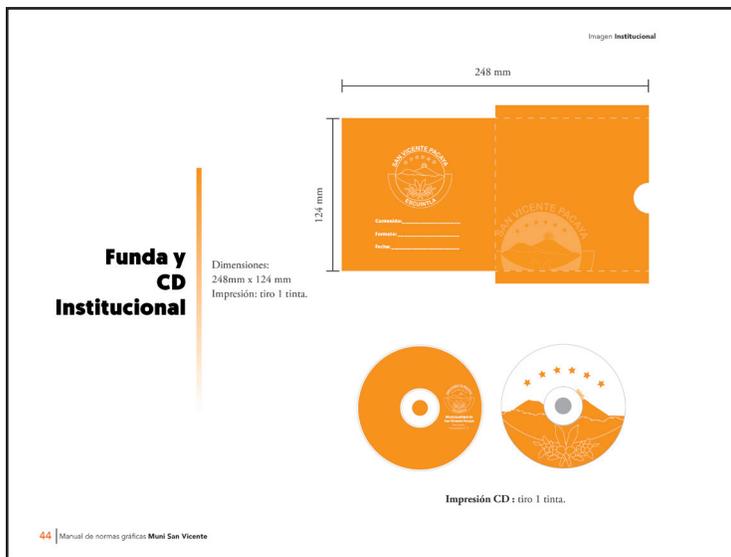


Figura 72. Manual Normas G.



Figura 73. Manual Normas G.

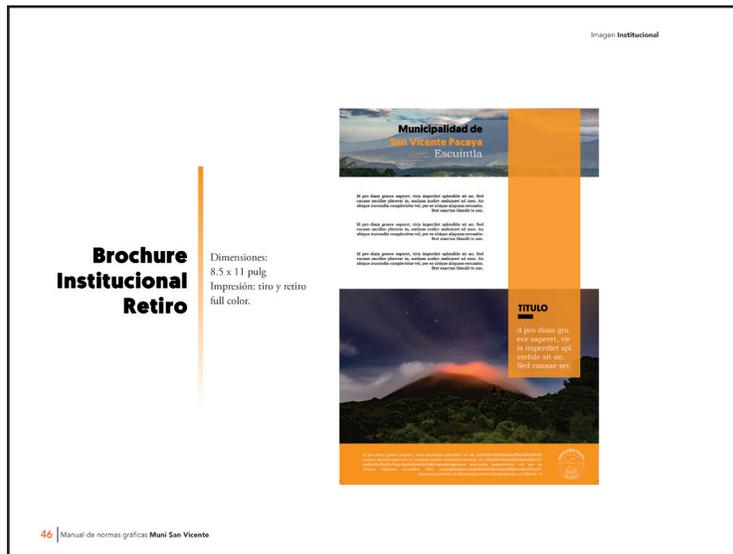


Figura 74. Manual Normas G.



Figura 75. Manual Normas G.



Figura 76. Manual Normas G.



Figura 77. Manual Normas G.

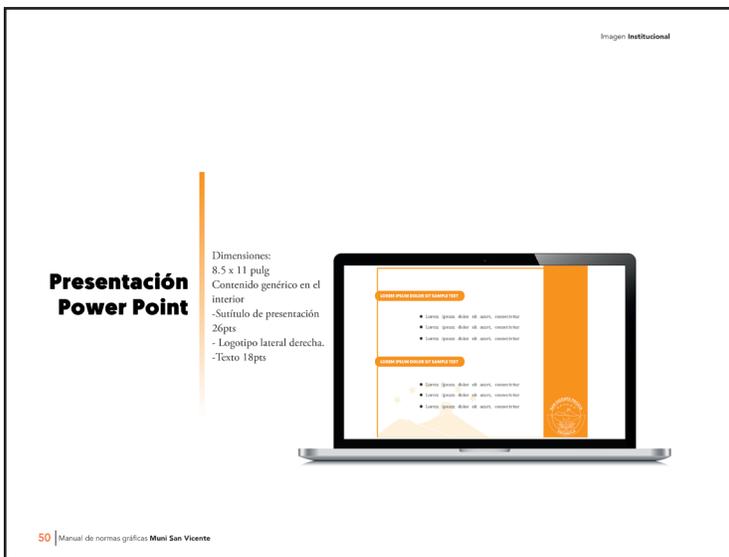


Figura 78. Manual Normas G.



Figura 79. Manual Normas G.

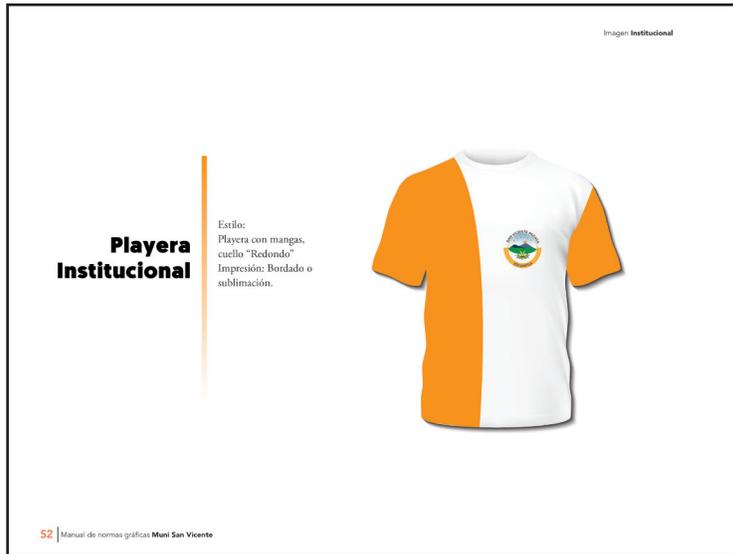


Figura 80. Manual Normas G.



Figura 81. Manual Normas G.



Figura 82. Manual Normas G.

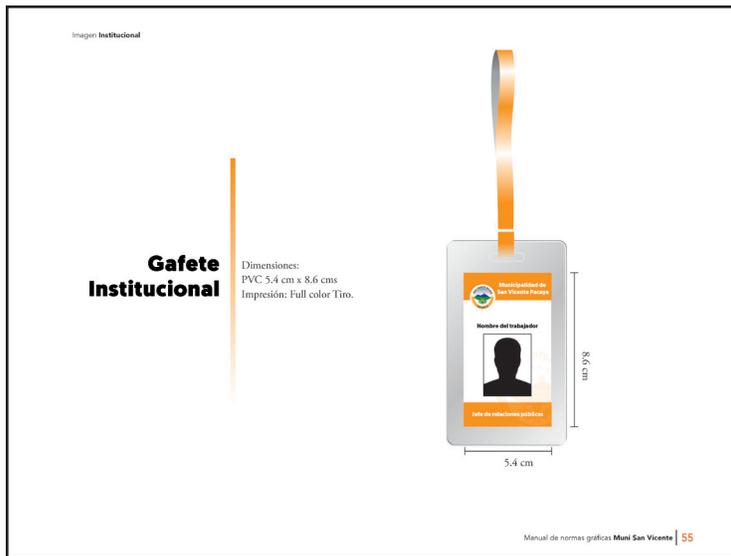


Figura 83. Manual Normas G.



Figura 84. Manual Normas G.



Figura 85. Manual Normas G.



Figura 86. Manual Normas G.



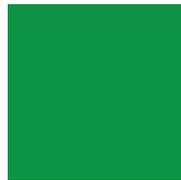
Figura 87. Manual Normas G.

FUNDAMENTACIÓN

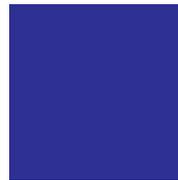
Propuesta final

Código cromático

El color es un aspecto muy importante en cualquier pieza ya sea impresa o digital que se quiera diseñar, es por eso de lo importante de que al momento que escoger un color sea el adecuado que describa y cumpla su cometido de comunicar. La paleta cromática utilizada se basa en el logotipo ya que estos colores fríos como el verde, azul denotan el clima frío del volcán y los colores cálidos están basados en el trópico que caracteriza al departamento de Escuintla.



Pantone 327C
009444
RGB: 0,148,68
CMYK: 85,10,100,10



2E3192
RGB: 46,49,146
CMYK: 100,100,0,0



Pantone 151c
F7941D
RGB: 247,148,29
CMYK: 0,50,100,0



F26522
RGB: 242,101,34
CMYK: 0,75,100,0

Azul

Credibilidad, profundidad, autoridad, fuerza, profesionalismo y concentración. En los valores que puede transmitir este color es dar apariencia de institución seria, con autoridad y fuerza.

Verde

Via, renovación fuerza, con ellos podemos transmitir que la institución esta activa trabajando en el desarrollo para la población del municipio.

Naranja

Energía, alegría, felicidad, atracción, creatividad. El naranja estimula la mente, renueva la ilusión en la vida y es el perfecto antidepresivo. Es la fuerza intelectual en su pleno apojero y en plena búsqueda del conocimiento. Aporta bienestar y buen humor.

Este color fue el de mayor presencia en todas las piezas visuales en 1 tinta libera las emociones negativas, y puede ayudar a la institución a posicionarse con la población.



Figura 88. Escudo San Vicente P.

Código tipográfico

Se utilizaron familias tipográficas: Arial, Geomanist y Bookstyle. Las primeras dos tipos pertenecen a las de palo seco ya que aportan modernidad y legibilidad, por su morfología sin remates aporta una sensación de estabilidad. Es un mandamiento tipográfico la combinación de un tipo de letra San Serif con una Serif para generar armonía tipográfica en las piezas visuales.

Arial Rounded MT Bold

Este tipo de letra se utilizó únicamente en los titulares del logotipo. Arial es un tipo de letra sans serif (Clasif. Vox: Lineale B Neo-Grotesque) presente en varias aplicaciones de Microsoft. Fue diseñada por Robin Nicholas y Patricia Saunders de la Fundidora Monotype como respuesta a la popularidad de la tipografía Helvética de Linotype. Estos tipos de letra fueron creados para rotulación y publicidad ya que por el grosor en sus trazos la hacen con una buena legibilidad.

ABC
DEFG
HIJKLMNÑO

Geomanist

Geomanist es una tipografía 'sans' «contemporánea» de Atipo que presenta un aspecto «limpio» y «elegante». Disponible en nueve estilos, cuenta con una estructura que combina el atractivo de las formas geométricas con un latido humanista. Este equilibrio hace de Geomanist un tipo de letra adecuada tanto para titulares como para texto, que se desenvuelve por igual en medios impresos como en pantalla. Se utilizó para titulares y subtítulos en las piezas visuales

ABC
DEFG
HIJKLMNÑO

Bookman Old Style

Esta tipografía proporciona el efecto de tranquilidad, autoridad, dignidad y firmeza; contiene un pequeño embellecimiento (pequeños patines, pies o terminaciones) en los extremos de un carácter llamado enlace, lo que permite al ojo seguir la línea fácilmente, sobretodo en bloques de texto amplios. Son apropiadas para la lectura seguida de largos textos –impresos– ya que los trazos finos y los remates ayudan al ojo a fijar facilitando la lectura rápida.

ABC
DEFG
HIJKLMNÑO

Arial Rounded MT Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 (¿?!@\$\$%&/=*+)

Geomanist Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 (¿?!@\$\$%&/=*+)

Bookman Old Style Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 (¿? ¡! @\$%&/ *+)

Código icónico

Los signos permiten construir y entender mejor los mensajes a través de la forma, ya que son capaces de transmitir significados. Los signos visuales en este caso los que se utilizaron en este proyecto fueron extraídos del logotipo de la institución. Se hicieron abstracciones de los elementos como el volcán y las estrellas que son las aldeas del municipio con eso se pudo trabajar en diferentes tonalidades en diferentes piezas gráficas.



LINEAMIENTOS

para puesta en práctica

Manual de identidad institucional

El manual de identidad institucional es una herramienta de diseño creada para proporcionar al diseñador gráfico la información necesaria y las especificaciones técnicas para su correcta implementación al momento de diseñar las piezas de diseño.

Al momento que la institución necesite algún diseño del contenido del manual es necesario que el usuario en este caso el diseñador consulte este material y esta obligado a cumplir las reglas del mismo.

Algunas piezas de diseño se presentan en dos versiones, ya que da a criterio del jefe de diseño o relaciones públicas, la elección de la versión a diseñar.

Otras piezas de diseño están en versión digital listas para utilizar en firmas de correos o plantillas de hojas institucionales para evitar la impresión en litografía.



Figura 89. Mock Up tarjetas de P.

PRESUPUESTO

Aporte económico del proyecto

Costo del proceso			
Producto o servicio	Descripción	Costo	
Investigación	Protocolo/ investigación	Recopilación de información, documentación y análisis de información, definición de problema de diseño, establecer objetivos.	Q 6,000.00
	Marco teórico	Investigación, documentación análisis de temas que se desarrollarán durante el tiempo del proyecto.	Q4,000.00
Definición creativa	Planeación estratégica		Q900.00
	Insights y concepto creativo		Q5,000.00
	Diseño de identidad gráfica		Q6,000.00
Pre producción	Planeación		Q15,000.00
	Concepto creativo		
Ilustración vectores	Vectorización de logotipo		Q2,000.00
Costo del proceso		Q38,900.00	

Tabla. 8 Aporte económico total de escuela de diseño gráfico y del Epesista al servicio de la Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla.

Gastos Fijos	
Producto o servicio	Costo
Energía eléctrica (por proyecto)	Q1,000.00
Internet (por proyecto)	Q1,000.00
Transporte (visita semanal a la institución)	Q1,200.00
Celular	Q1,200.00
USB/Cd's	Q100.00
Impresiones/sherpa	Q300.00
	Costo de gastos fijos
	Q4,800.00

Tabla. 9 Aporte económico total de escuela de diseño gráfico y del Epesista al servicio de la Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla.

Total Proyecto	
Sub-total	Costo
Proceso	Q38,900.00
Gastos fijos	Q4,800.00
	Total costo del proyecto
	Q43,700.00

Tabla. 10 Aporte económico total de escuela de diseño gráfico y del Epesista al servicio de la Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla.

CAPÍTULO 7

SÍNTESIS DE PROYECTO

100 **Lecciones aprendidas**

104 **Conclusiones**

105 **Recomendaciones**

108 **Referencias**

118 **Anexos**

ASPECTOS QUE DIFICULTARON EL PROCESO

- La institución carecía de concepto creativo y actualmente utilizan gráficas que carecen de identidad y formalidad a la institución. Ante tal situación fue necesario establecer una línea gráfica para poder generar identidad. Se vectorizó el logotipo actual realizándole algunos cambios en colores digitales y en su estructura, lo cual llevo varios días establecer los colores apropiados a los que actualmente. Inicialmente se le propuso un nuevo logotipo a la institución, pero las autoridades no autorizaron dicho cambio más que hacerlo digital.
- En la fase de investigación no había una unidad en la institución que proporcionará la información pertinente sobre datos históricos, fechas etc, por lo cual se recurrió al Internet basados en documentos como Tesis y documentos académicos.
- Cuando se inició el proceso de pre- producción se tuvo el inconveniente de que no había una persona encargada en la institución de ser el enlace sobre los bocetos presentados, ya que, por ser del Estado, todo lo autoriza el señor Alcalde Municipal.
- Otro inconveniente fue la falta de interés de parte de las autoridades de la institución en darle la importancia debida al proyecto como algo formal, ya que por siempre se ha trabajado en la institución sin normas en el ramo de relaciones públicas.

LECCIONES APRENDIDAS

- Las etapas de la vida como profesional el diseñador gráfico se enfrenta con proyectos de temas que desconoce en su totalidad, es importante que antes de formular cualquier propuesta se informe, lea, investigue y recopile toda la información pertinente al proyecto, para que no se escape cualquier detalle que puede ser de suma importancia para el mismo.
- Es importante el trabajar todos los proyectos mediante un cronograma para medir los tiempos que se llevará cada proyecto o pieza digital, ya que al momento de trabajar se tienen contemplados tiempos de entrega, pero al trabajar en conjunto con personas ajenas se pueden dar algunos atrasos que al final es tiempo y dinero perdido.
- Establecer que limitantes tiene para institución al momento de poner en práctica el proyecto, sobre todo aquellas de recursos humanos, presupuesto, etc, ya que esto puede ayudar a tomar otras decisiones que puedan fortalecer el buen desarrollo del proyecto.
- Es preciso que la Escuela de Diseño gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala tome en cuenta que las instituciones municipales de Guatemala en su gran mayoría carecen de imagen institucional, y es en donde el diseñador gráfico debe enfocar su trabajo para mejorar las identidades de las instituciones públicas.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Las identidades institucionales en las dependencias del estado son escasas en su mayoría, es por lo cual, en la Municipalidad de San Vicente Pacaya, se estableció una línea de grafica que pudiera diferenciar de las demás Municipalidades, logrando un cambio radical en su ramo editorial.
- El concepto creativo “San Vicente es de Todos” motivará al desarrollo comunitario logrando la inclusión de parte de la institución con la población.
- Si la estrategia se aplica de manera adecuada podrá incidir en el mejoramiento de la imagen ante la población, para lograr mejorar el proceso de comunicación.
- La Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico ha sido un ente de suma importancia en incidir sobre la sociedad, sobre todo en instituciones que necesitan de urgencia un diseñador San Carlista, contribuyendo a generar diseño gráfico innovador para retribuir un poco a la sociedad guatemalteca.
- Aprender a trabajar con instituciones gubernamentales ha sido de mucho aprendizaje ya que se nota de manera abismal, cuando se trabaja en lo privado o en lo público, logrando conocer procedimientos, tomas de decisiones, metodología que no conocía sobre las instituciones públicas, sobre todo la impresión al momento de que el G.O fue positiva y eso es de mucha satisfacción para un creativo

RECOMENDACIONES

- Es importante que la institución establezca la contratación de un diseñador gráfico capacitado para que se continúe aplicando la identidad institucional, unificando todos los materiales editoriales de la institución.
- Analizar la posibilidad de poder elaborar un sitio web gubernamental donde se apliquen las mismas normas gráfica elaboradas para la institución, ya que esto le brindará una mejor imagen a nivel externo a la institución.
- Recomiendo a la institución de crear un plan de medios digitales para Facebook y así poder tener otro canal de comunicación con el grupo objetivo.

A la Escuela de Diseño Gráfico USAC

- Integrar al mismo docente en los 2 semestres del proceso de graduación ya que esto dificulta el proceso de la elaboración del protocolo.
- Mejorar el proceso de recepción de la papelería del proceso de graduación ya que se torna toda una burocracia la recepción de la misma.

Al estudiante de Diseño Gráfico

- Elegir un tema de interés y que sea del agrado del estudiante ya que, al momento de generar las propuestas de diseño, si el tema no es del agrado para el estudiante puede influir en los resultados.
- Ser muy organizado y proactivo en su proyecto de graduación ya que esto le ayudará a tener un proceso de graduación más ordenado, logrando cumplir con tiempos de entrega y todas las actividades que incluye dicho proceso.
- Lograr establecer un contacto previo con el lugar o institución que se desea trabajar, estudiando que sea un lugar que estén anuentes a colaborar con el estudiante, de esta manera logrará una mejor organización y se evitará inconvenientes con su proyecto de graduación.
- Mantener siempre en alto el nombre de la USAC ante la institución en donde se está elaborando el proyecto y EPS.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Índice de figuras y Tablas

Libros

- Aguilar,Egg, E. (2001). Diagnostico social: conceptos y metodología.Segunda edición. Argentina: Editorial Lumen.140p.
- Aguilar,J.(2003). Metodología de la investigación para los diagnósticos socioeconómicos: (Pautas para el desarrollo en regiones de países que han sido mal administrados). Primera edición. Guatemala: Editorial Praxis. 176p.
- Congreso de la República de Guatemala. (2004). Código Municipal: Decreto Número 12-2002. Guatemala: Jiménez y Ayala Editores.24p.
- Congreso de la República de Guatemala. (2004). Ley de servicio municipal: Decreto 12-2002. Guatemala: Jiménez y Ayala Editores. 31p.
- Congreso de la República de Guatemala. (2004). Ley de los consejos de desarrollo Urbano y Rural: Decreto Número 11-2002. Guatemala: Jiménez y Ayala Editores. 72p.
- Contraloría General de Cuentas de Guatemala. (2013). Auditoría Financiera y Presupuestaría: Municipalidad de San Vicente Pacaya-Escuintla. Guatemala: Contraloría General de Cuentas.45p.

Libros versión electrónica

- Chavez,Norberto,(2007) La imagen corporativa, teoria y practica de indentificación institucional, Barcelona,3ª edición, 220p.Recuperado el 12 de agosto 2017. Disponible en https://books.google.com.gt/books/about/La_imagen_corporativa.html?id=3wZ3QwAACAAJ&redir_esc=y
- Costa, Joan,(2004) “La imagen corporativa” , editorial Trillas, Barcelona,,3ª edición. 200pp.Recuperado el 03 de agosto 2017. Disponible en https://books.google.com.gt/books/about/La_imagen_de_marca.html?id=Jh1Xkx0QuDMC&redir_esc=y
- Joan, Costa(2016) La imagen de marca, un fenómeno social,recuperado en 28 agosto 2017. Disponible en https://books.google.com.gt/books/about/La_imagen_de_marca.html?id=Jh1Xkx0QuDMC&redir_esc=y

- Técnicas de comunicación con personas dependientes en instituciones (2009). Recuperado el 05 de mayo de 2017. Disponible en https://books.google.es/books?id=7NvNi7bJYUC&dq=codigos+linguisticos+oral+y+escritos&hl=es&source=gbs_navlinks_s

Tesis versión electrónica

- López, Byron (2014). Tesis: “Diagnostico Socioeconomico, potenciales productivas y propuestas de inversión, San Vicente Pacaya, Escuintla”. Universidad de San Carlos de Guatemala, Recuperado el 12 de agosto 2017. Disponible en http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_0789.pdf, agosto, 2014.

- Hernández Alvarado, César Joel, Tesis: “Diseño de carretera del caserío el rodeo a la finca Taxiscobal, San Vicente Pacaya, Escuintla, Universidad de San Carlos de Guatemala, www.repositorio.usac.edu.gt/3312/, 2016. consultado en agosto 2017.

- Santizo, Iris (2010). Tesis: “Fortalecimiento institucional Asociación Comunicares” Universidad de San Carlos de Guatemala, Recuperado el 05 de mayo 2017. Disponible en http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/03/03_0842_v13.pdf.

- Trujillo, Marco (2017). Diseño de material gráfico como apoyo a la imagen institucional de la sección socioeconómica de la Universidad de San Carlos de Guatemala, proyecto de graduación, Licenciado en Diseño gráfico. Recuperado el 04 agosto 2017. Disponible en http://biblioteca.usac.edu.gt/EPS/03/03_0842_v13.pdf

Publicaciones en línea

- Banco de Guatemala (2016). Guatemala en cifras. Boletín estadístico Guatemala. Consultado el 4 de mayo de 2017. Disponible en www.banguat.com.gt

- Cosas sencillas (2017). Arial, una tipografía que está en todas partes recuperado 28 abril 2017 disponible <http://www.cosassencillas.com/articulos/arial-tipografia-muy-empleada>.

- Capriotti, Paul (2015) Branding corporativo, recuperado el 28 agosto 2017. Disponible en www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf.

- Graffica (2015) Geomanist Sans contemporanea. España. Recuperado el 18 de abril 2017 disponible en <https://graffica.info/geomanist-una-sans-contemporanea-de-aspecto-limpio-y-elegante-de-atipo/>.
- Instituto Nacional de Estadística INE. (2016). Boletín estadístico Nacional. Guatemala. Consultado el 3 de mayo de 2017. Disponible en www.ine.gob.gt.
- Universidad de Palermo (2017). Actas de diseño, el impacto del diseño en nuestras actividades diarias. Recuperado el 15 de septiembre 2017. Disponible en http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5502&id_libro=11.
- Ramon Gimeno (2012). Letras y TICs. "Legibilidad y lecturabilidad (2): aspectos tipográficos de la legibilidad" [en línea]... Recuperado el 03 de mayo 2017 Disponible en <http://lletresitics.blogspot.com.es/2012/06/llegibilitat-i-lecturabilitat-2.html>.
- ¿Qué aspectos tipográficos se deben tener en cuenta a la hora de redactar un texto especializado?(2016). Recuperado el 06 de mayo de 2017. Disponible en <https://sites.google.com/site/redacespecializada/home/5-que-aspectos-tipograficos-se-deben-tener-en-cuenta-a-la-hora-de-redactar-un-texto-especializado>

Índice de figuras

Figura 1 Daniel Sandoval Organigrama Municipalidad(Escuintla 2016)

Figura 2 Daniel Sandoval (2017)Infografía Grupo Objetivo

Figura 3 Daniel Sandoval (2017)Flujograma del proyecto

Figura 4 Referencia visual (2016)

Figura 5 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 6 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 7 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 8 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 9 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 10 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 11 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 12 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 13 Referencia imagen corporativa (2016)

Figura 14 Daniel Sandoval (2017) Lluvia de ideas

Figura 15 Fotografía Daniel Sandoval (Escuintla 2017)

Figura 16 Daniel Sandoval (2017) Boceto a mano 1

Figura 17 Daniel Sandoval (2017) Boceto a mano 2

Figura 18 Daniel Sandoval (2017) Boceto a mano 3

Figura 19 Daniel Sandoval (2017) Boceto a mano 4

Figura 20 Daniel Sandoval (2017) Boceto a mano 5

Figura 21 Daniel Sandoval (2017) Boceto a mano 6

Índice de figuras

- Figura 22** Daniel Sandoval (2017) Boceto gafetes digital
- Figura 23** Daniel Sandoval (2017) Boceto Hoja inst. 2
- Figura 24** Daniel Sandoval (2017) Boceto carpeta digital 3
- Figura 25** Daniel Sandoval (2017) Boceto carpeta digital 4
- Figura 26** Daniel Sandoval (2017) Boceto señáletica digital 5
- Figura 27** Daniel Sandoval (2017) Boceto tarjetas P. digital 6
- Figura 28** Daniel Sandoval (2016) Boceto firma digital digital 7
- Figura 29** Daniel Sandoval (2016) Boceto sobre digital 8
- Figura 30** Daniel Sandoval (2017) Boceto sellos digital 9
- Figura 31** Daniel Sandoval(2017) Boceto Funda CD digital 10
- Figura 32** Daniel Sandoval (2017) Boceto playera digital 11
- Figura 33** Daniel Sandoval (2017) Boceto CD digital 12
- Figura 34** Daniel Sandoval (2017) Boceto nivel 3 hoja inst.
- Figura 35** Daniel Sandoval (2017) Boceto nivel 3 tarjeta de presentación
- Figura 36** Daniel Sandoval (2017) Boceto nivel 3 carpeta
- Figura 37** Daniel Sandoval (2017) Boceto nivel 3 carpeta 2
- Figura 38** Daniel Sandoval (2017) Boceto nivel 3 Señáletica
- Figura 39** Daniel Sandoval (2017) Boceto nivel 3 Gafete
- Figura 40** Fotografía grupo objetivo Daniel Sandoval(Escuintla 2017)
- Figura 41** Fotografía grupo objetivo Daniel Sandoval(Escuintla 2017)
- Figura 42** Daniel Sandoval (2017) Índice manual de normas G.

Índice de figuras

Figura 43 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G.

Figura 44 Daniel Sandoval (2017)Manual Normas G

Figura 45 Daniel Sandoval (2017)Manual Normas G

Figura 46 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 47 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 48 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 49 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 50 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 51 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 52 Daniel Sandoval(2017) Manual Normas G

Figura 53 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 54 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 55 Daniel Sandoval (2017)Manual Normas G

Figura 56 Daniel Sandoval (2017)Manual Normas G

Figura 57 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 58 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 59 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 60 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 62 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G)

Figura 63 Daniel Sandoval(2017) Manual Normas G

Figura 64 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Índice de figuras

- Figura 65** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G.
- Figura 66** Daniel Sandoval (2017)Manual Normas G
- Figura 67** Daniel Sandoval (2017)Manual Normas G
- Figura 68** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 69** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 70** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 71** Daniel Sandoval (2016) Manual Normas G
- Figura 72** Daniel Sandoval (2016) Manual Normas G
- Figura 73** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 74** Daniel Sandoval(2017) Manual Normas G
- Figura 75** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 76** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 77** Daniel Sandoval (2017)Manual Normas G
- Figura 78** Daniel Sandoval (2017)Manual Normas G
- Figura 79** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 80** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 81** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 82** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G
- Figura 83** Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Índice de figuras

Figura 84 Daniel Sandoval(2017) Manual Normas G

Figura 85 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 86 Daniel Sandoval (2017) Manual Normas G

Figura 87 Daniel Sandoval (2017) Manual de Normas G

Figura 88 Daniel Sandoval (2017) Escudo San Vicente P.

Figura 89 Daniel Sandoval (2017)Mock Up tarjetas de P.

Índice de Tablas

Tabla 1 Daniel Sandoval (2017) calendario de trabajo

Tabla 2 Daniel Sandoval (2017) Calendario de trabajo de septiembre

Tabla 3 Daniel Sandoval (2017) calendario de trabajo de octubre

Tabla 4 Daniel Sandoval (2017) Recursos y responsable

Tabla 5 Daniel Sandoval (2017) Tabla de Spice

Tabla 6 Daniel Sandoval (2017) Poems

Tabla 7 Daniel Sandoval (2017) Técnica 6w

Tabla 8 Daniel Sandoval (2017) Aporte económico total

Tabla 9 Daniel Sandoval (2017) Aporte económico total

Tabla 10 Daniel Sandoval (2017) Aporte económico total



ANEXOS

INSTRUMENTO 1

EVALUACIÓN NIVEL 1

Compañero



Validación de Compañeros

Identidad corporativa para la Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla.
 Los resultados obtenidos en esta encuesta serán utilizados para evaluar el nivel de comprensión del tema "Imagen institucional" como parte del Proyecto Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico-USAC-. Muchas gracias por su colaboración.

Instrucciones: A continuación encontrará una serie de preguntas directas, las cuales deberá responder según su criterio marcando con una X en la casilla que considere correspondiente, si responde "no" indicar por qué. .

1. ¿Considera que el proceso de bocetaje es adecuado?

Si No

2. ¿Considera que cumple con el criterios de comunicación dichos bocetos?

Si No ¿Por que? _____

3. ¿Considera adecuada la diagramación ?

Si No ¿Por que? _____

4. ¿ Cree que dichas piezas son adecuadas según el grupo objetivo?

Si No ¿Por que? _____

5. ¿Considera que las piezas son difíciles de comprender?

Si No ¿Por que? _____

6. ¿ El tamaño del texto y las ilustraciones son correctas de acuerdo a cada pieza?

Si No ¿Por que? _____

7. ¿ Cree que los bocetos presentados pueden mejorar su calidad gráfica?

Si No ¿Por que? _____

INSTRUMENTO 2

EVALUACIÓN NIVEL 2

Expertos

Evaluación de Expertos en el tema

Los resultados obtenidos en esta encuesta serán utilizados para evaluar el nivel de comprensión y aspectos de diseño sobre el tema "Imagen institucional de la Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla." como parte del Proyecto de Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico-USAC-. Muchas gracias por su colaboración.

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

Hoja corporativa 1



¿La diagramación en general de las piezas gráficas de la imagen corporativa es? *

- Adecuada
- No adecuado
- Necesita mejorar

...

¿La legibilidad y lecturabilidad de las piezas es? *

- Adecuada
- Desordenada
- No se comprende

En su criterio como profesional, de las 3 opciones de hojas corporativa, ¿Cuál * considera la mejor opción?

- Opción Hoja corporativa 1
- Opción Hoja corporativa 2
- Opción Hoja corporativa 3

En su criterio como profesional, de las 2 opciones de carpeta corporativa, ¿Cuál considera la mejor opción? *

- Opción 1
- Opción 2

...

¿De las 3 opciones de Mailing, ¿Cuál considera la mejor opción? *

- 1
- 2
- 3

La calidad técnica en cuanto a la elaboración de las piezas gráficas: *

- Excelente
- Buena
- Regular
- Necesita mejorar

¿Considera atractiva e innovadora la línea gráfica aplicada de la imagen institucional? *

- Sí
- No

...

¿Los contrastes y el manejo tipográfico fueron? *

- Excelente
- Buena
- Debe mejorar

¿Al observar las piezas gráficas considera que? *

- Tiene jerarquía visual
- Falta trabajar jerarquía visual
- Necesita mejorar

...

¿Los criterios de comunicación visual fueron? *

- Aplicados
- No aplicados
- Necesitan mejorar

INSTRUMENTO 3

EVALUACIÓN NIVEL 3

Grupo objetivo




FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD DE ARQUITECTURA

Evaluación de Grupo Objetivo

Identidad corporativa para la Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla.
Los resultados obtenidos en esta encuesta serán utilizados para evaluar el nivel de comprensión del tema "Imagen institucional" como parte del Proyecto Graduación de la Licenciatura en Diseño Gráfico-USAC-. Muchas gracias por su colaboración.

Instrucciones: A continuación encontrará una serie de preguntas directas, las cuales deberá responder según su criterio marcando con una X en la casilla que considere correspondiente, si responde "no" indicar por qué.

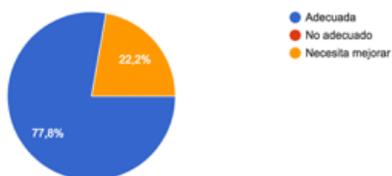
- ¿Se entiende en las piezas el logotipo de la Municipalidad de San Vicente Pacaya?
 Sí No
- ¿Conoce usted la publicidad que hace la de la Municipalidad de San Vicente Pacaya?
 Sí No ¿Por que? _____
- ¿Considera adecuado mejorar el logotipo de la Municipalidad de San Vicente Pacaya?
 Sí No ¿Por que? _____
- ¿Le gustan los colores actuales del logotipo de la Municipalidad?
 Sí No ¿Por que? _____
- ¿Considera que los colores utilizados en estos diseños pueden ayudar a que la población identifique a la Municipalidad?
 Sí No ¿Por que? _____
- ¿El tamaño del texto de las piezas son agradables para la lectura?
 Sí No ¿Por que? _____
- ¿Creó que los diseños presentados pueden ayudar a comunicarse mejor a la Muni?
 Sí No ¿Por que? _____
- ¿Considera que una nueva imagen puede ayudar a mejorar la mala imagen de la Municipalidad ?
 Sí No ¿Por que? _____
- ¿Considera que la papelería nueva de la Municipalidad son difíciles de entender?
 Sí No ¿Por que? _____
- ¿Le agrada la nueva imagen de la Municipalidad?
 Sí No ¿Por que? _____

GRÁFICAS

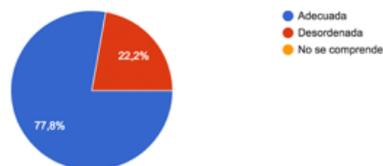
EVALUACIÓN NIVEL 2

Expertos

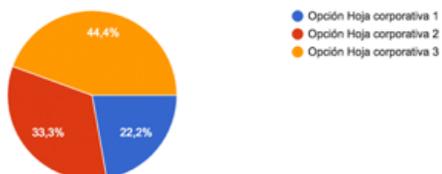
¿La diagramación en general de las piezas gráficas de la imagen corporativa es?



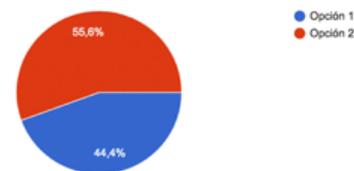
¿La legibilidad y lecturabilidad de las piezas es?



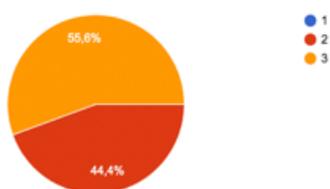
En su criterio como profesional, de las 3 opciones de hojas corporativa, ¿Cuál considera la mejor opción?



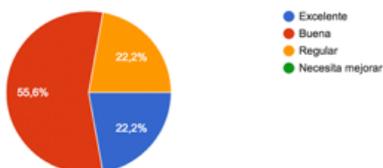
En su criterio como profesional, de las 2 opciones de carpeta corporativa, ¿Cuál considera la mejor opción?



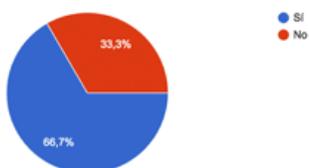
e las 3 opciones de Mailing, ¿Cuál considera la mejor opción?



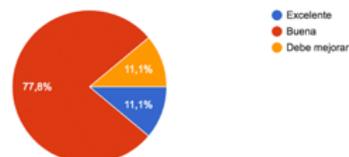
La calidad técnica en cuanto a la elaboración de las piezas gráficas:



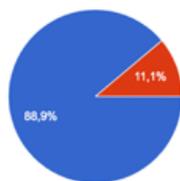
¿Considera atractiva e innovadora la línea gráfica aplicada de la imagen institucional?



¿Los contrastes y el manejo tipográfico fueron?



¿Al observar las piezas gráficas considera que?



● Tiene jerarquía visual
● Falta trabajar jerarquía visual

¿Los criterios de comunicación visual fueron?



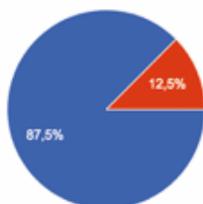
● Aplicados
● No aplicados
● Necesitan mejorar

GRÁFICAS

EVALUACIÓN NIVEL 3

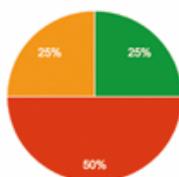
Grupo objetivo

1. ¿Se entiende en las piezas el logotipo de la Municipalidad de San Vicente Pacaya?



● si
● no

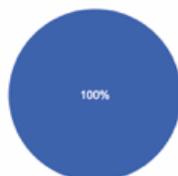
2. ¿Conoce usted la publicidad que hace la de la Municipalidad de San Vicente Pacaya?



● Si
● No
● No se si tienen publicidad
● no hay

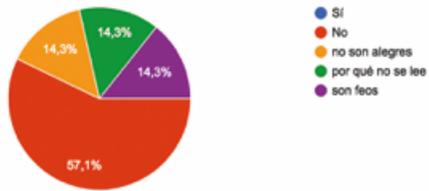
3. ¿Considera adecuado mejorar el logotipo de la Municipalidad de San Vicente Pacaya?

8 respuestas

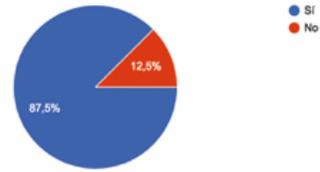


● Si
● No

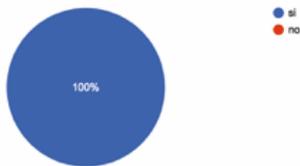
4. ¿ Le gustan los colores actuales del logotipo de la Municipalidad?



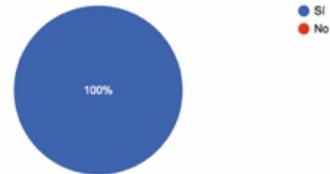
¿Considera que los colores utilizados en estos diseños pueden udar a que la población identifique a la Municipalidad?



6. ¿ El tamaño del texto de las piezas son agradables para la lectura?



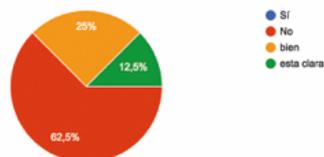
7. ¿ Creé que los diseños presentados pueden ayudar a comunicarse mejor a la Muni?



8. ¿Considera que una nueva imagen puede ayudar a mejorar la mala imagen de la Municipalidad ?



9. ¿Considera que la papelería nueva de la Municipalidad son difíciles de entender?



10. ¿Le agrada la nueva imagen de la Municipalidad?





USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Doctor
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he realizado la revisión de estilo del Proyecto de Graduación **"IMAGEN INSTITUCIONAL PARA MODERNIZAR Y FACILITAR EL PROCESO DE COMUNICACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN VICENTE PACAYA, ESCUINTLA."**, del estudiante **DANIEL ALEJANDRO SANDOVAL CANO** perteneciente a la Facultad de Arquitectura, **CUI 2543 41780 0101** registro académico **200217939**, al conferírsele el Título de Licenciado en Diseño Gráfico.

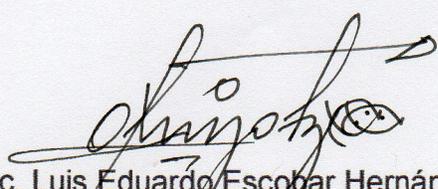
Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta, cumple con la calidad requerida.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los diez días de agosto de dos mil dieciocho.

Al agradecer su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL. No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES


Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular Facultad de Arquitectura
CUI 2715 41141 0101
Colegiado de Humanidades. No. 4509

**"Imagen institucional para modernizar y facilitar el proceso de comunicación de la
Municipalidad de San Vicente Pacaya, Escuintla"**

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Daniel Alejandro Sandoval Cano

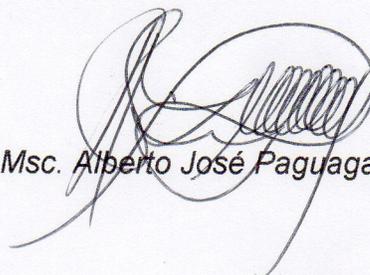
Asesorado por:



Lic. Carlos Enrique Franco Roldán



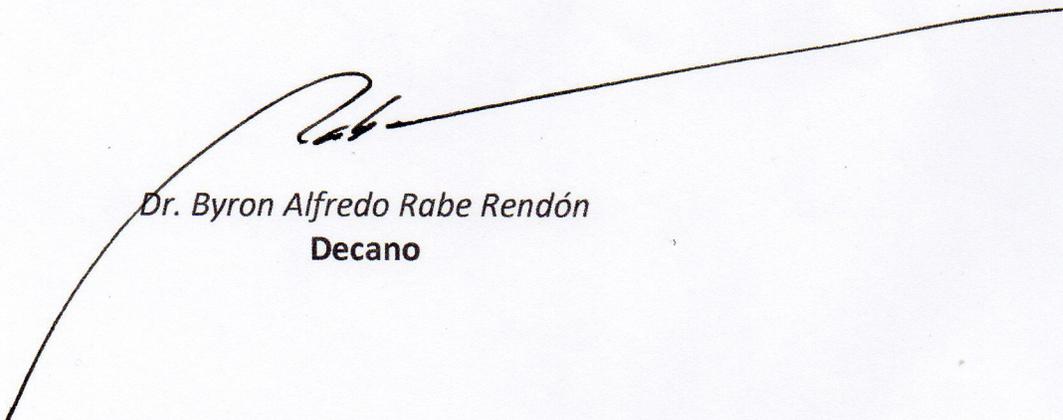
Lcda. María Berthila Gutiérrez de M



Msc. Alberto José Paguaga González

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Dr. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

