



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

“Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos histórico-culturales del programa Experiencia Centro Histórico, en la Ciudad de Guatemala. Guatemala, Guatemala, 2019”.

### **PROYECTO DE GRADUACIÓN**

Presentado a la facultad de Ciencias de la Comunicación, Guatemala; C.A

#### **ELABORADO POR**

Carol Jazmín Orellana Cortez

No. de Carné: 15005698

Para optar al título de:

#### **LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO**

Nueva Guatemala de la Asunción, Marzo 2019

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales,  
los siete recorridos histórico-culturales del programa Experiencia Centro Histórico,  
en la Ciudad de Guatemala. Guatemala, Guatemala, 2019.

Carol Jazmín Orellana Cortez

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción, Marzo 2019

**Carta de solicitud de tema**

Guatemala 13 de abril de 2018

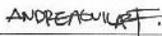
Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A VISITANTES NACIONALES, LOS SIETE RECORRIDOS HISTÓRICO-CULTURALES DEL PROGRAMA EXPERIENCIA CENTRO HISTÓRICO, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA, GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Así mismo solicito que la Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,

  
\_\_\_\_\_  
Carol Jazmin Orellana Cortez  
15005698

  
\_\_\_\_\_  
Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores  
Asesora

## Carta de aprobación de tema y asesor



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala 18 de mayo de 2018

**Señorita:**  
**Carol Jazmín Orellana Cortez**  
**Presente**

Estimada Señorita Orellana:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A VISITANTES NACIONALES, LOS SIETE RECORRIDOS HISTÓRICO-CULTURALES DEL PROGRAMA EXPERIENCIA CENTRO HISTÓRICO, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Así mismo, se aprueba a la Licda. Carmen Andrea Aguilar Flores, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## Carta del asesor de entera satisfacción con el proyecto



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 27 de marzo de 2019

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

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A VISITANTES NACIONALES, LOS SIETE RECORRIDOS HISTÓRICO-CULTURALES DEL PROGRAMA EXPERIENCIA CENTRO HISTÓRICO, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA, GUATEMALA, GUATEMALA 2019.** Presentado por la estudiante: Carol Jazmín Orellana Cortez, con número de carné: *15005698*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

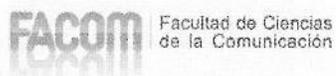
Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

*ANDREA AGUILAR F.*

Lieda. Carmen Andrea Aguilar Flores  
Asesora

## Carta de aprobación de examen privado



Guatemala, 28 de mayo de 2019

Señorita  
Carol Jazmín Orellana Cortez  
Presente

Estimada Señorita Orellana:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler  
Decano  
Facultad de Ciencias de la Comunicación

## Carta de corrector de estilo

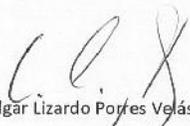
Ciudad de Guatemala, 02 de julio de 2019.

Licenciado  
Leizer Kachler  
Decano FACOM  
Universidad Galileo  
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **"DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A VISITANTES NACIONALES, LOS SIETE RECORRIDOS HISTÓRICO-CULTURALES DEL PROGRAMA EXPERIENCIA CENTRO HISTÓRICO, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA. GUATEMALA, GUATEMALA, 2019"**, de la estudiante Carol Jazmín Orellana Cortez, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez  
Asesor Lingüístico  
Universidad Galileo

## Carta de publicación del proyecto



**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

Guatemala, 05 de julio de 2019

**Señorita:**  
**Carol Jazmín Orellana Cortez**  
**Presente**

Estimada Señorita Orellana:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIALES GRÁFICOS IMPRESOS PARA DAR A CONOCER A VISITANTES NACIONALES, LOS SIETE RECORRIDOS HISTÓRICO-CULTURALES DEL PROGRAMA EXPERIENCIA CENTRO HISTÓRICO, EN LA CIUDAD DE GUATEMALA, GUATEMALA, GUATEMALA 2019**. Presentado por la estudiante: Carol Jazmín Orellana Cortez, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

**Lic. Leizer Kachler**  
**Decano**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

## **Autoridades**

### **Rector**

Dr. Eduardo Suger Cofiño

### **Vicerrectora General**

Dra. Mayra de Ramírez

### **Vicerrector Administrativo**

Lic. Jean Paul Suger Castillo

### **Secretario General**

Lic. Jorge Retolaza

### **Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Leizer Kachler

### **Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación**

Lic. Rualdo Anzueto, M.Sc.

## Dedicatoria

Estar a solo pasos de culminar mi carrera universitaria, me hace pensar en cuan lejano veía este día hace cuatro años cuando comenzaba en esta experiencia académica, que ha transformado no solo mi mentalidad con nuevos y valiosos conocimientos, sino también me ha cambiado para bien como persona.

Reconozco que aunque el proyecto lo realicé individualmente, este logro importante y de gran alegría para mi vida no es solamente gracias a mí, sino también a quienes me brindaron su apoyo en todo momento y nunca dejaron de animarme. A los siguientes dedico este logro:

A mi Dios, por finalizar una meta que empezamos juntos: por ser quien ha proveído todo tipo de recursos que he necesitado, por acompañarme de la mano a cada día de clases, por darme el ánimo para seguir adelante, por darme entendimiento y las habilidades para estar hoy aquí. Sé que esto no termina aquí, así que en ti confía mi alma para todo lo que me tienes preparado.

A mi mamá y a mi papá: por estar presentes en mi vida y formar parte de mis decisiones, por dedicarme su tiempo y su vida entera para hacer de mí una mujer de bien con valores morales y espirituales sólidos. Gracias por todas las millas extras, por sus consejos, sus cuidados y sus oraciones.

A mis amigos: por alegrarse de mis triunfos y brindarme sus palabras de apoyo cuando más lo necesitaba. Los guardo en el corazón con mucho aprecio.

A mi asesora: por compartir conmigo sus conocimientos y guiarme durante la realización de mi proyecto con paciencia, por retarme a dar algo más y no quedarme con lo primero. Gracias por todo.

## **Resumen**

A través del acercamiento con la Municipalidad de Guatemala, se identificó que no cuentan con materiales gráficos impresos que den a conocer a los visitantes nacionales, los siete recorridos histórico-culturales del programa Experiencia Centro Histórico, en la Ciudad de Guatemala.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 31 personas entre grupo objetivo, cliente, y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se diseñaron materiales gráficos impresos que permiten dar a conocer a los visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala.

Se recomendó que los materiales gráficos impresos estén disponibles y accesibles para el público objetivo, principalmente en la Casa Ibargüen sede de la Dirección del Centro Histórico, así también en las dependencias municipales aledañas al Centro Histórico de la Ciudad, para potenciar la visibilidad y existencia del servicio.

Para efectos legales, únicamente la autora, Carol Jazmín Orellana Cortez, es responsable del contenido de este proyecto, ya que es una investigación científica y puede ser motivo de consulta por estudiantes y profesionales.

## Índice

### Capítulo I: Introducción

Introducción.....	1
-------------------	---

### Capítulo II: Problemática

2.1 Contexto.....	2
-------------------	---

2.2 Requerimiento de comunicación y diseño.....	3
---	---

2.3 Justificación.....	3
------------------------	---

2.3.1 Magnitud.....	3
---------------------	---

2.3.2 Vulnerabilidad.....	4
---------------------------	---

2.3.3 Trascendencia.....	5
--------------------------	---

2.3.4 Factibilidad.....	6
-------------------------	---

### Capítulo III: Objetivos de diseño

3.1 Objetivo general.....	8
---------------------------	---

3.2 Objetivos específicos.....	8
--------------------------------	---

### Capítulo IV: Marco de referencia

4.1 Información general del cliente.....	9
--	---

4.2 Antecedentes.....	9
-----------------------	---

4.3 Identidad corporativa.....	14
--------------------------------	----

4.4 Información de recorridos.....	22
------------------------------------	----

## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

5.1 Perfil geográfico.....	26
----------------------------	----

5.2 Perfil demográfico.....	26
-----------------------------	----

5.3 Perfil psicográfico.....	27
------------------------------	----

5.4 Perfil conductual.....	27
----------------------------	----

## **Capítulo VI: Marco teórico**

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio.....	28
--	----

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño.....	34
---	----

6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias.....	45
--	----

## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

7.1 Aplicación de la Información obtenida en el Marco Teórico.....	51
--	----

7.2 Conceptualización.....	57
----------------------------	----

7.3 Bocetaje.....	61
-------------------	----

7.3.1 Proceso de Bocetaje Formal.....	62
---------------------------------------	----

7.3.2 Proceso de Digitalización de los Bocetos.....	71
---	----

7.4 Propuesta preliminar.....	82
-------------------------------	----

## **Capítulo VIII: Validación Técnica**

8.1 Población y muestreo.....	99
8.2 Método e instrumento.....	101
8.3 Resultados e Interpretación de resultados.....	103
8.4 Cambios en base a resultados.....	119

## **Capítulo IX: Propuesta gráfica final**

9.1 Propuesta gráfica final.....	128
----------------------------------	-----

## **Capítulo X: Producción, Reproducción y Distribución**

10.1 Plan de costos de elaboración.....	137
10.2 Plan de costos de producción.....	138
10.3 Plan de costos de reproducción.....	138
10.4 Plan de costos de distribución.....	139
10.5 Margen de utilidad.....	140
10.6 IVA.....	140
10.7 Cuadro resumen general de costos.....	141

## **Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones**

11.1 Conclusiones.....	142
11.2 Recomendaciones.....	143

## **Capítulo XII: Conocimiento general**

12.1 conocimiento general.....	144
--------------------------------	-----

## **Capítulo XIII: Referencias**

13.1 Referencias de libros.....	145
---------------------------------	-----

13.2 Referencias web.....	146
---------------------------	-----

## **Capítulo XIV: Anexos**

Anexo A: Brief del cliente. ....	150
----------------------------------	-----

Anexo B: Textos de los siete recorridos.....	153
--	-----

Anexo C: Tabla de niveles socioeconómicos.....	158
--	-----

Anexo D: Fotografías guía y bocetaje.....	159
---	-----

Anexo E: Digitalización de propuesta preliminar dos.....	162
--	-----

Anexo F: Encuesta de validación .....	169
---------------------------------------	-----

Anexo G: Encuesta de validación con expertos.....	172
---	-----

Anexo H: Fotografías de validación técnica con expertos, cliente y grupo objetivo.....	190
--	-----



# Capítulo I

Introducción



## Capítulo I: Introducción

La Municipalidad de Guatemala, desde el año 2012, ha implementado un programa dirigido a visitantes del Centro Histórico, cuyo objetivo es ofrecer la correcta orientación e interpretación de la historia y los valores culturales y patrimoniales que tienen lugar en la Ciudad de Guatemala. En este sentido, la institución ofrece siete recorridos con destinos diversos que se desplazan dentro del espacio comprendido entre el Centro Histórico y el Centro Cívico.

El presente proyecto de graduación titulado “Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico”, se ejecuta con el objetivo de facilitar la comunicación entre los visitantes nacionales del Centro Histórico y el personal a cargo para optimizar la gestión de dicho servicio.

Actualmente la Municipalidad de Guatemala no cuenta con una comunicación eficaz entre el personal y los visitantes, debido a la ausencia de información a través de materiales impresos que comuniquen los distintos recorridos que se ofrecen en el programa.

En respuesta al problema planteado y con la implementación de la comunicación y el diseño gráfico, se piensa crear materiales gráficos impresos que den a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos histórico-culturales del programa Experiencia Centro Histórico, en la Ciudad de Guatemala.

Para la elaboración de este proyecto se efectúa una exhaustiva investigación acerca del tema a desarrollar, del cliente y del grupo objetivo. Se evalúa la funcionalidad y usabilidad del proyecto a través del proceso de validación técnica, por medio de una encuesta cuyo objetivo es obtener datos cuantitativos y cualitativos para mejor estimación.



# Capítulo II

Problemática



## Capítulo II: Problemática

En la Municipalidad de Guatemala se detecta la necesidad de dar al programa Experiencia Centro Histórico un valor agregado que aumente la calidad del servicio.

La problemática principal detectada, da origen en el momento de recibir a los visitantes quienes desean tomar uno de los recorridos que ofrece el programa, dichas personas no conocen cuáles son los recorridos ni qué destinos incluye cada uno.

Por esta razón, es necesario implementar materiales gráficos impresos que sirvan como una herramienta útil para el personal al momento de ofrecer los diferentes recorridos que conforman el programa Experiencia Centro Histórico. Asimismo, que sirva a los visitantes como fuente de información acerca de los recorridos antes de elegir cuál de ellos tomar, y que sea de acuerdo a los lugares que desean conocer.

### 2.1 Contexto

La Municipalidad de Guatemala es la institución responsable de la administración del territorio y demás recursos del Municipio de Guatemala.

Desde 2012 ha implementado un programa de atención a los visitantes, actualmente denominado “Experiencia Centro Histórico”. Dicho programa consiste en diseñar e implementar distintas herramientas que faciliten la correcta interpretación de la historia y los valores culturales que tienen lugar en la Ciudad de Guatemala. Se cubren los destinos localizados en el Centro Cívico y en el Centro Histórico, así como las arquitecturas religiosas, las casas municipales y demás destinos de patrimonio cultural dentro de la Ciudad de Guatemala.

Actualmente se cuenta con un total de siete recorridos que están diseñados con temáticas y

destinos diferentes para los distintos grupos de personas que desean conocer lugares específicos.

En su mayoría, las personas preguntan por información completa acerca de qué recorridos ofrece el programa y del contenido del recorrido que desean tomar. Al personal le lleva más tiempo de lo deseado explicar verbalmente cuántos recorridos ofrecen y qué contiene cada uno de ellos.

Por esta razón se ha determinado que es necesario diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico. Dichos materiales deben cumplir la función de ser el medio de comunicación entre el personal a cargo y los visitantes.

## **2.2 Requerimiento de comunicación**

La Municipalidad de Guatemala no cuenta con materiales gráficos impresos que den a conocer a los visitantes nacionales, los siete recorridos histórico-culturales del programa Experiencia Centro Histórico en la Ciudad de Guatemala.

## **2.3 Justificación**

Para sustentar las razones por las que se considera importante el problema y la intervención del diseñador – comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables:

### **2.3.1 Magnitud.**

Según estudios realizados en 2015 por el Instituto Nacional de Estadísticas -INE- (Multivex Sigma Dos), la República de Guatemala cuenta con una población de 16,176,133 habitantes, conformada por 7,903,664 hombres y 8,272,469 mujeres. El departamento de Guatemala tiene un aproximado de 3,353,952 habitantes, de los cuales 2,762,900 están entre las edades de 25 a 40 años. La Ciudad Capital de Guatemala está conformada por 994,078 habitantes.

De acuerdo a los registros anuales de la Municipalidad de Guatemala (sede Casa Iburgüen), en el año 2017 se atiende a un total de 2,869 visitantes, grupo que se conforma por 1,104 hombres y 1,388 mujeres que solicitan un recorrido del programa Experiencia Centro Histórico. Con los materiales gráficos impresos se proyecta llegar a aproximadamente 5,738 personas, a través de la difusión de la existencia de los recorridos por medio de los visitantes que los recomienden.

### 2.3.1.1 Gráfica de la magnitud del proyecto.



### 2.3.2 Vulnerabilidad.

El programa Experiencia Centro Histórico lleva en vigencia cuatro años, durante los que se han implementado nuevas rutas y dinámicas para dar a conocer la historia de los lugares y del patrimonio cultural del Centro Histórico. Sin embargo, lo único que se ha innovado en este tiempo ha sido el contenido del programa, sin tomar en cuenta el método y proceso de comunicación entre los visitantes y el personal a cargo.

El proceso de comunicación actual entre el personal y los visitantes del Centro Histórico,

consiste en que las personas se dirigen a la Casa Ibargüen (sede municipal), y en recepción piden que se les dé información acerca de cómo solicitar un recorrido o bien, cómo apartar una fecha para tomar el mismo.

Este es el punto cuando la comunicación se hace lenta y tardía, ya que la recepcionista debe exponer oralmente a los visitantes toda la información acerca de cuáles son los recorridos, qué lugares se visitan en cada recorrido, cómo se lleva a cabo e indicaciones para aprovechar la experiencia al máximo. En este proceso los visitantes realizan una serie de preguntas para tomar una decisión, esta conversación puede durar entre diez y quince minutos.

Esto representa un aspecto negativo en la funcionalidad del servicio, puesto que las demás personas deben esperar más tiempo para ser atendidas. También puede obviarse información importante inconscientemente debido a los ruidos en la comunicación, que posteriormente se refleja en malos entendidos o inconformidades con el servicio.

### **2.3.3 Trascendencia.**

Con el uso de herramientas de comunicación y diseño gráfico, como las técnicas de análisis de contenido, redacción, manejo de conceptos como la forma, el color, la semiología de la imagen, entre otras, se pueden crear materiales gráficos impresos, que sean el canal de comunicación entre el personal a cargo y los visitantes, a través de los cuales se reduzca el tiempo que los colaboradores invierten en el proceso de comunicación, organización y confirmación de los recorridos que se solicitan diariamente.

Al contar con estos materiales gráficos impresos, también se aumenta la calidad del servicio

que se brinda en el Programa Experiencia Centro Histórico, que puede contribuir a mejorar la percepción por parte de los visitantes nacionales, hacia los servicios que la Municipalidad de Guatemala brinda.

#### **2.3.4 Factibilidad.**

Este proyecto es factible debido a que la Municipalidad de Guatemala cuenta con el recurso humano, organizacional, económico y tecnológico para la elaboración, impresión y distribución de los materiales gráficos impresos de los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico.

##### ***2.3.4.1 Recurso Humano.***

La Municipalidad de Guatemala cuenta con el recurso humano adecuado que posee la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades necesarias para el manejo de las funciones que se desempeñan dentro de la organización. También se cuenta con el personal responsable de generar la información que conforma el contenido de los materiales gráficos impresos a realizar.

Asimismo, se cuenta con un comunicador y diseñador con los conocimientos y habilidades óptimas para el desarrollo de este proyecto de graduación.

##### ***2.3.4.2 Recursos Organizacionales.***

Los directivos de la Municipalidad de Guatemala autorizan al personal para que esté en la disposición de generar y brindar toda la información necesaria de la institución y del programa de atención a visitantes “Experiencia Centro Histórico” para la realización de este proyecto.

#### ***2.3.4.3 Recursos Económicos.***

La organización cuenta con los recursos económicos necesarios que posibilitan la elaboración, producción y reproducción de los materiales gráficos impresos a efectuar en este proyecto.

#### ***2.3.4.4 Recursos Tecnológicos.***

El estudiante posee el equipo y las herramientas necesarias para elaborar los materiales gráficos impresos; se cuenta con una computadora Samsung i5, en la que están instalados los programas de Adobe Ilustrador, Adobe Photoshop y Adobe Indesign. Una cámara canon T5i, un trípode y una tableta gráfica Wacom intuos pro.



# Capítulo III

Objetivos de Diseño



## **Capítulo III: Objetivos de Diseño**

### **3.1 Objetivo general**

Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos histórico-culturales del programa Experiencia Centro Histórico, en la Ciudad de Guatemala.

### **3.2 Objetivos específicos**

Investigar información acerca de ciencias, artes y tendencias de ilustración y diagramación, para sustentar los elementos que conforman la propuesta gráfica final.

Recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo concerniente al programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos.

Fotografiar los destinos que incluye cada recorrido, para crear las ilustraciones de los lugares que incluyen los materiales gráficos impresos.

Diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente.



# Capítulo IV

Marco de Referencia



## **Capítulo IV: Marco de Referencia**

### **4.1 Datos generales de la institución**

Dirección del Centro Histórico, Municipalidad de Guatemala

#### **Ubicación**

7a avenida 11-66 zona 1

#### **Teléfonos**

2285-8950 /51 /52

#### **Contacto personal**

Luis Pablo Lavagnino

#### **Correo electrónico**

Luispablo.muni@gmail.com

### **4.2 Antecedentes**

La Municipalidad de Guatemala es la institución que en base a lo establecido en el Código Municipal y la Constitución de la República es la responsable de la administración del territorio y demás recursos del Municipio de Guatemala.

Su origen se remonta a los inicios del período hispánico, época en la que las formas nativas de administración de la “cosa pública” son sustituidas por el modelo europeo implantado por los españoles. La implementación de esta nueva forma de administrar data en el año 1,524, cuando es fundada la Villa de Santiago de Guatemala, en Iximché, Chimaltenango; a partir de entonces surgen en Guatemala las figuras de “Ayuntamiento” y “Alcalde”.

El ayuntamiento crece en alcance e importancia con el aumento de la población y el ensanchamiento del territorio bajo su jurisdicción; de esta forma, funciona formalmente de 1527 a 1541 en el territorio conocido actualmente como San Miguel Escobar, de 1543 a 1773; en el Valle de Panchoy (Antigua Guatemala) y a partir de 1776, inician sus funciones en la Nueva Guatemala de la Asunción. Hasta la fecha, transcurrieron 241 años desde que se celebrara la primera reunión del “Cabildo” en este Llano de la Virgen.

Para 1791, la ciudad para su administración se dividía en 6 cuarteles, cada cuartel con 2 barrios cada uno. Esta división administrativa evolucionó a cantones y desde finales de los años cincuenta, el territorio a cargo de la Municipalidad de Guatemala se encuentra conformado por 22 zonas, cada una con una alcaldía auxiliar (Municipalidad de Guatemala, 2017).

#### **4.2.1 Antecedentes de la Dirección del Centro Histórico.**

Dentro de la Municipalidad de Guatemala se cuenta con la dependencia de la Unidad de Planificación Urbana; la llamada “Dirección del Centro Histórico” ésta se encarga de velar por la revitalización del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala y de planificar, dirigir, organizar y gestionar las actividades varias que se ofrecen a través de los programas que se prestan al público; dígase, el programa de atención a visitantes, el Programa de Educación Patrimonial para Centros Educativos del Centro Histórico y el Programa de Educación Vial. En dichos programas la dirección ofrece actividades sociales, culturales y deportivas.

Su principal objetivo es mejorar y recuperar los elementos de la identidad y del patrimonio guatemalteco, a través del cumplimiento del Plan Municipal y de las normativas y reglamentos que

protegen al Centro Histórico.

A rasgos generales, el programa de atención a visitantes, consiste en diseñar e implementar distintas herramientas que faciliten la correcta interpretación de la historia y los valores culturales que tienen lugar en la Ciudad de Guatemala; que cubre primordialmente, los destinos localizados en el Centro Cívico y en el Centro Histórico.

Gracias a la intención de promover al Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala como destino turístico, se crean iniciativas de revitalización del Centro Histórico, y planificaciones para dar una orientación adecuada que a través de diversas estrategias, se les proporcione a los visitantes.

Al hablar de la relación Ciudad de Guatemala-Turismo, es fácil notar que pese a los esfuerzos realizados, a la fecha aún no se ha logrado atraer a un número mayor de visitantes a la Ciudad de Guatemala y, por ende, tampoco al Centro Histórico.

En la dependencia DCH se estudiaron distintas formas de interpretar la historia del centro y a la vez recorrer el mismo, de acuerdo a esa iniciativa se diseñaron recorridos para ser realizados en trolley, guiados, auto guiados, así como variados en su temática.

Para la gestión de estos recorridos, se planifica la organización, la calidad del servicio, el conocimiento de la historia, la señalización a nivel urbano y patrimonial, así como puntos de información específica para los visitantes (Municipalidad s.f.).

#### **4.2.2 Servicios de la Municipalidad de Guatemala.**

La sociedad da al Estado la potestad de administrar sus recursos. Por ello, el Estado busca satisfacer las necesidades y demandas de los mismos a través de las instituciones públicas. En este

sentido, la Municipalidad de Guatemala es la responsable de prestar todos aquellos servicios que procuren el bienestar de la población localizada en el territorio del Municipio de Guatemala.

Algunos de los servicios necesarios que presta la institución para el cumplimiento de dicho bienestar son: el suministro de agua potable, el servicio de alcantarillado, la extracción y tratamiento de los residuos, el control y ordenamiento del territorio, el transporte urbano, el cobro y administración del Impuesto Único Sobre Inmuebles. (Municipalidad de Guatemala, 2017).

#### **4.2.3 Misión.**

Ser una dependencia municipal que promueva la revitalización del Centro Histórico, como un lugar de historia, tradición y cultura, de orgullo de pertenencia para la ciudadanía. A través de la implementación de diferentes estrategias de gestión que conlleven a construir un lugar ideal para vivir, con espacios públicos recuperados, servicios, infraestructura y equipamientos que garanticen una alta calidad de vida.

#### **4.2.4 Visión.**

Mejorar las condiciones para vivir, trabajar y visitar el centro, promoviendo la mejora de las condiciones de habitabilidad, la regulación de los usos de suelo y la vocación de sus barrios. Con mayor convivencia, al promover la recuperación del paisaje urbano de manera que permitan entrelazar la vida barrial y el tejido urbano. Que promueva la reactivación económica, el desarrollo y la sostenibilidad, al ofrecer más oportunidades de lograrlo (véase en anexo A).

#### **4.2.5 Valores específicos.**

Responsabilidad

Creatividad

Trabajo en equipo

Cultura de servicio

Identidad con el Patrimonio Cultural

Orgullo y sentido de pertenencia

Comunicación asertiva

### 4.3 Identidad corporativa de la Municipalidad de Guatemala

#### 4.3.1 Isotipo de la empresa.



Símbolo

**Muni  
Guate**

Logotipo

### 4.3.2 Colores institucionales.



**Pantone**  
Blue 072 C  
HEX: 10069F  
RGB: 16,6,159  
CMYK:100, 95, 0, 3



**Pantone**  
Red 32 C  
HEX: EF3340  
RGB: 239, 52, 64  
CMYK:0, 86, 63, 0



**Pantone**  
306 C  
HEX: 00B5E2  
RGB: 0, 181, 226  
CMYK:75, 0, 5, 0



**Pantone**  
7480 C  
HEX: 00BF6F  
RGB: 0, 191, 111  
CMYK:75, 0, 71, 0

#### Colores Institucionales:

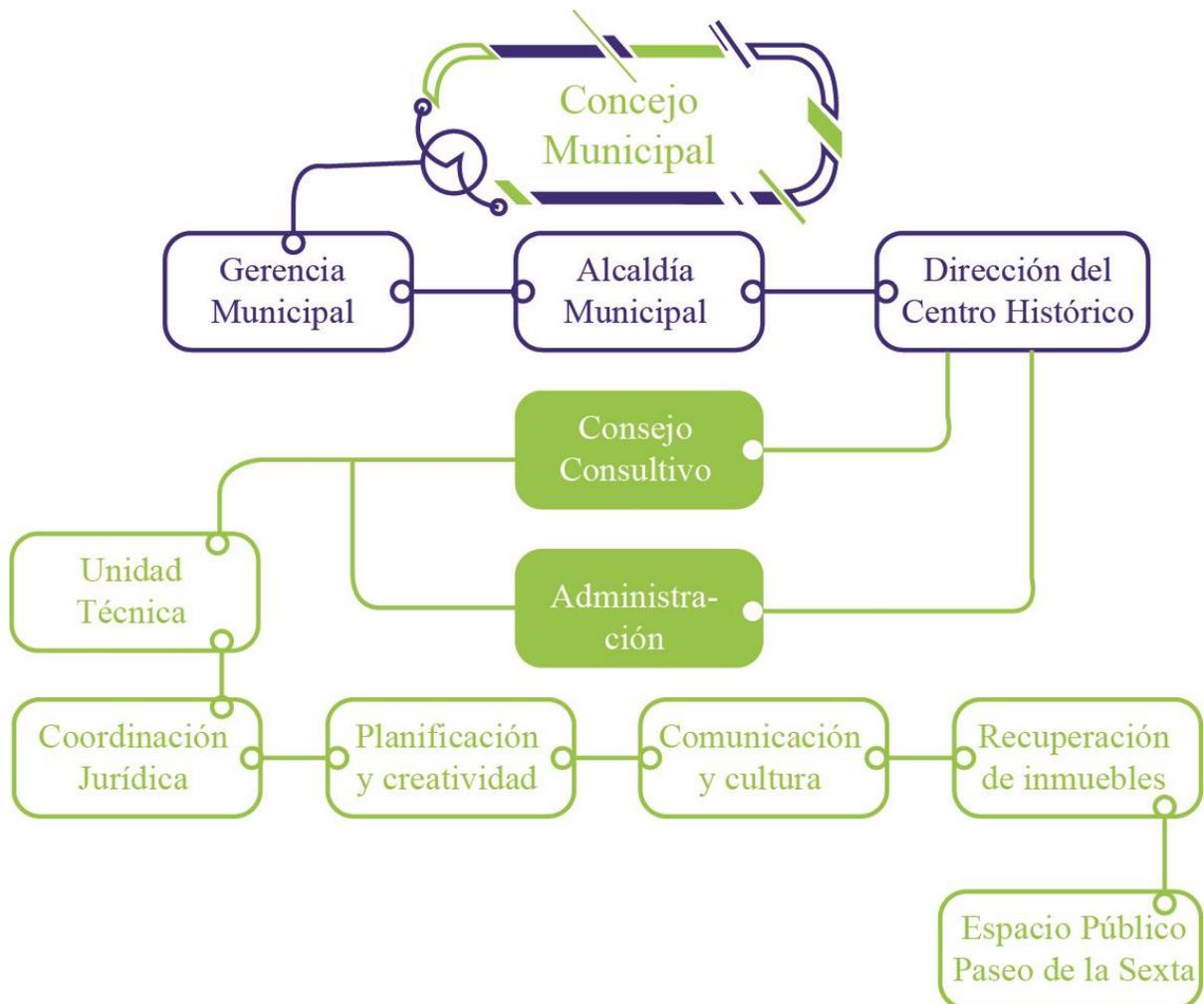


**Pantone**  
Blue 072 C  
HEX: 10069F  
RGB: 16,6,159  
CMYK:100, 95, 0, 3



**Pantone**  
375 C  
HEX: 97D700  
RGB: 1151, 215, 0  
CMYK:45, 0, 90, 0

### 4.3.3 Organigrama.



#### **4.3.4 Análisis FODA.**

##### ***4.3.4.1 Fortalezas.***

Se cuenta con una comunicación fluida y transparente de la institución hacia el pueblo guatemalteco, a través de los distintos medios de comunicación que se manejan dentro de la misma.

La organización posee colaboradores profesionales con las capacidades, conocimientos y habilidades necesarias para la planificación y gestión de los distintos servicios que ofrece la institución.

La Dirección del Centro Histórico cuenta con un manual de puestos y funciones, que detallan los procesos y actividades que corresponden a cada funcionario de la misma. Lo que hace que las gestiones sean ordenadas y eficientes.

La organización posee medios de comunicación digital, a través de los que es posible la viralización de información referente a las actividades y servicios que se brindan a la sociedad. Asimismo, son plataformas que pueden ser utilizadas para futura publicidad del programa de atención a visitantes del Centro Histórico.

##### ***4.3.4.2 Oportunidades.***

Según el boletín estadístico de septiembre del 2017 de INGUAT, el turismo receptor en Guatemala ha incrementado en 16% en relación al 2016. Esto representa para la Municipalidad de Guatemala, la oportunidad de acercarse más al cumplimiento del objetivo principal de la Dirección del Centro Histórico: Promover el Centro Histórico de la Ciudad como destino turístico.

El desconocimiento por parte del público, de la existencia de un programa municipal que

ofrece distintos recorridos para conocer lugares de interés en el centro histórico y cívico. Esto representa la oportunidad de aumentar las visitas, a través de diferentes estrategias de mercadeo que se enfoquen en dar a conocer dichos recorridos. Ya que a través de la observación se ha detectado que los visitantes nacionales no están enterados de este servicio por la falta de publicidad referente a ello.

El programa Experiencia Centro Histórico ofrece siete recorridos, por lo que se puede provocar que los visitantes completen los siete recorridos a través de promociones u otras estrategias. Esto influenciaría en la difusión de la existencia de los recorridos y también en el interés de los visitantes nacionales por conocer los lugares de valor cultural y patrimonial de la Ciudad, lo que aporta al cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la Dirección del Centro Histórico.

Promover a tal punto los recorridos de la Municipalidad, para que estos servicios sean conocidos y solicitados no solamente por visitantes nacionales, sino también por turistas extranjeros; a quienes se les cobre el acceso a dichos servicios de guía.

#### ***4.3.4.3 Debilidades.***

La Dirección de Centro Histórico no cuenta con información acerca de los recorridos que ofrece el Programa de Atención a Visitantes en ningún medio digital ni impreso; ni publicidad informativa referente a ello. Únicamente se cuenta con la publicación de boca en boca de dicha información.

Deficiencias en la comunicación interna de la institución, entre otras dependencias y la de la Dirección del Centro Histórico.

Pese a que la institución cumple con su misión y visión, no se ha cumplido la meta de promover al Centro Histórico como destino turístico al nivel que se desea, ante la falta de recursos humanos y económicos para expandir las metas, actividades y productos del Centro Histórico.

#### ***4.3.4.4 Amenazas.***

La cantidad de empresas que brindan tours a los turistas nacionales y extranjeros, y que tienen alianzas con los hoteles donde se hospeda la mayoría de los turistas receptores.

El EF ENGLISH PROFICIENCY INDEX (2017) establece que Guatemala se encuentra en un nivel bajo de personas que hablan inglés en el país; en el ranking mundial del dominio del idioma inglés. Esto es una variable que condiciona las atenciones y facilidades que se puede brindar a los turistas extranjeros en un futuro donde el tránsito de los mismos incremente a tal magnitud como lo procura el objetivo de la Dirección del Centro Histórico.

La reputación que circula de boca en boca, acerca del nivel de delincuencia en la Ciudad de Guatemala, y mayormente en la zona 1, donde se ubica el Centro Histórico.

Posibles bajas de turismo en el país, debido al temor por los acontecimientos y desastres naturales que han ocurrido y que han dejado lamentables consecuencias en el país durante el presente año.

### 4.3.5 Página web de la Municipalidad de Guatemala.

www.muniguate.com

Muni Guate

1551 Call Center 123 CBM

Buscar...

INICIO LA CIUDAD MUNI TRANSPARENCIA NOTICIAS REVISTA

CONÓCENOS

SERVICIOS EN LÍNEA

- 1 BÚSCA Y SELECCIONA EL PAGO A REALIZAR
- 2 VERIFICA TUS DATOS Y VALIDA EL MONTO A CANCELAR
- 3 REALIZA TU PAGO DE FORMA SEGURA

MULTAS AGUA BOLETO DE ORNATO IUSI EXPEDIENTES WEB WEB MAIL

LO MÁS RELEVANTE

Plan 2032 Ciudad de Guatemala

Ver más tarde Compartir

#### 4.3.5.1 Información de los destinos en la página web.

https://cedulas.muniguate.com

Muni Guate

Muniguate 1515 Call Center 123 BM

INICIO MAPA CENTRO HISTÓRICO AGENDA CULTURAL

EXPERIENCIA CENTRO HISTÓRICO

SITIOS CULTURALES E HISTÓRICOS

### 4.3.5.2 Estilos de ilustración de los inmuebles en la página web.



### 4.3.6 Tipos de titulares.



## 4.4 Información de dos recorridos



### EXPERIENCIA CENTRO HISTÓRICO

#### PROGRAMA DE RECORRIDOS

Experiencia Centro Histórico en un programa de recorridos guiados por el Centro y los Conjuntos Históricos de la Ciudad de Guatemala.

Cuenta con diferentes opciones para conocer la oferta turístico-patrimonial localizada en el Centro Histórico y sus Conjuntos, siendo éstas:

- 1. Plaza Mayor y Mercado Central**
- 2. De Casas, Palacios y Otras Historias**
- 3. Sexteando**
4. Paseando por Jocotenango
5. Carmen de la Fortuna
6. Experiencia Centro Cívico
- 7. Ruta de los Templos**

1. **Plaza Mayor y Mercado Central.** El Centro Histórico de la Nueva Guatemala de la Asunción es el territorio comprendido entre las actuales 1 y 18 calles, y la Avenida Elena y la 12 avenida. En este espacio rectangular se estableció la ciudad a partir de la Plaza de Armas. Esta antigua plaza se denomina actualmente "Plaza Mayor de la Constitución", fue trazada según el plano realizado por el arquitecto Marcos Ibáñez y aprobado por el rey Carlos III.

La ruta de la Plaza Mayor fue diseñada con el propósito de dar a conocer 10 sitios de interés localizados alrededor del espacio público más importante de la Ciudad de Guatemala; de esta forma el visitante conocerá el cruce de calles que da origen a la Plaza y a la Ciudad, la historia de las antiguas edificaciones que la rodeaban y la razón de ser de aquellas que aún pueden observarse.



El recorrido ha sido planificado para realizarse en 3 horas, iniciando en la esquina del **Portal del Comercio** desde donde se abordarán temas como la tipología del Centro Histórico, los nombres antiguos de las calles, y los terremotos de 1917 y 1918; continúa en el **Pasaje Rubio**, narrando la historia de la antigua Aduana Central, el Estanco del Tabaco, el Correo Postal, los negocios de antaño del Pasaje y la historia de Oliverio Castañeda De León. Al Pasaje Rubio le sigue el **Pasaje Aycinena**, lugar emblemático localizado en una parte del antiguo Marquesado de Aycinena; a la historia de los pasajes le siguen las anécdotas y tertulias materializadas en el "Peladero" del artista Efraín Recinos en las escaleras de la **Biblioteca Nacional**.

Desde la Concha Acústica y el **Parque Centenario** se revivirán historias como la de la firma del Acta de la Independencia, el Real Palacio y el Palacio del Centenario; la ruta continúa rumbo a la **Casa Presidencial y el Palacio Nacional de la Cultura**, describiendo la historia del antiguo Convento de la Concepción, el Palacio del Ayuntamiento, el Portal del Señor, el Arco y el Palacio Chino; además de temas como la Reforma Liberal y la relación del General Jorge Ubico con el número 5.

El recorrido continúa en la **Plaza Mayor de la Constitución**, en este sitio la narrativa dará lugar a la descripción de los nombres y el carácter de la Plaza, el antiguo mercado, las batallas aquí acaecidas y los monumentos en ella erigidos. A la Plaza le sigue la visita a la **Catedral de Santiago de Guatemala**, lugar desde donde se darán a conocer aspectos históricos sobre las sedes provisionales de la Catedral, la configuración y edificación del conjunto catedralicio, el arte sacro y las principales capillas.

Para finalizar se ha elegido el **Mercado Central**, comentando acerca de sus antecedentes, su distribución actual, el origen de sus principales productos, el patrimonio intangible, y la importancia política del principal centro de abasto del centro histórico de la Ciudad de Guatemala.



2. **De Casas, Palacios y Otras Historias.** A finales del Siglo XVIII la Nueva Guatemala de la Asunción recién establecida en el Llano de la Virgen, daba muestras de crecimiento con la primera etapa constructiva en el nuevo asentamiento. De esa cuenta, los mejores constructores y artesanos de la región se esmeraban edificar casas y palacios magníficos.

Este recorrido da inicio en el antiguo en la **Casa Iburgüen** (Antiguo Palacio de Beltranena), desde donde se realiza una breve introducción a la historia de la ciudad: sus locaciones anteriores, forma y emplazamiento. Se describe desde este sitio, la forma de las antiguas viviendas y las dinámicas de las familias de aquella época.

A continuación se visita el **Centro Municipal de Arte y Cultura** (Antiguo Palacio de Correos y Telégrafos). Este antiguo palacio constituye un excelente ejemplo de la arquitectura pública generada durante en las décadas de los años treinta y cuarenta; la visita a este recinto concluye con un recorrido guiado por el **Museo de Correos Telégrafos y Filatelia**, pequeño espacio que permite a sus visitantes una “viaje” al pasado reciente donde la comunicación giraba en torno al correo postal y el telégrafo.

Luego de visitar el “edificio del arco” la ruta nos conduce al **Antiguo Club**. Esta extensión de la Escuela Municipal de Música data de 1924, y fue restaurado recientemente. Sus espacios son propicios para recrear a través de la narrativa la forma en la que se desarrollaban las relaciones sociales en la década de los años veinte.

Al Antiguo Club le sigue la **Antigua Tipografía e Imprenta Sánchez & De Guise**. Las instalaciones de la Antigua Tipografía resguardan verdaderas joyas del patrimonio industrial relacionadas con los sistemas de impresión; fue en este lugar en el que Miguel Ángel Asturias imprimió su tesis de grado. Clemente Marroquín Rojas, Carlos Martínez Durán, Rafael Arévalo Martínez, Antonio Villacorta, Antonio Batres Jáuregui, entre otros, también confiaron a esta casa de impresión la publicación de sus escritos... un magnífico lugar para concluir con esta visita al Centro Histórico de la Nueva Guatemala de la Asunción.

La Municipalidad de Guatemala, en Dirección del Centro Histórico, proporciona la información del propósito y destinos de dos recorridos que incluye el programa Experiencia Centro Histórico. En base a ello el estudiante genera el contenido de los cinco recorridos restantes a través de una investigación acerca de datos históricos relevantes que puedan generar interés en el grupo objetivo al leer los materiales gráficos impresos. Posteriormente se redactan los textos que incluye la propuesta gráfica final (véase en anexo B).



# Capítulo V

Definición del grupo objetivo



## **Capítulo V: Definición del grupo objetivo**

El grupo meta para este proyecto se enfoca a jóvenes y adultos de 25 a 40 años de edad, con nacionalidad guatemalteca, interesados en conocer el Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, que cuentan con tiempo libre para recorrer la Ruta Histórica.

### **5.1 Perfil geográfico**

Guatemala cuenta con una superficie de 108, 890 kilómetros cuadrados, de los que el 31.04% está declarado como área protegida. Conocido como el país de la Eterna Primavera por su temperatura promedio de 20°C, y una población de 16,176,133 habitantes. Sus coordenadas geográficas son 15 ° 30' de latitud norte y 90 ° 15' de longitud oeste.

Este proyecto se lleva a cabo en el departamento de Guatemala, que se encuentra en la Región Metropolitana, específicamente en la Ciudad Capital de dicho departamento, la ciudad más habitada de la República. La Ciudad Capital se divide en 22 zonas y está poblada por 994,078 habitantes.

Los recorridos que ofrece la institución se llevan a cabo en la zona 1 de la Ciudad Capital; debido a la aprobación de los estudios presentados por la Dirección de Planificación de la Municipalidad de Guatemala, relacionados con la zonificación de la ciudad, se establecen en 1952 las delimitaciones que tendrían las zonas. Constituye la zona 1 desde 1ª. a 25 calle – y de 1ª. a 23 Avenida.

### **5.2 Perfil demográfico**

Este proyecto va dirigido a jóvenes y adultos comprendidos entre 25 y 40 años de edad, con un nivel socioeconómico de C+, C y C- sus ingresos monetarios van de 4,000 a 20,000 quetzales.

Son personas con un nivel de educación universitario, media completa o personas dueños de negocios, emprendedores o que laboran para una entidad en específico (Véase en anexo C).

### **5.3 Perfil psicográfico**

El proyecto va dirigido a personas, con interés por la historia, sienten respeto y orgullo por los orígenes y patrimonios culturales de Guatemala. Personas que admiran las grandes construcciones de arquitectura antigua en la Ciudad, pero que desconocen el trasfondo histórico de las mismas. Personas con el hábito de la lectura y autodidactas, que valoran el tiempo de calidad al aire libre y tienen la costumbre de caminar y ser muy observadores.

Estos individuos o grupos de personas, cuentan con espacios libres en su rutina para salir a conocer y a pasar tiempo de calidad, ya sea entre amigos o familia. Jóvenes que realizan proyectos de investigación para la universidad o bien adultos que desean adquirir experiencias nuevas y conocimientos significativos.

### **5.4 Perfil conductual**

El grupo objetivo valora las actividades y servicios que la Municipalidad de Guatemala ofrece al pueblo guatemalteco, mantiene una percepción positiva ante las actividades varias que dicha institución lleva a cabo en beneficio de la sociedad en general.

La opinión pública de los guatemaltecos hacia las acciones que toma la Municipalidad de Guatemala, es en su mayoría favorable. Se obtiene la participación de los guatemaltecos en las actividades que se planifican y su aceptación hacia los nuevos emprendimientos de la institución.



# Capítulo VI

Marco Teórico



## **Capítulo VI: Marco Teórico**

### **6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio**

#### **6.1.1 Institución.**

Es un ente de carácter público o privado, que se encarga de desempeñar labores ya sean culturales, políticas o sociales. Está conformada por un conjunto de personas que realizan diferentes actividades y trabajan como partes de un solo sistema para un mismo objetivo final.

Las instituciones cuentan con una identidad, cultura y política corporativa; también poseen distintos colaboradores que desempeñan tareas específicas y administran los recursos de la institución.

#### **6.1.2 Administración.**

Robbins y Coulter (2005) La administración se esfuerza por desperdiciar pocos recursos (eficiencia) y conseguir todas las metas (eficacia).

La administración se ve presente en todas las actividades que el ser humano realiza, para cada actividad se necesita un proceso de planificar, organizar, dirigir, delegar y controlar recursos diversos para alcanzar un determinado objetivo (Koontz y Werdrich, s.f.). La administración aplica a todo tipo de institución, empresa u organización ya que estas entidades crean entornos, coordinan recursos y laboran en pos de un objetivo general.

Así también en la Municipalidad de Guatemala se administran los recursos humanos, tecnológicos, conocimiento, medioambientales, materiales, infraestructura, tiempo y principalmente los recursos económicos de los guatemaltecos.

### **6.1.3 Municipio.**

Es la menor división administrativa de un Estado regida por un solo organismo. Es un territorio conformado por límites fijados y los habitantes que viven dentro del mismo, su máxima autoridad en gestión es el Alcalde, quien escoge la sociedad a través de elecciones populares.

La Constitución Política de Guatemala en su Código Municipal detalla que el municipio, como institución autónoma de derecho público, tiene personalidad jurídica y capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, y en general para el cumplimiento de sus fines en los términos legalmente establecidos (Congreso de la República de Guatemala, s.f.).

### **6.1.4 Municipalidad.**

Es la corporación gubernamental que se encarga de todas las cuestiones administrativas, económicas, culturales y sociales de un municipio. Ésta es dirigida por el Alcalde, el Consejo Municipal y demás colaboradores. Está relacionada en primera instancia con la administración de un pueblo o localidad. Su objetivo principal es velar por el bienestar de los vecinos.

La Municipalidad puede tener varias sedes; son localidades o edificios específicos a los que los ciudadanos se dirigen al momento de hacer cualquier tipo de trámites que se gestionan en dicha entidad; como el pago del servicio de agua, de luz, el boleto de ornato, entre otros.

La Municipalidad de la Ciudad de Guatemala, cuenta con varias sedes ubicadas en las diferentes zonas, y así mismo cuentan con Mini Munis que son pequeñas sedes con ubicación estratégica a manera de brindar la comodidad a la sociedad de contar con un centro dónde hacer sus pagos, cerca de sus lugares frecuentados.

### **6.1.5 Alcalde.**

El Alcalde Municipal es el funcionario electo en forma popular, directa y de manera democrática, que representa a una municipalidad y a un municipio. Es, además, el personero legal del municipio y miembro del Consejo de Desarrollo Departamental y presidente del Consejo Municipal (Alonso, Lautaro y Edrei, 2004).

Es el nombre del cargo o puesto de la persona que preside un ayuntamiento y que es la máxima autoridad gubernativa de un municipio. Así mismo es la autoridad principal de todas las tareas, y actividades en gestión de la Municipalidad. Dicho individuo se caracteriza por poseer las capacidades de un gerente eficaz; sabe planificar, organizar, delegar, dirigir y controlar las gestiones de la entidad.

Su objetivo principal es el de defender los intereses de la sociedad y velar por el crecimiento y orden del municipio en el que fue electo.

### **6.1.6 Historia.**

Es la disciplina que estudia y relata de manera cronológica los acontecimientos pasados de la humanidad. En este sentido, la Dirección del Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala, busca dar a conocer con la mayor certeza posible, los acontecimientos que han marcado a la ciudad y la historia que se esconde detrás de cada lugar y propiedad del patrimonio cultural del Centro Histórico.

### **6.1.7 Centro Histórico.**

Los centros históricos son parte integral de la ciudad y los ciclos inherentes a estas, los

determinan a lo largo del tiempo. En la Municipalidad se tiene la finalidad de conservar y recuperar el patrimonio tangible e intangible que conforma el Centro Histórico y los conjuntos históricos de la Ciudad de Guatemala. Asimismo, trabaja en el rescate del valor simbólico contenido en el Centro desde los aspectos urbano, económico, cultural, social como base de la identidad ciudadana (Municipalidad de Guatemala, s.f.).

#### **6.1.8 Patrimonio Cultural.**

Es la denominación que se le da a monumentos históricos, tradiciones, restos arqueológicos, entre otros, cuando éstos contienen un gran valor para la humanidad, el país o la sociedad; que es declarado como patrimonio cultural.

Dicha denominación existe oficialmente desde el año 1972, cuando la UNESCO alcanza un acuerdo para otorgar esta distinción. Cuando se alcanza este reconocimiento, se adoptan todo tipo de medidas, como la rehabilitación del lugar, su promoción, así como garantías para su conservación (Definiciones ABC, s.f.).

#### **6.1.9 Programa de Atención a Visitantes.**

Es uno de los programas en gestión de la Dirección del Centro Histórico, se encarga de diseñar e implementar distintas herramientas que faciliten la correcta interpretación de la historia y los valores culturales que tienen lugar en la Ciudad de Guatemala; cubre en la primera fase los destinos localizados en el Centro Cívico y el Centro Histórico. Para tal fin se ha considerado el desarrollo de: Siete recorridos del Centro Histórico, recorridos temáticos, mapas turísticos y señalización patrimonial (Municipalidad de Guatemala, s.f.).

#### **6.1.10 Visitantes.**

Son personas que se desplazan o viajan a un lugar diferente de su entorno habitual. Un visitante difiere de un turista en que el turista pernocta en el país, o ciudad que visita; de lo contrario el visitante o excursionista, no incluye pernoctación sino que su visita dura un lapso menor de horas en el lugar visitado.

Los visitantes del Centro Histórico son personas que residen en la Ciudad Capital o en el interior del país quienes se desplazan a la Ciudad, para realizar actividades distintas a las de su vida cotidiana, esto deja fuera los desplazamientos cotidianos de ir del domicilio a la universidad o al trabajo.

#### **6.1.11 Ruta Histórica.**

Es una herramienta diseñada e implementada por la Dirección del Centro Histórico, cuyo objetivo es dar a conocer a los peatones de la zona 1, acerca de los lugares históricos y culturales que se pueden visitar en un radio de cinco minutos de caminata por la Ruta Histórica. Colocada en puntos estratégicos en formato impreso dentro de mupies, disponible para el uso de los peatones que circulan por el lugar.

#### **6.1.12 Recorrido.**

Hace referencia al trayecto o ruta que algo o alguien recorre o atraviesa con un determinado fin. Como una secuencia marcada que se desplaza según sea su objetivo principal. Para conocer, competir, o repasar con cuidado un lugar en un orden establecido.

En la Municipalidad de Guatemala se crean rutas trazadas estratégicamente para llevar a

los visitantes a conocer lugares históricos de su interés, según el orden en el que se encuentran éstos dentro de la Ciudad. La institución ofrece recorridos en circuito, temáticos, guiados, auto guiados o en caminata. Actualmente existen siete recorridos:

1. Casas Municipales y Plaza Central.
2. Ruta de la fe.
3. Carmen de la Fortuna.
4. Sexteando.
5. Plaza Mayor y Mercado Central.
6. Centro Cívico.
7. Paseando por Jocotenango

#### **6.1.13 Guía turístico Municipal.**

Individuo encargado de guiar al grupo de visitantes durante todo el recorrido. Capacitado con los conocimientos esenciales acerca de la historia de Guatemala y cada uno de los destinos que durante el recorrido se conocen.

Cuenta con excelente condición física para realizar las caminatas y lo caracteriza una personalidad amigable y muy confiable. Porta el chaleco de uniforme municipal, para dar a los visitantes una imagen de autoridad y seguridad puesto que en la Ciudad se respeta dicho uniforme por parte de los ciudadanos.

## 6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

### 6.2.1 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación.

#### 6.2.1.1 Comunicación.

La comunicación es el proceso de transmitir ideas o bien símbolos, que tienen el mismo significado para dos o más sujetos los cuales intervienen en una interacción.

Es la utilización de un código específico para la transmisión de un mensaje o bien de una determinada experiencia en unidades semánticas con el objeto de permitir a los hombres relacionarse entre sí (Orozco, Rafael, s.f).

En el proceso de la comunicación, participan los siguientes actores:

Fuente: Esta se refiere al origen principal de la información que conforma el mensaje.

Emisor: Es quien tiene la necesidad y/o deseo de comunicar un mensaje.

Mensaje: Es la información que se ha codificado y se desea transmitir, por medio escrito, oral, gestos, entre otros. Con el propósito de ser decodificada y aceptada por el receptor.

Canal: Es el medio de comunicación a través del cual el emisor transmite el mensaje al receptor.

Receptor: Es la persona o grupo de personas para las cuales fue codificado el mensaje. Es quien recibe la información, la codifica y emite una respuesta a la misma.

Según Costa, J. (2004) el término “comunicación tiene su origen en la idea de comunidad”. Según los teóricos, una comunidad se define por lo que sus miembros tienen en común: una lengua,

una cultura. Pero esto no es la comunicación, que no se explica pasivamente por lo que tienen, sino por lo que hacen en común: relacionarse, intercambiar información, dialogar, discutir, colaborar, es decir, comunicarse.

La comunicación es el punto focal del diseño gráfico; ya que es en donde se origina la razón de ser del trabajo del diseñador; quien en resumidas palabras, se enfoca en construir comunicaciones efectivas a través de herramientas visuales (Frascara, J., 2000).

#### ***6.2.1.2 Comunicación corporativa.***

Se denomina así a la comunicación de carácter institucional de una empresa u organización. La comunicación corporativa es la que se conforma por todos los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a su grupo objetivo. Es decir, que la comunicación corporativa de una entidad es todo lo que conforma la estructura de la misma y todo lo que ésta dice de sí misma a través de la conducta corporativa y la acción comunicativa.

Ésta comunicación inicia desde el centro; de la razón de ser de la empresa y los procesos y cultura que conforman a la misma, hasta la comunicación que transmiten y reciben de su público objetivo.

Capriotti, P. (1999) afirma que todo comunica dentro de una empresa, a través de cada uno de los detalles y acciones se genera una expectativa de lo que se puede esperar del producto y/o servicio que esta ofrece.

Costa, J. (1999) afirma que toda empresa se encuentra en comunicación consigo misma y, directa e indirectamente, con su entorno.

#### ***6.2.1.4 Identidad corporativa.***

Tiene que ver con todos aquellos aspectos que conforman la forma de ser de la organización; es decir, su esencia; lo que son, por qué lo son, para qué lo son, cómo lo son, y a través de qué lo son. Villafañe, J. (s.f) lo expresa como “el conjunto de rasgos, atributos y aspectos profundos que definen a la empresa; algunos de estos aspectos pueden ser visibles y otros no” (pag.26)”. Sin embargo, dichos aspectos siempre son notables en los resultados del funcionamiento integral de la empresa y sus objetivos.

La identidad corporativa puede confundirse con la imagen corporativa; pero aunque bien, no son lo mismo, sí que están relacionadas una con la otra. La diferencia es que la imagen corporativa es la representación gráfica y simbólica de la identidad corporativa.

#### ***6.2.1.5 Comunicación escrita.***

Es cuando el mensaje se emite de forma escrita ya sea digital o impreso en papel. En esta instancia, el emisor codifica el mensaje con las palabras ideales para la correcta decodificación y comprensión del mensaje por parte del receptor. Cabe mencionar que el mensaje debe ser coherente y que cumpla con la meta principal que es informar; pero informar correctamente.

Existen diferentes grupos objetivos, por lo que el mensaje no va a ser codificado de la misma forma siempre. Es por ello que la información a transmitir debe estar estudiada y redactada estratégicamente para la comprensión de un público específico.

#### ***6.2.1.6 Redacción.***

Redactar es la acción de plasmar textos coherentes, que busque comunicar un mensaje a

través del idioma escrito. Es importante resaltar que el orden de las palabras, el orden de las ideas, los signos de puntuación y utilización de las demás reglas gramaticales, juegan un papel crucial ya que pueden comunicar correctamente o modificar la intención principal del autor con el texto. Por ello es necesario que se tomen en cuenta algunos aspectos al momento de redactar:

Primero se debe empezar por analizar y establecer lo que se quiere comunicar con el texto, la idea principal del mismo.

Luego es importante ordenar las ideas principales y las ideas secundarias, para que al momento de redactar las ideas aparezcan en orden y el texto tenga coherencia.

Los textos deben redactarse de manera lógica y que tengan consecución en la lectura, con las palabras justas para la comprensión de los diferentes públicos específicos.

#### ***6.2.1.7 Comunicación visual.***

Es una de las formas de comunicación más efectivas y eficientes que existe, consiste en la relación de la imagen con el significado, y es capaz de comunicar un mensaje sin importar el idioma, grado, nacionalidad, acento, ni ninguna otra posible barrera de comunicación verbal.

La comunicación visual también permite al ser humano percibir sensaciones, sentimientos o actitudes, a través de imágenes que son previamente planificadas y estructuradas para emitir un mensaje específico.

#### ***6.2.1.8 Comunicación intercultural.***

Esta rama de la comunicación, se ve presente indirectamente en la vida cotidiana de cada individuo. Esto sucede en el momento en que dos personas de culturas diferentes establecen una

comunicación ya sea verbal, escrita o de señas.

Se debe tomar en cuenta que la cultura de una persona es lo que conforma sus costumbres, su lenguaje, sus ideales, su forma de pensar y todo aquello que es la estructura de su manera de ser; su personalidad. La cultura se forma desde que nace y se construye en medida que la persona crece y del entorno en el que lo hace.

#### ***6.2.1.9 Percepción.***

Melgarejo, L. (s.f.) la define como “el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social”.

Toda organización, empresa o institución, crea consciente o inconscientemente una percepción en su público objetivo; dicha percepción se forma a partir de los mensajes que son reconocidos e interpretados de una u otra forma por los consumidores; por esta razón y recordando que todo comunica en una empresa, lo que ésta proyecta a través de sus distintas estrategias de comunicación debe estar en congruencia con su identidad y apegado a objetivos, misión y visión.

Con la implementación del diseño gráfico, se comunican mensaje determinados, que a través del color, la forma, y las estrategias de implementación; logra generar percepciones y respuestas positivas o negativas en los receptores.

La percepción es el acto de buscar significados; por lo tanto, también se puede entender como la búsqueda de comunicación (Frascara, J., 2000).

## **6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño.**

### **6.2.2.1 Diseño.**

Ordoñez, I. (s.f.) “Es un dibujo, boceto o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material o digital. El término también se emplea para referirse a la apariencia de las cosas”

Todo diseño debe cumplir con dos características importantes:

Debe ser funcional; para comunicar bien el mensaje y cumplir con los objetivos planteados.

Debe ser estético y agradable al ojo del ser humano.

El diseño está presente por todos lados, todo lo que existe tiene un diseño; pues se compone de una forma, de un estilo, de características que lo hacen visualmente atractivo, funcional y útil según sea su propósito. Todo producto ha sido diseñado antes de ser producido.

### **6.2.2.2 Diseño gráfico.**

Este concepto no hace referencia solo a colores, formas, letras ordenadas, logotipos, entre otros. Hace referencia a la capacidad de comunicar un mensaje a través del estudio y estructuración estratégica de elementos gráficos para que el receptor lo decodifique de la manera correcta. Costa, J. (s.f.) menciona que “El diseño gráfico es diseño de comunicación, así como el diseño industrial es diseño de funciones. Por consiguiente, la información se diseña, se hace visual, se organiza y se hace así más comprensible (...)”. Por esta razón el diseño gráfico puede considerarse una importante herramienta de la comunicación.

### ***6.2.2.3 Diseño editorial.***

Es la rama del diseño gráfico que permite maquetar y componer publicaciones con el objetivo de lograr una armonía entre el texto, la imagen, el diseño y la diagramación, para dotar la composición de personalidad al momento de comunicar el mensaje (Rosas, 2012). Se encarga también de procurar que las composiciones posean características, construcciones y elementos que cumplan con un objetivo estético y estén ligados a un concepto que defina el carácter gráfico y comunicacional de los mismos.

### ***6.2.2.4 Diagramación.***

Es una de las tareas del diseño editorial, consiste en la distribución de todos los elementos gráficos, imágenes y textos basados en retículas dentro de un formato ya sea digital o impreso. La correcta ubicación de dichos elementos permite que la composición sea entendible (Guerrero, 2016). La persona que se encarga de diagramar, no solamente busca que la composición se vea visualmente agradable; sino, que ésta esté construida de tal manera que en conjunto con todos los elementos se comunique el mensaje correcto al público meta seleccionado.

### ***6.2.2.5 Imprenta.***

Del Pilar, M. (s.f.) menciona que “Es un método industrial de reproducción de textos e imágenes sobre papel, que inicialmente consistía en aplicar una tinta, sobre unas piezas metálicas, llamadas tipos, para transferirla al papel por presión (...)”. Hoy en día, la imprenta ha tenido varios avances tecnológicos con la impresión digital. Ésta consiste en la impresión directa de un archivo digital a papel u otros soportes.

#### ***6.2.2.6 Soportes gráficos.***

Se refiere a materiales aptos para imprimir sobre ellos; puede ser el papel en sus diferentes representaciones y tamaños, así como también puede ser plástico, metal, tela, entre otros. Su principal función es ser el objeto sobre el cual se implanta el diseño creado para comunicar un mensaje. Escoger el soporte gráfico ideal es tan importante como determinar los textos, imágenes y colores que conforman cada diseño (Nieto, 2015). Estos soportes se ven presentes en el branding de las empresas como por ejemplo: en lapiceros, playeras, carpetas, tazas, entre muchos otros.

#### ***6.2.2.7 Materiales gráficos impresos.***

Es un impreso que se conforma por un número reducido de hojas y su composición distribuye textos e imágenes que cumplen la función de informar acerca de un determinado tema.

Se utiliza comúnmente en el área de la enseñanza, ya que sirve como material de apoyo para comunicar un mensaje de forma creativa, resumida y funcional para los receptores. También sirve como una herramienta divulgativa o publicitaria por su facilidad de distribución. Cabe mencionar que un material gráfico impreso también puede ser un díptico, un tríptico, o derivados de estos.

Su principal atractivo es el diseño gráfico; que a través de una estructura funcional, presenta fotografías, ilustraciones, colores y textos. Tiene como principal finalidad comunicar un mensaje específico, por esta razón debe cumplir con ciertas características como lo son el uso de un lenguaje comprensible, su versatilidad para comunicar; entre otras que se mencionan a continuación.

Características de un material gráfico impreso:

Tiene distintos tipos en cuanto a formatos, soportes y medidas se refiere. Algunos son sin doblez y otros pueden ser de 2, 4, o más dobleces; estos últimos se caracterizan por su capacidad de incluir más contenido debido a su superficie segmentada.

Va dirigido a un grupo objetivo específico: en base a las características del público al que va dirigido se determina el lenguaje a utilizar, los colores, las formas, la diagramación, y todos los elementos que lo conforman.

Se caracteriza por ofrecer información de alto interés y útil para el lector. Carece de textos largos y la información es puntual y concisa.

El diseño de la tipografía que se utiliza debe estar en congruencia con el mensaje y las percepciones que se pretenden comunicar. Además, debe ser legible para ofrecer una lectura coherente y ordenada.

Los folletos informativos incluyen gráficos o ilustraciones que promueven una mayor comprensión del mensaje y funcionan como incentivo visual para los lectores (Rodríguez, s.f.).

#### ***6.2.2.8 Troquelado.***

Consiste en una técnica de corte de papel, cartón u otros materiales, que ofrece diversas posibilidades para dar a los impresos diseños irregulares. Con esta técnica se logran obtener materiales más llamativos y estilizados ya que en cuanto a la forma se refiera, no hay límites.

El troquel se conforma de dos placas de madera, las cuales tienen incrustadas cuchillas con la forma del corte final del impreso. Por otro lado se encuentran las gomas que tienen la función

de separar las áreas de doblez en el material gráfico impreso (Cízero, 2016).

El troquelado puede ser:

De corte: Conformado por cuchillas que cumplen la función de cortar totalmente la forma final del impreso.

Perforación: Este es una variación del primero con la única diferencia de que no se corta totalmente el material, sino que se facilita el corte para terminar de separar el material a mano.

Semitroquelado: Este consiste en hacer un corte a media escala que no traspase todo el material. Como lo es en el caso de las calcomanías, para facilitar su extracción.

#### ***6.2.2.9 Corte digital.***

Se trata de un avance tecnológico que permite cortar y grabar sobre papel, cartulina y cartón. “Proporciona un corte casi sin límites, que destaca por su alto nivel de precisión, detalle y calidad, más allá de las barreras que impone el troquel convencional” (Truyol, 2018). Las representaciones de edificios e inmuebles troquelados es el atractivo principal de los materiales gráficos impresos.

Con esta técnica de diseño, se puede favorecer a la calidad de los materiales gráficos impresos; debido a sus detalles y acabados que dotan de elegancia y sofisticación tanto a folletos informativos como al programa de atención a visitantes Experiencia Centro Histórico.

#### ***6.2.2.10 Boceto.***

Ordoñez, I. (s.f.) “Es un dibujo hecho a mano alzada, que representa el resultado al que se quiere llegar; pero sin terminaciones exactas ni detalles finalizados”. También puede entenderse como un pre visualización de la idea principal.

Los bocetos son parte de algunas técnicas de creatividad que ayudan generar el flujo de ideas a través de varios dibujos que unificados forman un resultado final funcional.

#### ***6.2.2.11 Imagen Vectorial.***

Para definir este concepto primero es necesario comprender el significado de las dos palabras que lo componen: una imagen es la figura, representación o semejanza de un objeto. Y un vector es una imagen digital que se compone de “nodos” independientes que se definen en los programas de diseño a través de atributos matemáticos. Porto y Gardey (2012) afirma que “debido a sus componentes, la imagen vectorial puede ampliarse, moverse y estirarse de manera simple y sin distorsión, sin perder la calidad ya que sus componentes son independientes”.

Esta es una de las principales características que convierte la imagen vectorial en una herramienta útil en la comunicación y el diseño gráfico; por su facilidad de adaptación a materiales digitales o impresos varios, sin importar las dimensiones.

#### ***6.2.2.12 Color.***

Grandis (1968) señala que la sensación del color puede variar siempre, pues depende de una combinación de factores: físicos y químicos, el aparato visual y factores psicológicos.

En el diseño gráfico se utilizan los colores para potenciar el mensaje que con las formas o textos se pretende comunicar. Para ello se toman en cuenta aspectos técnicos como cuidar los contrastes, y aspectos psicológicos en base a la psicología del color para utilizarlos según sea el propósito principal; según el mensaje y la sensación que se quiere hacer percibir.

### ***6.2.2.13 Sistema sustractivo CMYK.***

Es el sistema de color sustractivo que se conforma por los colores primarios luz; es decir, el cyan, el magenta, el amarillo y negro.

Se utiliza el sistema CMYK en la preparación de imágenes que se van a imprimir en cualquier sistema de impresión de tintas. Aunque CMYK es un modelo de color estándar, puede variar el rango exacto de los colores representados, dependiendo de la imprenta, las condiciones de impresión y el sustrato sobre el que se realiza la impresión.

## **6.3 Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias**

### **6.3.1 Ciencias auxiliares.**

#### ***6.3.1.1 Semiología.***

Saussure, F. (1969) establece que es la ciencia que estudia la vida de los signos en el seno de la vida social. El signo es algo complejo, es portador de la información o de un valor significativo.

Se considera que la semiología se relaciona con la comunicación, ya que su principal estudio es el de los signos y símbolos que los seres humanos producen a través de distintos medios para comunicarse; los signos permiten transmitir mensajes específicos e incluso ideas muy abstractas, y estos pueden variar según la cultura y tradiciones pero siempre están presentes en la comunicación dentro de la sociedad.

### ***6.3.1.2 Sociología.***

La Sociología es el estudio de la vida social humana, de los grupos y sociedades. Tiene como objeto el propio comportamiento de los seres humanos. El ámbito de la sociología es extremadamente amplio, va desde el análisis de los encuentros efímeros entre individuos en la calle hasta la investigación de los procesos sociales globales.

Esta ciencia enseña que lo que se considera natural, inevitable, bueno o verdadero puede no serlo y que las "cosas dadas" de la vida están influidas por fuerzas históricas y sociales. Así también, pretende descubrir a través de estudios y análisis, el saber por qué los seres humanos son como son y por qué actúan de la forma en que lo hacen (Guiddens, s.f. p.14).

### ***6.3.1.3 Psicología.***

Según De Elena y Arana (1997). “conocer cómo son las personas permite comportarse de forma adaptativa a la conducta de los demás, dando una respuesta óptima a cada situación”.

Esta ciencia estudia el conocimiento mental acerca de las personas y sus comportamientos; costumbres, hábitos, ideas, formas y pensamientos, entre otros. Busca recabar dicha información para analizarla, y hacer de esos conocimientos herramientas útiles, para llegar a comprender el comportamiento de cierto grupo de personas y crear en base a ello, mensajes y estrategias de comunicación que se adapten a sus preferencias y necesidades (Morris, G., 2014).

### ***6.3.1.4 Psicología del color.***

Es el estudio de las percepciones y reacciones que los seres humanos tienen hacia los distintos colores. Pretende analizar los significados emocionales, que inconscientemente los

colores crean en cada individuo. Cabe mencionar que debido a la diversidad de culturas en el mundo, no deja de cambiar el significado que algunos colores tienen para un grupo social o para otro.

Los colores forman parte fundamental de la comunicación, pues estos determinan el significado o las percepciones que una persona tenga ante una imagen o inclusive ante un texto. Refuerzan el mensaje y hacen que éste sea más atractivo al ojo humano.

Aplicar la psicología del color a un diseño, significa que los colores que lo conformen están estratégicamente seleccionados para crear determinadas sensaciones, sentimientos, pensamientos o percepciones en los receptores del mensaje que dicho diseño pretende comunicar.

### **6.3.2 Artes.**

#### ***6.3.2.1 Fotografía.***

Es un fenómeno social, desde su aparición en el siglo XIX hasta hoy en día. Tanto la fotografía tradicional química como la digital cumplen la función de documentar, interpretar y registrar eventos o sucesos diversos (Anónimo, s.f.).

La fotografía influye en diversos aspectos de la vida cotidiana de la humanidad como: en la educación, el estudio, las actividades comerciales, profesionales, científicas, artísticas y más aún en estos tiempos donde inclusive forman parte de la toma de decisiones casi a diario. Actualmente una imagen es más atrayente que un texto o incluso un texto es más atractivo si se acompaña de una imagen, debido a que funciona como estimulante para atraer el ojo humano.

Para que una fotografía sea funcional se deben tomar en cuenta aspectos técnicos que

influyen en su percepción como la semiología de la imagen; es decir que los elementos que la conforman, actúen en conjunto para potenciar el mensaje que se quiere comunicar y no provoquen un choque de significados.

### ***6.3.2.2 Ilustración digital.***

Tradicionalmente los artistas creaban ilustraciones o representaciones gráficas hechas a mano con herramientas como lápiz y papel, acuarelas, pinceles físicos, entre otros; sin embargo, la tecnología ha traído nuevas opciones y facilidades para crear ilustraciones digitales que se caracterizan por ser de fácil reproducción, y de rápida aplicación a distintos soportes, sin perder la calidad.

Según Molano (2012) la ilustración digital es la creación de dibujos o ilustraciones directamente en el computador, con el uso de un software para tal fin, como lo es Adobe Ilustrador y en conjunto con dispositivos como mouse, lápices ópticos y tabletas digitalizadoras. El artista crea directamente sobre la pantalla y construye imágenes vectoriales que son producto de la suma de miles de trazos independientes que en conjunto forman la ilustración.

### ***6.3.2.3 Tipografía.***

Solomon (1986) afirma que la “tipografía es el arte de producción mecánica de letras, números, símbolos y formas mediante el entendimiento de los elementos básicos, principios y atributos del diseño”.

Con un concepto más amplio de éste término, Lupton (1996) considera que “tipografía es el diseño de las formas de las letras —fuentes— y de su organización en el espacio”.

Al igual que las imágenes, las ilustraciones, los colores y las texturas; la tipografía representa un papel importante en la construcción de un material gráfico; ya sea impreso o digital. Esto se debe a que las letras también comunican sensaciones y percepciones según sea su estilo, grosor, terminaciones y estética.

### **6.3.3 Teorías.**

#### ***6.3.3.1 Teoría del color.***

Esta teoría establece un grupo de reglas y métodos de combinación de colores luz, cuyo objetivo principal es encontrar el efecto y tonalidad del color deseado; es decir, los tipos de pigmentos que existen y cómo derivar más colores a partir de éstos.

Como decía Bachelard, (s.f.) " Las imágenes son más fuertes que las ideas, más fuertes que las expresiones reales". En el diseño gráfico los colores contribuyen a la potencia visual de las imágenes y de la totalidad del mensaje que éstas comunican, son parte de la comunicación; pues estos transmiten percepciones, sentimientos e ideas de acuerdo a su tono y las formas del contexto en que se emplea.

### **6.3.4 Tendencias.**

#### ***6.3.4.1 Ilustración icónica y realidad aumentada.***

Consiste en la exageración en las extremidades de la figura humana. Este tipo de ilustración se puede ver en la actual interfaz de Facebook, en medios impresos y hasta en algunas páginas web.

Se caracteriza por la simplificación de formas y el uso de texturas, detalles y la combinación

de degradados y patrones (Perdomo, 2018). También se diferencia por no representar los ojos ni la nariz; lo único que se representa en la cara es la boca o lentes según sean las características físicas del personaje.

Cabe mencionar que en este tipo de ilustraciones predominan las curvas, puesto que difícilmente se aprecian esquinas o líneas rectas en la ilustración.

#### ***6.3.4.2 Ilustración plana 2.0.***

La ilustración plana o flat desing se ha visto presente en el diseño gráfico por un largo tiempo por su eficiencia para comunicar con la menor cantidad de elementos posibles.

Como evolución de la anterior surge la ilustración plana 2.0, que según Garnier (2018) permite a los diseñadores pasar los límites de la ilustración plana y aplicar técnicas que generan mayor atracción visual a través de texturas, sombras, degradados, colores brillantes y detalles específicos que añaden profundidad a la ilustración y optimizan la comprensión por parte del usuario.



# Capítulo VII

Proceso de diseño y propuesta  
preliminar



## **Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar**

### **7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico**

#### **7.1.1 Comunicación.**

Los materiales gráficos impresos para este proyecto, tienen la principal función de comunicar a los visitantes nacionales la información clave acerca de los siete recorridos que ofrece el programa Experiencia Centro Histórico, para que a partir de ello puedan tomar la decisión de cuál recorrido desean tomar. Para esto es necesario aplicar la comunicación y transmitir al grupo objetivo el mensaje de la forma más clara y decodificable.

#### **7.1.2 Diseño gráfico.**

El objetivo de comunicación de este proyecto se fundamenta en las bases, conocimientos, técnicas y estrategias del diseño gráfico, para crear una comunicación visual que se dirija al público objetivo a partir de sus gustos, preferencias, percepciones y todos los aspectos que se deben tomar en cuenta en la construcción de un diseño funcional.

El uso del diseño gráfico en los mensajes informativos juega un papel importante en base al interés que puede despertar en los lectores, para leer toda la información que se encuentra en el material.

#### **7.1.3 Semiología.**

Esta ciencia es de utilidad para el proyecto debido a que su principal función es comunicar. Toda comunicación está compuesta por signos y símbolos. La semiología es la base de la construcción del mensaje para el cual es necesario estudiar los signos y símbolos, que sean

adecuados para la comprensión del mismo por parte del receptor, a través de los materiales gráficos impresos.

#### **7.1.4 Sociología.**

Se aplica la sociología, ya que estudia el cómo y porqué del comportamiento, cambios, ideologías, formas y demás aspectos de los grupos sociales, que deben ser considerados al momento de construir el mensaje y los elementos que respaldan el significado de éste; para que toda la jerarquía y estructuración de los materiales gráficos impresos, posea los elementos clave que provean una comunicación clara entre la Municipalidad de Guatemala y los visitantes nacionales.

#### **7.1.5 Psicología.**

Esta ciencia se aplica al proyecto de manera que se estudia y se recaba información acerca del pensamiento, carácter, hábitos, entornos, pensamientos, debilidades y demás aspectos que conforman la identidad del grupo objetivo.

Al poseer dicha información se crean propuestas que se adaptan a las preferencias y necesidades del grupo objetivo. En base a ello se escogen los elementos óptimos para la construcción de mensajes claros conformados por colores, textos, imágenes e ilustraciones que efectivamente se adaptan a la comprensión y forma de comunicación del grupo objetivo.

#### **7.1.6 Psicología del Color.**

Para este proyecto se hace uso de la psicología del color para fundamentar la función que cada color pretende cumplir en la composición del mensaje. El objetivo de dicha disciplina para

este proyecto, es escoger una paleta de colores que represente confianza, seguridad y respalde la veracidad de la información que se lee.

De igual forma, que los materiales sean representativos de la institución y que cumplan con las características necesarias, para ser visualmente llamativos y estimulen el interés de los visitantes nacionales.

#### **7.1.7 Fotografía.**

Se planea utilizar la fotografía como un medio de referencia de los inmuebles, esculturas o edificios, para crear un boceto simplificado de los mismos y generar así las ilustraciones. En otras palabras, en este proyecto se toma la fotografía como una plantilla para las ilustraciones según sea el ángulo que se requiera.

#### **7.1.8 Ilustración digital.**

Con la ilustración digital se espera dotar al proyecto de elementos que comuniquen un carácter juvenil, creativo y diferente. Se excluye el uso de fotografías de los inmuebles, para que en su lugar se utilice una representación gráfica de los mismos.

Cada recorrido contiene distintos destinos, la mayoría son de inmuebles, patrimonios culturales, edificios y esculturas, entre otros. La finalidad de la ilustración digital en este proyecto es plasmar los lugares más representativos de cada recorrido. Y así, dar al lector una idea gráfica de los destinos que puede visitar.

### **7.1.9 Tipografía.**

La elección de las tipografías es un aspecto significativo para la eficacia de los materiales gráficos impresos, ya que se deben tomar en cuenta aspectos como la línea gráfica de la institución, que sea legible, y que su diseño, grosor y estilo sea adecuado para el tipo de mensaje que se le desea transmitir al grupo objetivo.

### **7.1.10 Teoría del color.**

Para el desarrollo de este proyecto es necesario tener el conocimiento de la correcta mezcla de los colores y los significados de los mismos, así como los tipos de colores primarios, secundarios, complementarios, análogos y monocromáticos, entre otros.

Dichos conocimientos deben ser aplicados para que la propuesta final esté conformada por colores estratégicamente seleccionados para que en conjunto comuniquen las emociones y percepciones deseadas.

### **7.1.11 Ilustración icónica y realidad aumentada.**

Esta tendencia se aplica al diseño del personaje que representa a un visitante en los recorridos. Dicho personaje es de un carácter físico similar al grupo objetivo al que va dirigido este proyecto. Puede diseñarse un personaje para cada recorrido, que represente diferentes características físicas y culturales, o bien, puede utilizarse el mismo personaje para toda la línea de materiales gráficos impresos.

### **7.1.12 Ilustración plana 2.0.**

Tendencia que se aplica a las ilustraciones de los inmuebles que se visitan en cada recorrido. Con la combinación de características como la simplicidad de detalle y el uso de curvas de la tendencia anterior, se pretende crear ilustraciones que tengan características representativas de los inmuebles, pero sin ser exactamente parecidos a la realidad con el uso de sombras y colores en sus distintas tonalidades.

### 7.1.13 Tabla de conocimientos.

## ILUSTRACIONES

Vectores con un estilo de flat desing 2.0 que muestre los destinos de cada recorrido, representada de manera gráfica simple pero con detalles característicos de sombras, texturas y distintas tonalidades de los colores institucionales.



## FORMATO TROQUELADO



## COLORES

### NEGATIVO

Crear una máscara sobre la ilustración, establece el espacio seleccionado para lo gráfico.



## **7.2 Conceptualización**

Para la conceptualización de este proyecto se implementan dos técnicas que estimulan la creatividad y optimizan la generación de ideas.

### **7.2.1 Método.**

#### **7.2.1.1 *La flor de loto.***

Esta técnica creativa es creada por Yasuo Matsumura, presidente de Clover Management Research. Consiste en derivar ideas y temas varios de uno inicial, que es el objetivo creativo.

El nombre de esta técnica hace alusión a la matriz que se utiliza para realizar la misma, que es la forma de una flor. En el centro se coloca el tema principal y las ideas que surgen se colocan como pétalos de la flor.

Luego de llenar una flor, se crean otras flores (matrices) cuyo tema central se deriva de las ideas adquiridas en la primera flor y así se continúa hasta obtener ideas significativas.

#### **7.2.1.2 *Aplicación del método.***

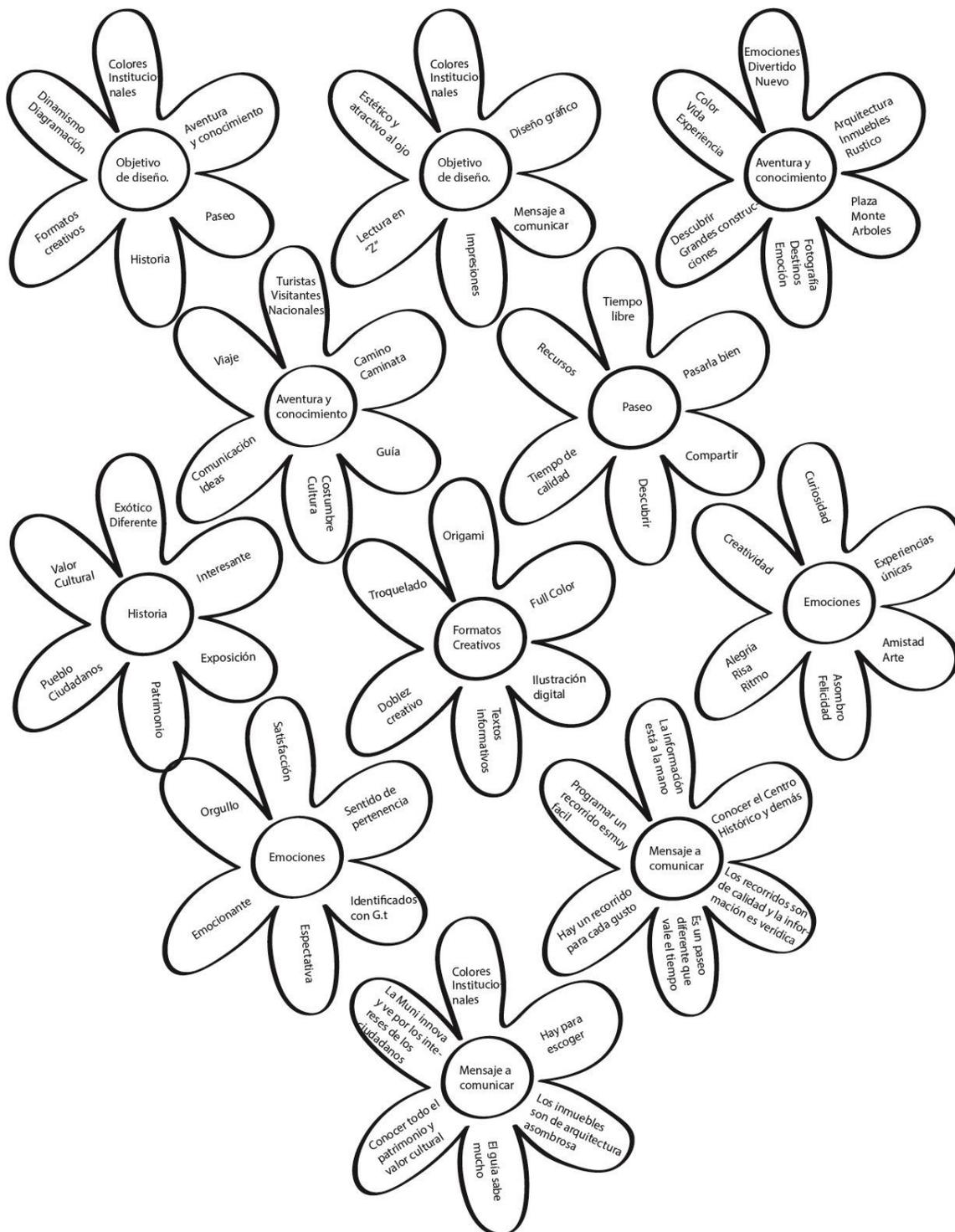
Para iniciar este proceso se parte del objetivo de diseño del proyecto: Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos histórico-culturales del programa Experiencia Centro Histórico, en la Ciudad de Guatemala.

Se necesita diseñar estos materiales gráficos impresos, con los elementos óptimos para la correcta comunicación del mensaje que se desea transmitir, en este caso se espera comunicar el propósito de cada recorrido y la facilidad que tiene el visitante nacional para solicitar información

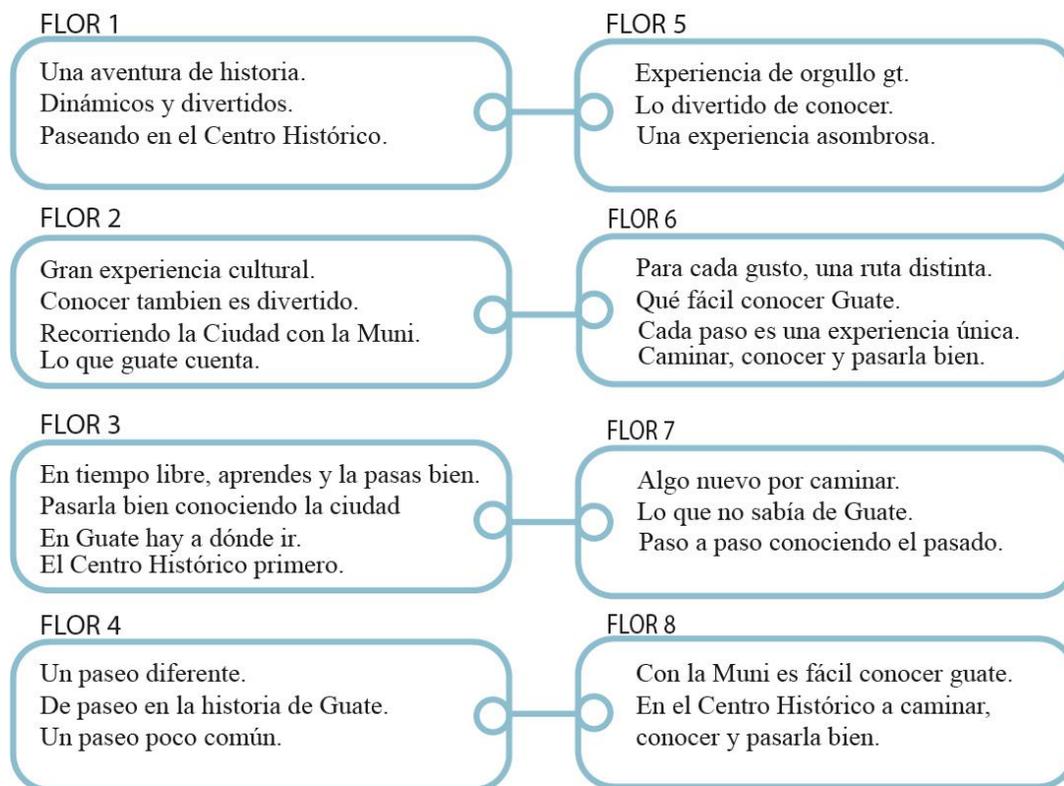
y programar un recorrido según sea su interés. Y de igual forma generar una percepción más positiva de calidad del servicio.

El objetivo creativo es el centro de la primera flor (matriz) del que se derivan nuevas ideas generales. Vea el proceso a continuación.

7.2.1.3 Proceso de la técnica creativa.



Al concluir con la derivación de ideas y conceptos en las flores de loto, se procede a combinar y hacer conexiones forzadas entre los conceptos de cada flor, con el fin de extraer un mínimo de tres y un máximo de cinco frases conceptuales por cada una.



### **7.2.2 Definición del concepto.**

A través de la técnica creativa de la Flor de Loto se logra definir una frase conceptual que encierra el objetivo gráfico y comunicacional para el diseño de los materiales gráficos impresos. Por medio de la frase conceptual se pretende encontrar puntos clave que inspiren durante el proceso de bocetaje para la generación de diseños creativos y eficaces para los objetivos de este proyecto.

#### **Frase conceptual**

“Gran experiencia Cultural”

El significado de la frase conceptual radica en que la historia que se expone y los destinos que se visitan en cada recorrido, son pilares importantes en la cultura de Guatemala, y el programa promete brindar una experiencia única a los visitantes nacionales, con información, datos históricos y un excelente servicio durante los recorridos.

Esto es la finalidad de los materiales gráficos impresos, que a través de cada elemento de diseño y los textos se comunique la experiencia cultural que le espera a los visitantes al tomar un recorrido con la Municipalidad de Guatemala.

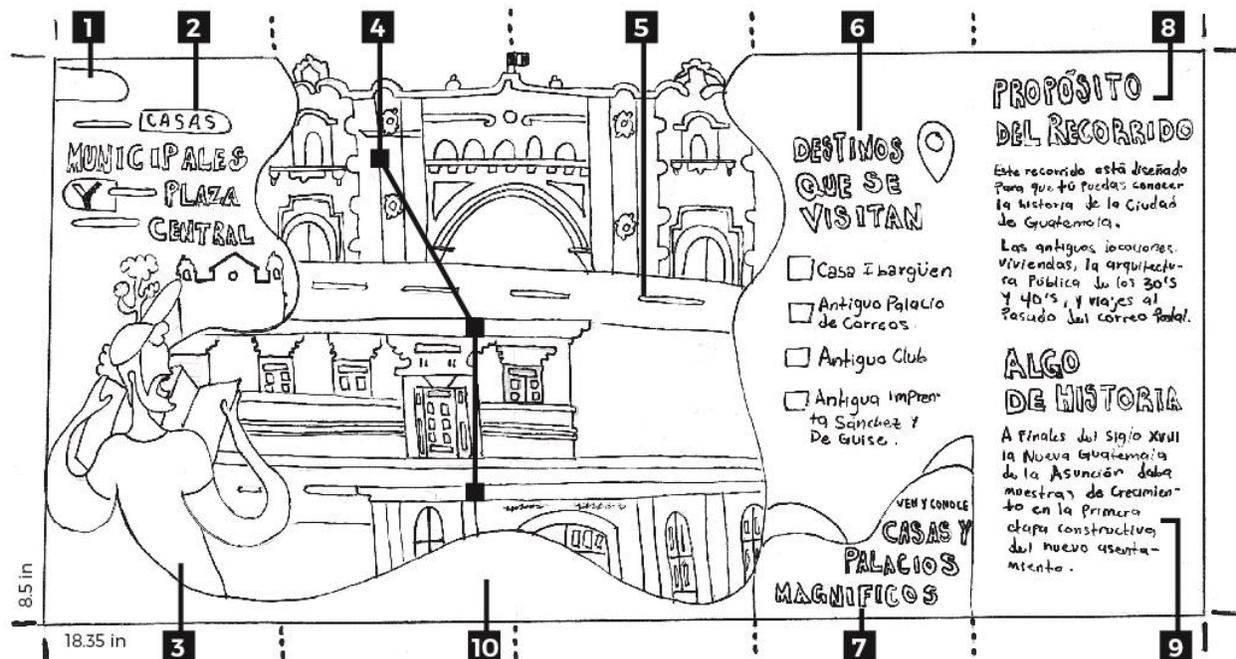
### **7.3 Bocetaje**

En base a la frase conceptual y el objetivo general del proyecto, se procede a realizar los bocetos a mano alzada. Se utiliza un rapidógrafo 0.05 y hojas papel bond blanco. Como primer paso se crean micro bocetos para estimular la generación de diversas ideas. Luego se seleccionan dos de las ideas plasmadas que más se apegan a los objetivos; para suscitar los bocetos formales de las propuestas preliminares.

### 7.3.1 Bocetos formales.

#### Propuesta 1

#### Tiro



Interpretación:

- 1- Logotipo de la Municipalidad de Guatemala.
- 2- Área para el nombre de cada recorrido.
- 3- Personaje de joven de 26 años con el folleto en las manos camino a vivir la gran experiencia cultural.
- 4- Ilustraciones planas 2.0 de los inmuebles más representativos según sea el recorrido.
- 5- Ilustración de calles para dar profundidad a la ilustración.

- 6- Título “Destinos que se visitan” y listado de los destinos que se visitan en el recorrido.
- 7- Frase de invitación- cada recorrido incluye una diferente según su contenido.
- 8- Título: Propósito del recorrido y texto con información ampliada.
- 9- Título “Algo de Historia” y un fragmento de la historia que se aprende en el recorrido.
- 10- Fondo blanco sobre las ilustraciones y debajo de los textos.

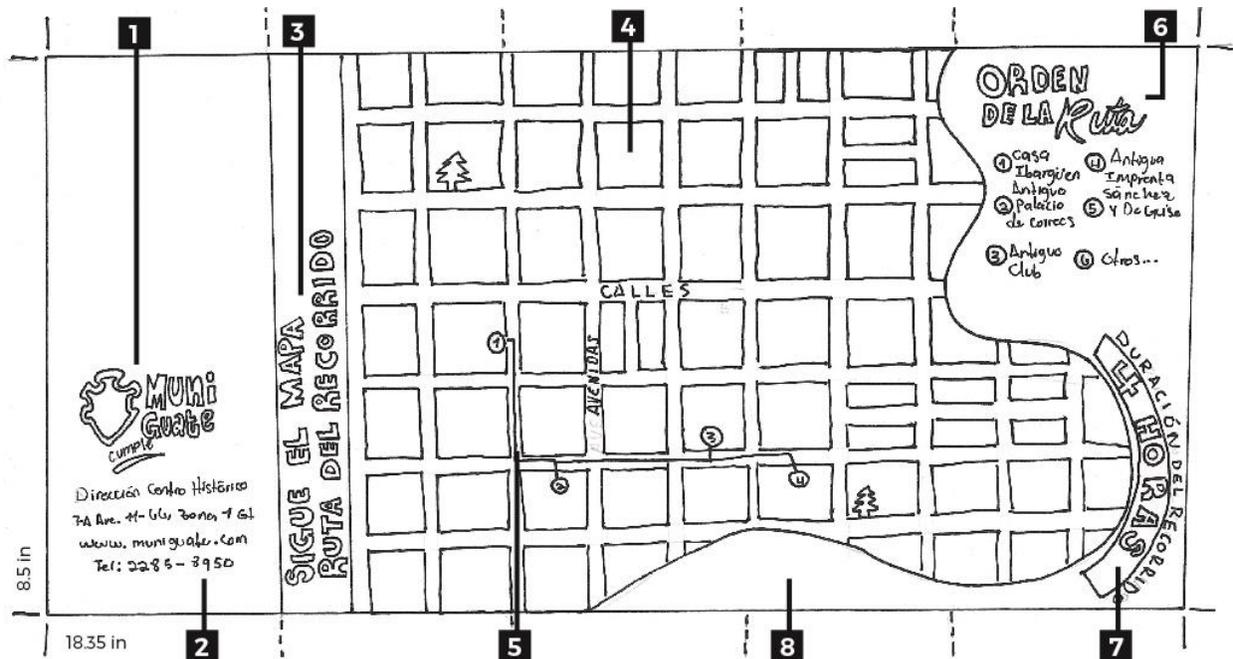
### Descripción

Con esta propuesta se pretende utilizar un formato rectangular de 8.5 x 18.35 pulgadas, para proporcionar una fácil manipulación del material por parte del grupo objetivo. El punto visual de esta propuesta se centra en las ilustraciones de tres de los destinos más representativos de cada recorrido, que a través del estilo y técnicas de sombra, color y el corte digital cuente la experiencia y sirva como una pre visualización de los destinos que se visitan.

El formato cuenta con cinco segmentos. En el primero está la portada, en el segundo y tercero se encuentran las ilustraciones de los inmuebles y en el cuarto y quinto los textos. La diagramación de los textos es en forma vertical en dos bloques justificado a la izquierda para proporcionar una lectura fluida. Esta propuesta se basa en la frase conceptual Una gran experiencia cultural, con los colores, textos, tipografías, y formas utilizadas. Se pretende dar a conocer los recorridos con el uso de elementos visualmente atractivos e información relevante.

La información que contiene esta propuesta es el objetivo del recorrido, algo de historia para adentrar al lector en la temática del recorrido y un listado de los destinos que se visitan. Por último se presenta una frase que tiene el fin de hacer la invitación a tomar el recorrido.

## Retiro



## Interpretación:

- 1- Isologo de la Municipalidad de Guatemala en color blanco.
- 2- Información de contacto (nombre de la dependencia municipal, dirección, página web y teléfono).
- 3- Texto: Sigue el mapa, ruta del recorrido.
- 4- Mapa del recorrido.
- 5- Línea que marca la ruta desde el inicio hasta el final.
- 6- Título: Orden de la ruta e itinerario del recorrido.
- 7- Tiempo estimado en horas de cada recorrido.

8- Fondo blanco similar al que se muestra en el tiro.

#### Descripción

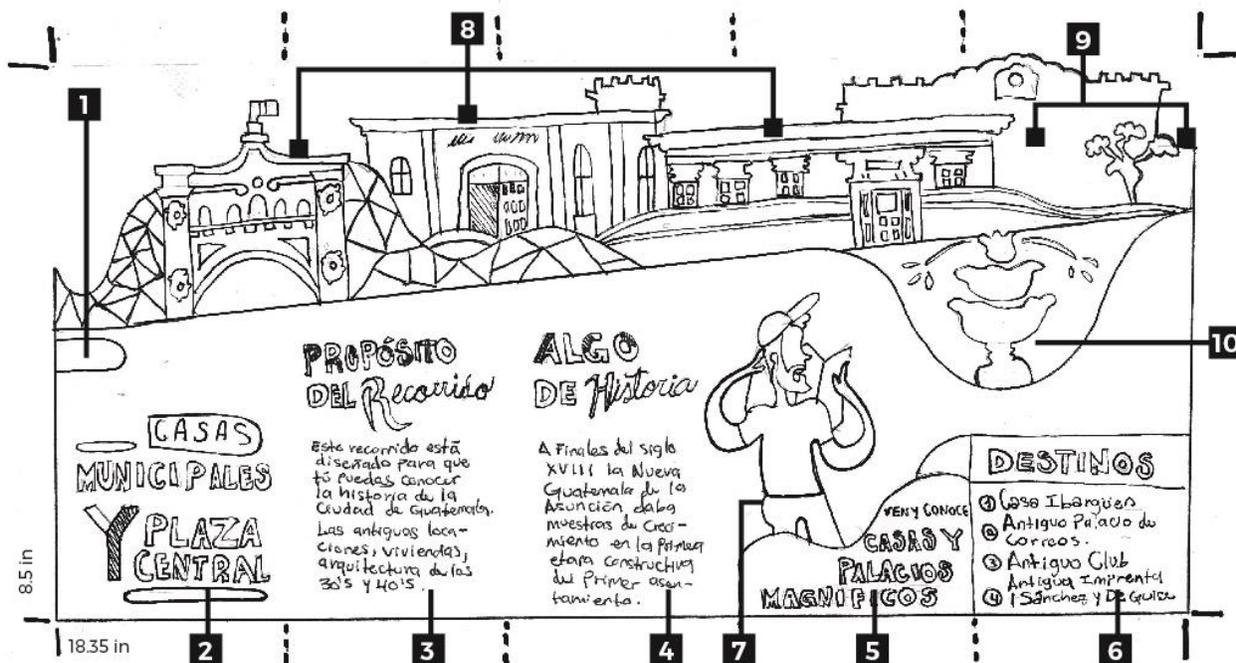
Con esta propuesta de retiro se muestra el mapa del sector que se visita en cada recorrido, se indica el orden de la ruta a través de numeraciones y una línea que simula la secuencia de la ruta. Se muestra un cinto con el título “Sigue el mapa, ruta del recorrido”, que sirve como elemento gráfico para darle dinamismo al diseño por su orientación en vertical.

El mapa tiene un diseño plano para continuar con el mismo estilo de las ilustraciones del tiro del documento, y a su vez, proporcionar una fácil comprensión con el uso de elementos simples pero explícitos. La información que el mapa debe llevar es la ubicación de cada destino y la nomenclatura de las calles y avenidas. Se distinguen los parques y áreas verdes con el icono de un pino.

En la contraportada se encuentra la información de contacto de la Municipalidad de Guatemala.

## Propuesta 2

### Tiro



#### Interpretación:

- 1- Logotipo de la Municipalidad de Guatemala.
- 2- Área para el nombre de cada recorrido.
- 3- Título: Propósito del recorrido y texto con información ampliada.
- 4- Título: Algo de Historia y un fragmento de la historia que se aprende en este recorrido.
- 5- Frase de invitación- cada recorrido incluye una diferente según su contenido.
- 6- Listado de los destinos que se visitan según sea el recorrido.

- 7- Personaje de joven de 26 años con el folleto en las manos, camino a vivir la gran experiencia cultural.
- 8- Ilustraciones planas 2.0 de los inmuebles más representativos según sea el recorrido. Conformados de mosaicos geométricos con distintas tonalidades de los colores institucionales.
- 9- Silueta de las ilustraciones secundarias de relleno.
- 10- Pestaña color verde institucional para colocar el icono de un objeto representativo según sea el recorrido.

#### Descripción

Esta propuesta tiene un formato de 8.5 x18.35 pulgadas. A diferencia de la propuesta uno, el corte electrónico es completo, es decir, en toda la parte superior del documento con una mínima inclinación en ascendente. Allí se muestran de igual forma los destinos más representativos del recorrido y se forma una composición con todos los elementos para adquirir uniformidad en el diseño.

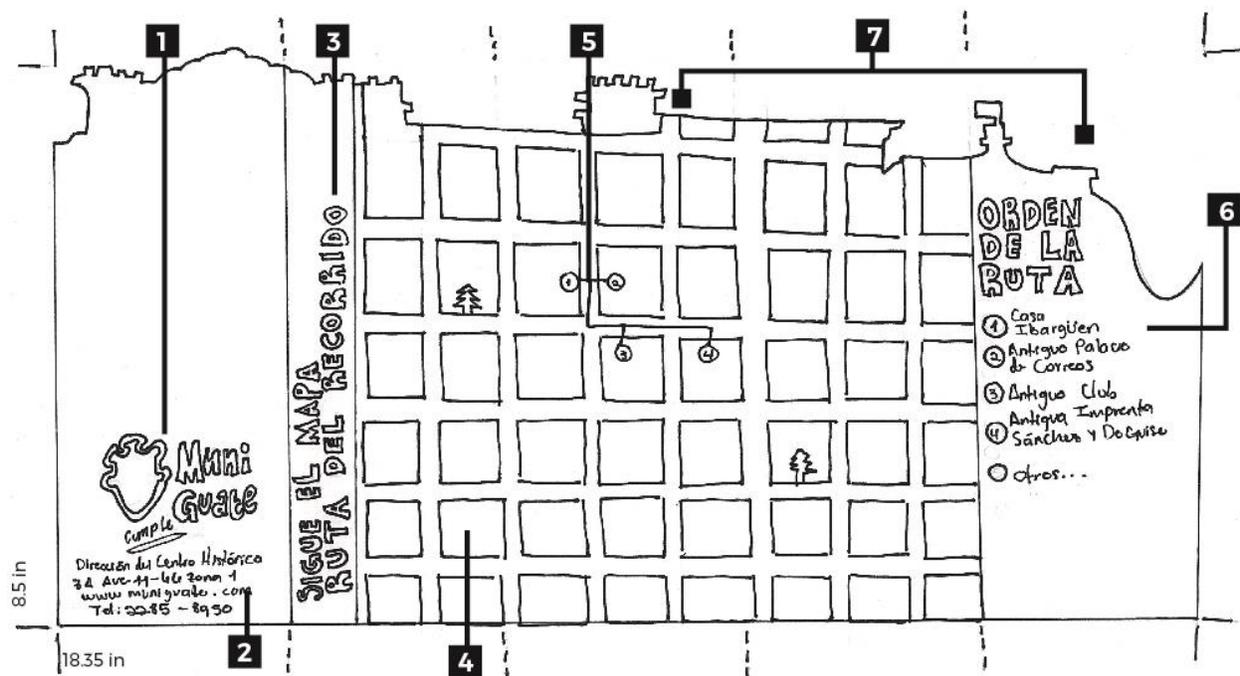
Las ilustraciones de esta propuesta difieren con la anterior por estar conformadas de mosaicos geométricos con el uso de distintas tonalidades de cada color.

Lo que caracteriza a esta propuesta es el uso exclusivo de los colores institucionales: Verde y azul. El documento está segmentado en cinco partes y al estar cerrado, se notan todas las ilustraciones en la parte superior del material gráfico impreso.

Con esta propuesta se pretende aplicar un diseño diferente a lo que se acostumbra a utilizar

en los materiales impresos de la institución, cuenta la experiencia y muestra la pre visualización del contenido de cada recorrido desde que está cerrado hasta que se abre el material.

## Retiro



## Interpretación:

- 1- Isologo de la Municipalidad de Guatemala en color blanco.
- 2- Información de contacto (nombre de la dependencia municipal, dirección, página web y teléfono).
- 3- Texto: Sigue el mapa, ruta del recorrido.
- 4- Mapa del recorrido.
- 5- Línea que marca la ruta desde el inicio hasta el final.
- 6- Título: Orden de la ruta y el orden de la ruta enumerada según indica el mapa.
- 7- Área de troquelado.

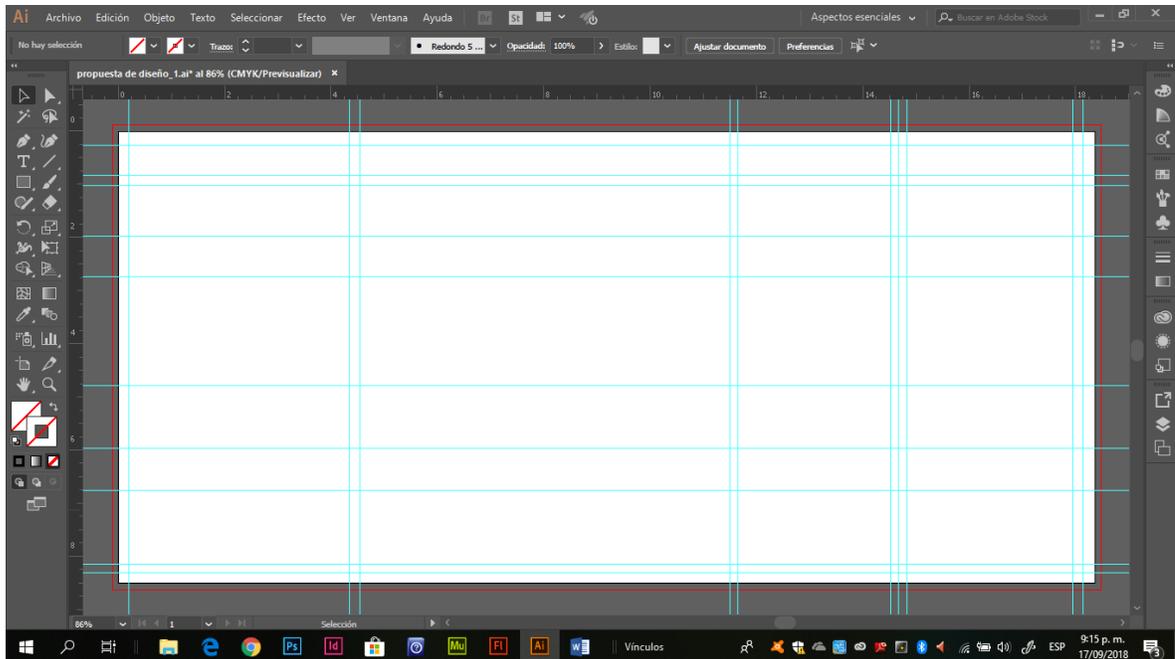
### Descripción

Con esta propuesta se pretende utilizar el mismo diseño y diagramación del retiro de la propuesta uno, con el uso de un formato diferente para brindar una presentación dinámica. Incluye la misma información y formas, se muestra el corte digital en la parte superior del material con líneas que funcionan como una especie de máscara de recorte.

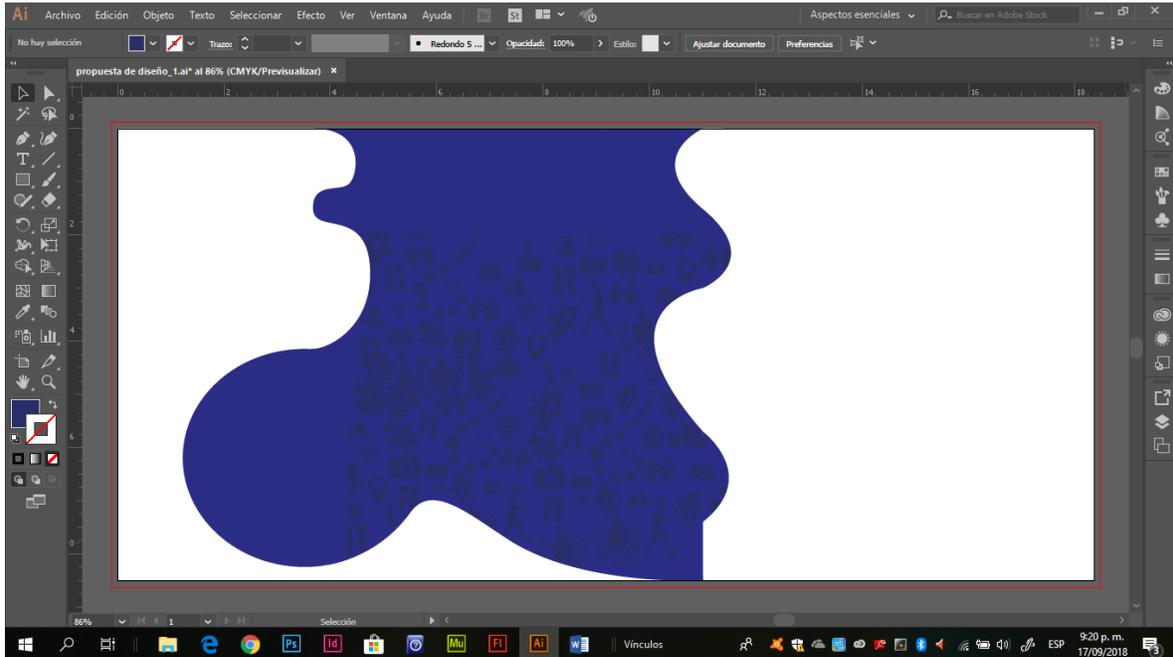
### 7.3.2 Proceso de digitalización de bocetos.

#### Propuesta 1

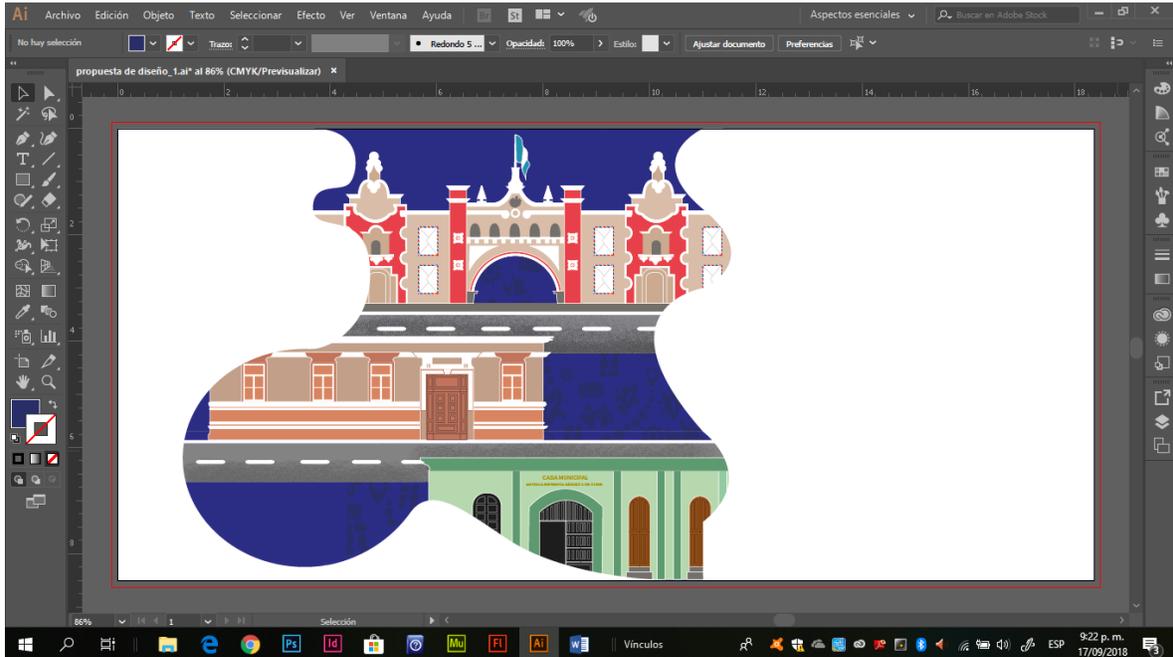
#### Tiro



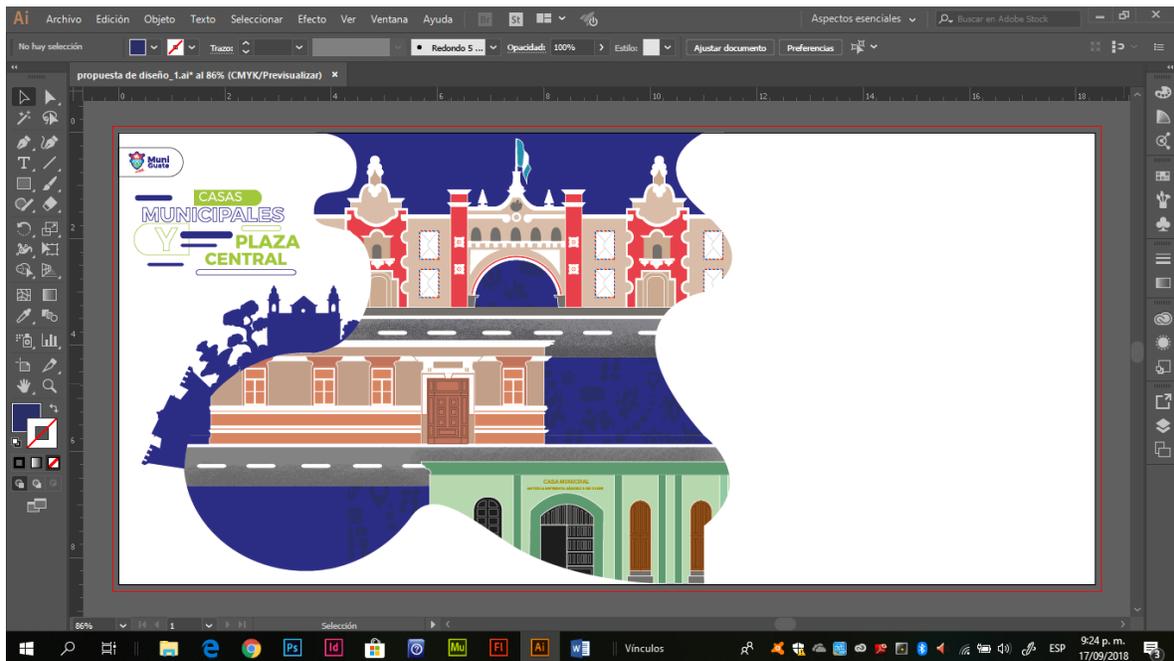
1. Se crea un nuevo documento en Ilustrador CC (2017) con las medidas 8.5 x 18.35 pulgadas y se colocan las líneas guía de la retícula que indica el lugar de cada elemento.



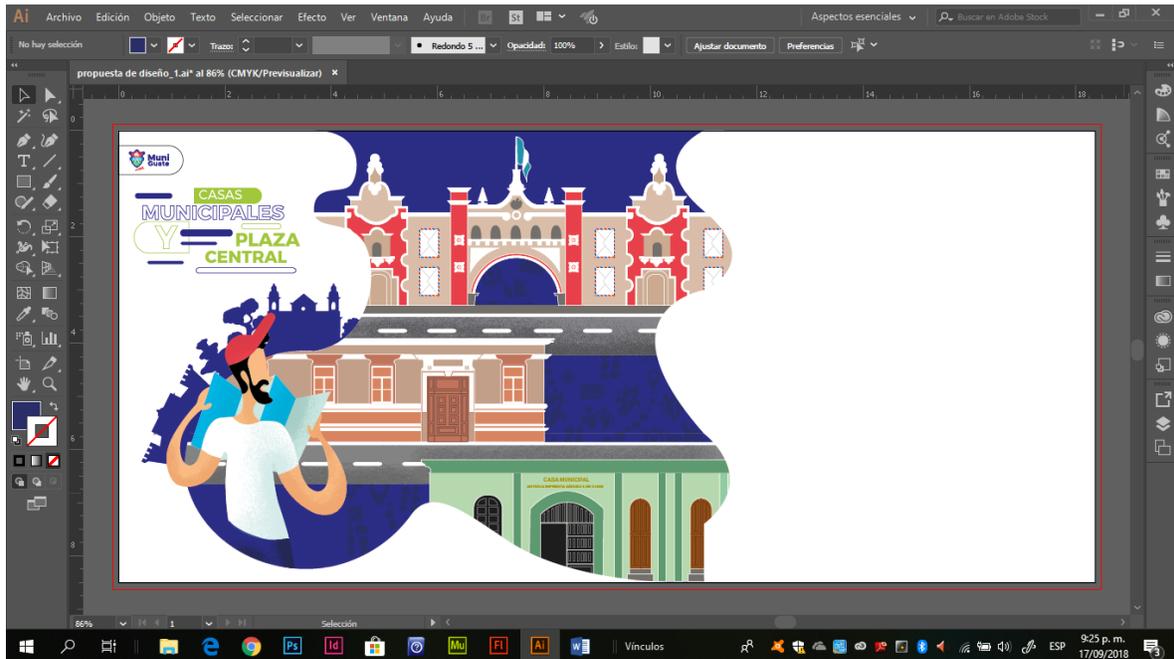
2. Se coloca un fondo de color azul con valores CMYK 100,95,0,5 luego se coloca sobre el fondo, un mosaico previamente diseñado con iconos de diferentes elementos que representan los lugares y puntos clave del recorrido. Sobrepuesto al fondo se coloca una máscara blanca que tiene como principal función ser el fondo de los textos del material gráfico impreso.



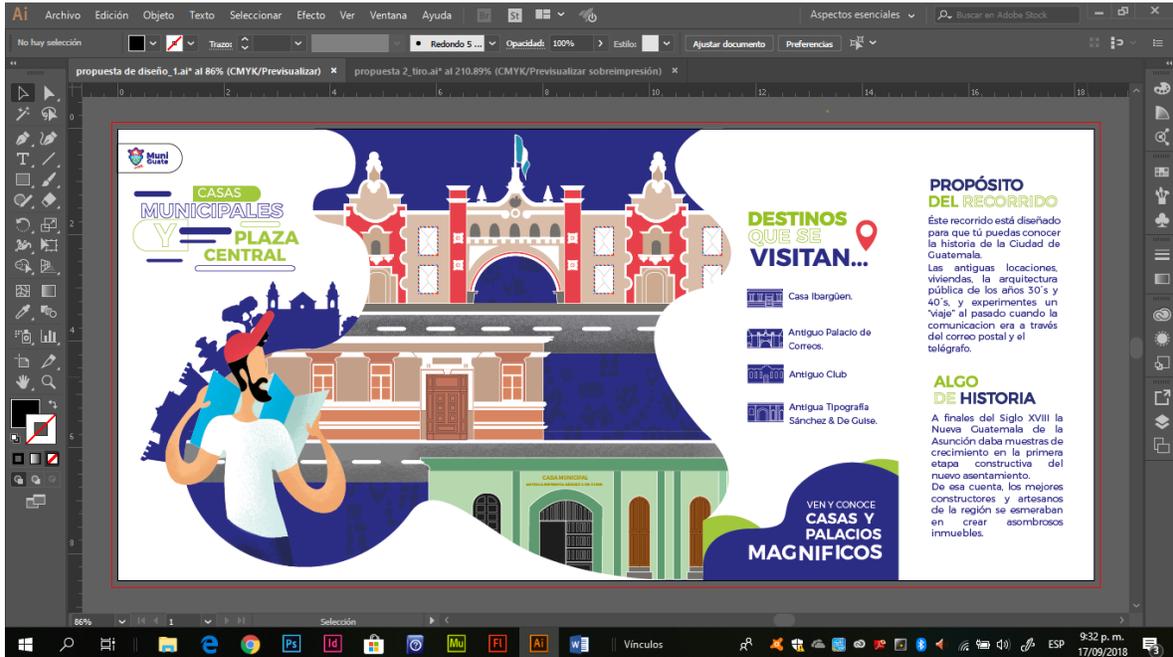
3. Se digitalizan y ordenan las ilustraciones del Palacio de Correos, la Casa Ibargüen y la Imprenta Sánchez y De Guise. Para cada ilustración se utiliza una representación de los colores de los inmuebles en la realidad. Se diseñan dos calles y se ordenan a modo de crear profundidad en la ilustración (véase en anexo D).



4. En la parte superior izquierda se coloca el isologo de la institución con su respectivo margen de protección. Luego se diseña el título del material gráfico en base al boceto previo. De igual forma se agregan las siluetas representativas de la Plaza Central en la curva visual de la portada.



5. Se digitaliza el personaje del joven visitante, se le aplican los colores recabados del isologo de la organización y se coloca en el lugar que corresponde, según el boceto previo.

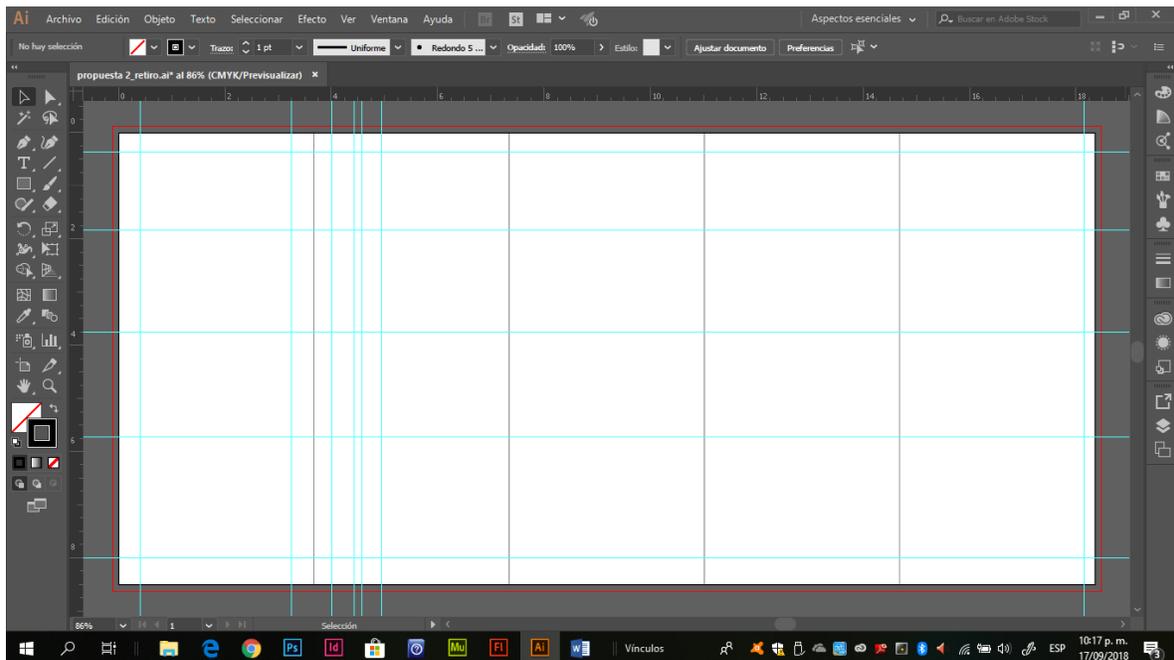


6. Finalmente se agregan los títulos y textos con los colores institucionales para la identificación del material con la Municipalidad de Guatemala.

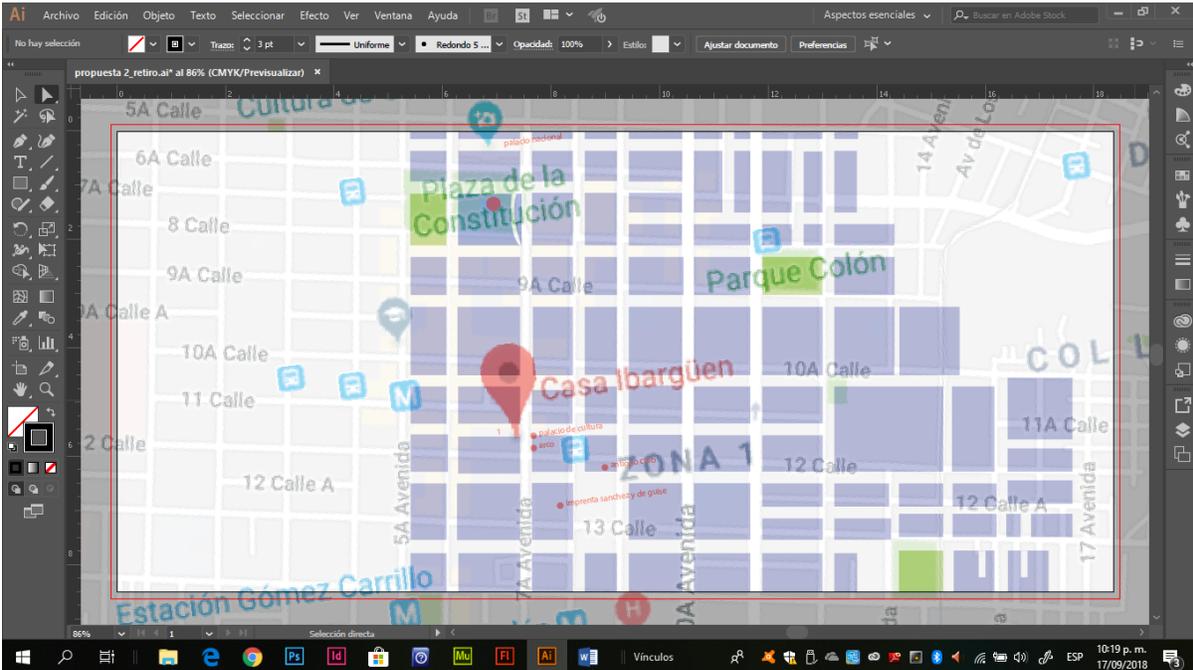
Para los textos se utiliza la tipografía Montserrat, que es la fuente principal en el manual de identidad de la institución. Se aplica justificación a los textos y se crean iconos lineales en base a las ilustraciones para representar los destinos que se visitan en el recorrido. En la parte superior se resalta el texto “Ven y conoce casas y palacios magníficos”.

## Propuesta 1

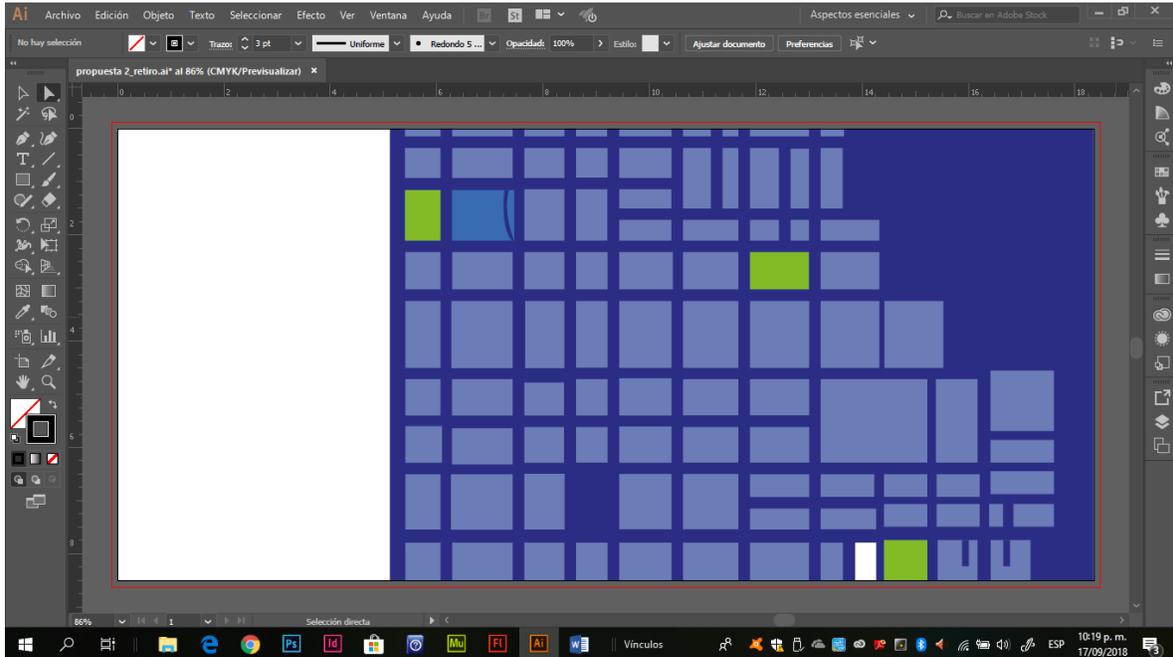
### Retiro



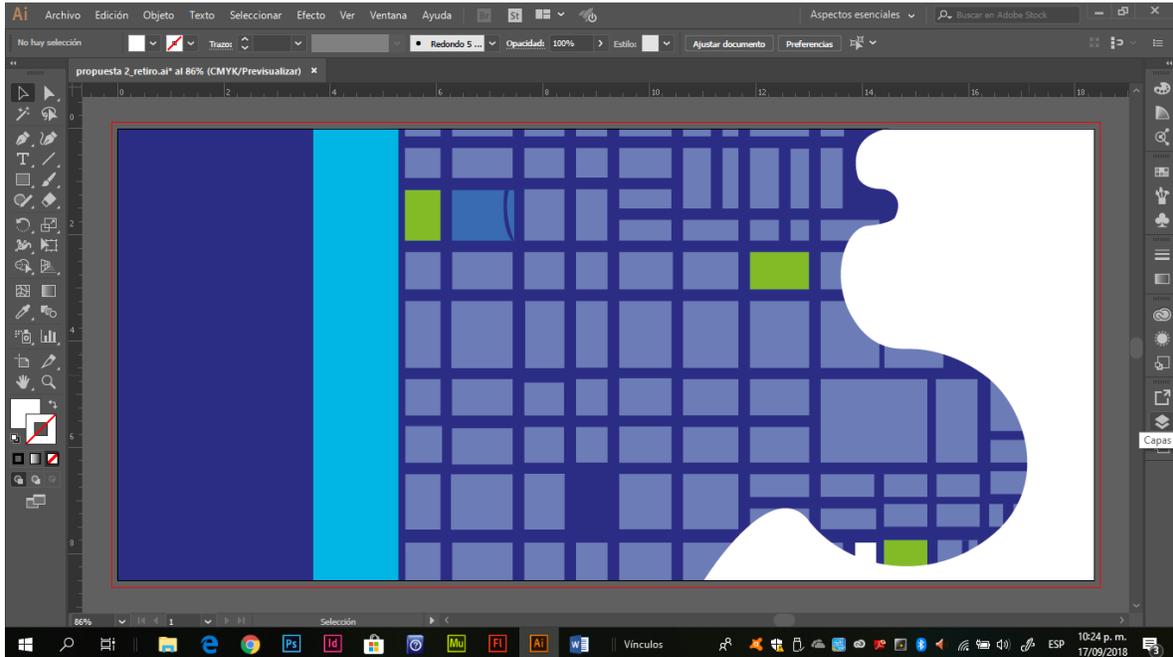
1. Se crea un nuevo documento en Ilustrador CC (2017) con las medidas 8.5 x 18.35 pulgadas y se colocan las líneas guía de la retícula, que indica el lugar de cada elemento.



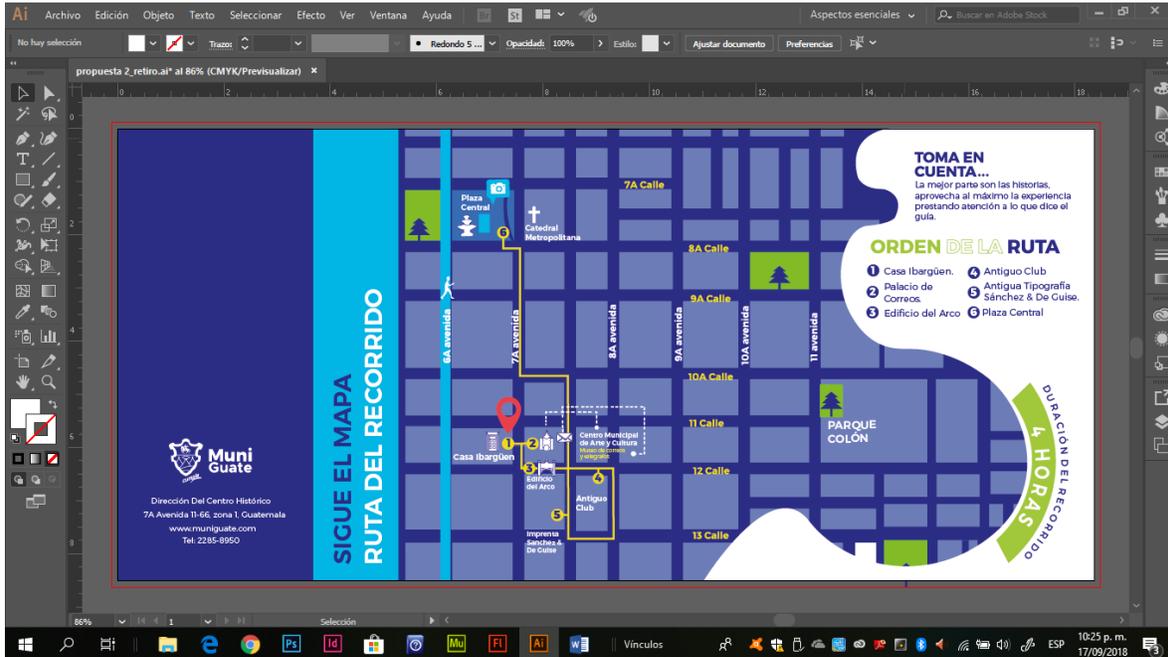
2. Para diseñar la ruta del recorrido, se utiliza una captura de pantalla de Google maps, justo en el área donde se realiza el recorrido. De esta forma se calcan las calles, avenidas y bloques para posteriormente marcar la ruta enumerada de acuerdo al orden en que se lleva a cabo el mismo.



3. Se coloca un fondo color azul institucional y se le aplica el color verde institucional a los parques y un derivado del azul a la Plaza de la Constitución. El mapa es el fondo del retiro, sobre este se aplican los otros elementos de diseño.



4. Del lado izquierdo se establece el espacio para la contraportada, y del lado derecho se coloca una máscara blanca con el mismo diseño que se aprecia en el tiro del material, posteriormente se coloca el texto y demás elementos gráficos del material.



5. Por último se colocan los textos; primero se identifican las calles de color amarillo y las avenidas de color blanco en el mapa. De color celeste institucional se marca la 6ta avenida, que es representativa de la zona 1. Con icono de pino se completa la identificación de los parques, en la Plaza Central se presenta un icono de la fuente, que es representativa del lugar. En la marcación de la ruta se presentan iconos de los destinos y de color amarillo se muestra el orden del recorrido enumerado del 1 al 6. El globo rojo indica el punto de partida.

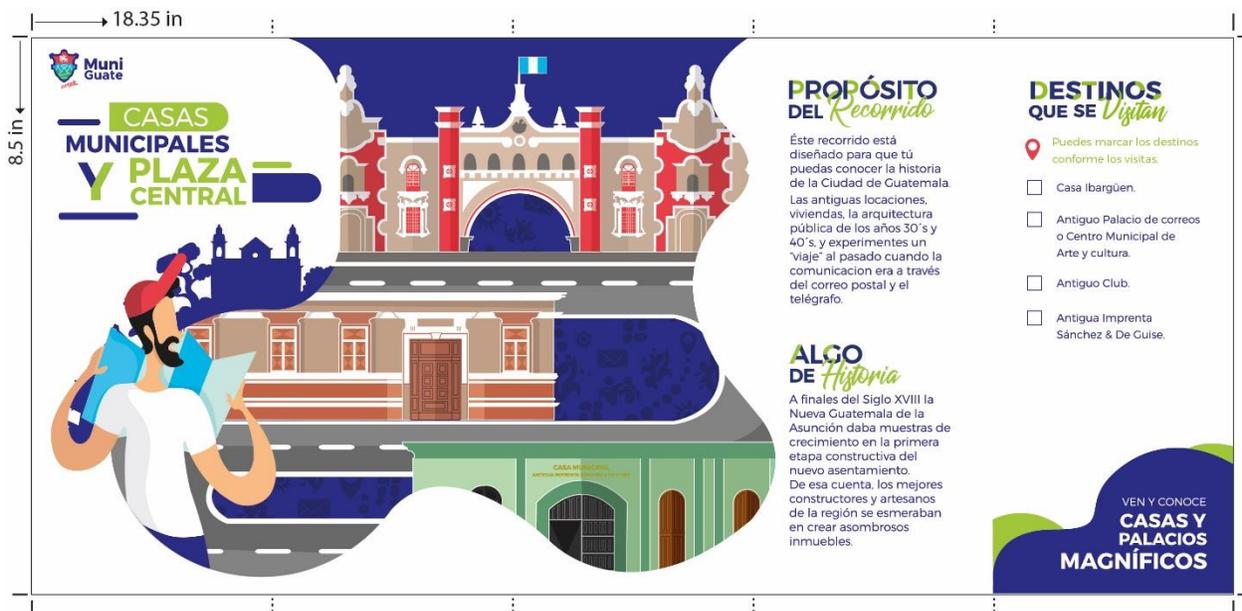
En el cinto celeste al costado de la contraportada, se presenta un título para el mapa “Sigue el mapa, ruta del recorrido”. En el lado derecho del diseño se muestra el texto de cosas a tomar en cuenta y el orden de la ruta enumerada del 1 al 6. Debajo de ello se muestra un texto que expone la duración en horas del recorrido completo. En la contraportada se presentan los datos de contacto y el isologo de la empresa.

Se digitaliza la segunda propuesta y se presentan al cliente para que éste visualice ambas opciones de diseño y escoja la más funcional y efectiva para los objetivos del proyecto. En base al diseño de la propuesta seleccionada, se trabajan los materiales gráficos impresos de los seis recorridos restantes (véase en anexo E).

#### **7.4 Propuesta preliminar**

En conjunto con el cliente se toma la decisión de trabajar una de las dos propuestas y/o combinar ciertos elementos de ambas. Para la propuesta preliminar se utiliza el diseño principal de la propuesta 1 con algunos elementos de la propuesta dos, como: los títulos y el diseño de la portada.

## Recorrido Casas Municipales y Plaza Central – tiro



### Descripción

Se le aplican sombras y luces a las ilustraciones planas para crear el efecto 2.0. El objetivo del conjunto de ilustraciones que conforman el material gráfico impreso, es vender la experiencia de conocer estos lugares, es decir, brindar al lector una pre visualización de lo que se conoce en cada recorrido.

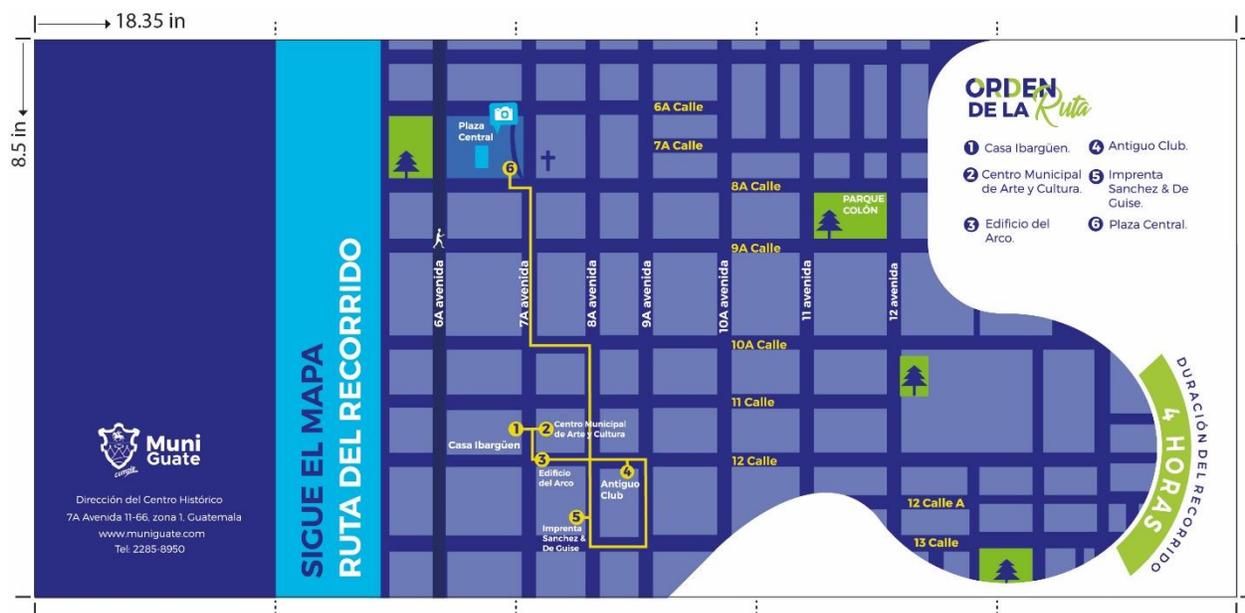
La paleta de color utilizada para las ilustraciones cumple la función de representar la mayor similitud con los inmuebles en la vida real.

Los textos se presentan sobre un fondo blanco, lo que hace que estos sean legibles, ya que se maneja un contraste favorable para una lectura fluida. Todo elemento que se encuentra sobre el fondo blanco, se alinea a los colores municipales (verde y azul) y demás colores del isologotipo de

la institución.

Como parte de la línea grafica de la Municipalidad de Guatemala, se coloca el isologo con su área de protección en la parte superior izquierda de todo material impreso.

## Recorrido Casas Municipales y Plaza Central – retiro



### Descripción

En la contraportada del lado inferior se ubica el isologo de la Municipalidad de Guatemala y la información de contacto (Nombre de la dependencia municipal, la dirección, página web y el número de teléfono para contactar con ellos).

Seguido de la contraportada se sitúa el título “Sigue el mapa, ruta del recorrido”. Se muestra un mapa, cuya función es orientar a los visitantes en lo que es y cómo puede ser el recorrido. Señalizadas se encuentran las calles, avenidas y destinos del recorrido, así como los parques y lugares importantes como la 6ª avenida de la zona 1 y la plaza Central.

Enumerado del 1 al 6 se encuentra la ruta marcada en el orden en que se lleva a cabo la experiencia cultural. Se marca dicha ruta de color amarillo, para que resalte en el azul del fondo.

En el lado derecho del diseño se puede observar la lista de los destinos, según el orden que indica la ruta en el mapa. De igual forma se expone el aproximado en tiempo que dura el recorrido.

## Recorrido Ruta de la fé – tiro



### Descripción

Todos los materiales gráficos impresos mantienen la misma línea gráfica y diagramación de los elementos, los aspectos en los que difiere cada material gráfico de los demás son: el nombre del recorrido, las ilustraciones de los inmuebles y la información en general.

Esta propuesta presenta ilustraciones flat 2.0 de cuatro templos, de seis que se visitan en el recorrido de la fe; entre ellos el Templo San Francisco, Templo Santa Clara, la Catedral Metropolitana y el Templo de Nuestra Señora del Carmen. La paleta de color de cada inmueble se deriva de fotografías de los mismos.

En la portada se muestra el nombre del recorrido con el mismo estilo y diseño establecido para los títulos en la portada.

## Recorrido Ruta de la fé – retiro



### Descripción

Esta propuesta continúa con la misma línea gráfica y diagramación de elementos seleccionada para este proyecto. Los aspectos diferentes de esta propuesta son los destinos y la ruta marcada en el mapa, ya que cada recorrido tiene información distinta.

## Recorrido Sexteando – tiro



### Descripción

Esta propuesta presenta ilustraciones flat 2.0 de tres de los diez destinos que se visitan en el recorrido Sexteando, entre ellos: el Palacio de Gobernación, el hotel Royal Palace y el edificio Engel. La paleta de color de cada inmueble se deriva de fotografías de los mismos.

En la portada se muestra el nombre del recorrido con el mismo estilo y diseño establecido para los títulos. La información varía, ya que cada recorrido tiene contenido diferente; sin embargo, la diagramación es la misma.

## Recorrido Sexteando – retiro



### Descripción

Esta propuesta continúa con la misma línea gráfica y diagramación de elementos seleccionada para este proyecto.

Para esta propuesta se utiliza el mismo mapa del recorrido uno, únicamente cambia la ruta cuyo orden se desplaza por toda la sexta avenida de la zona 1, debido a que en cada recorrido se visitan lugares diferentes.

## Recorrido Paseando por Jocotenango – tiro

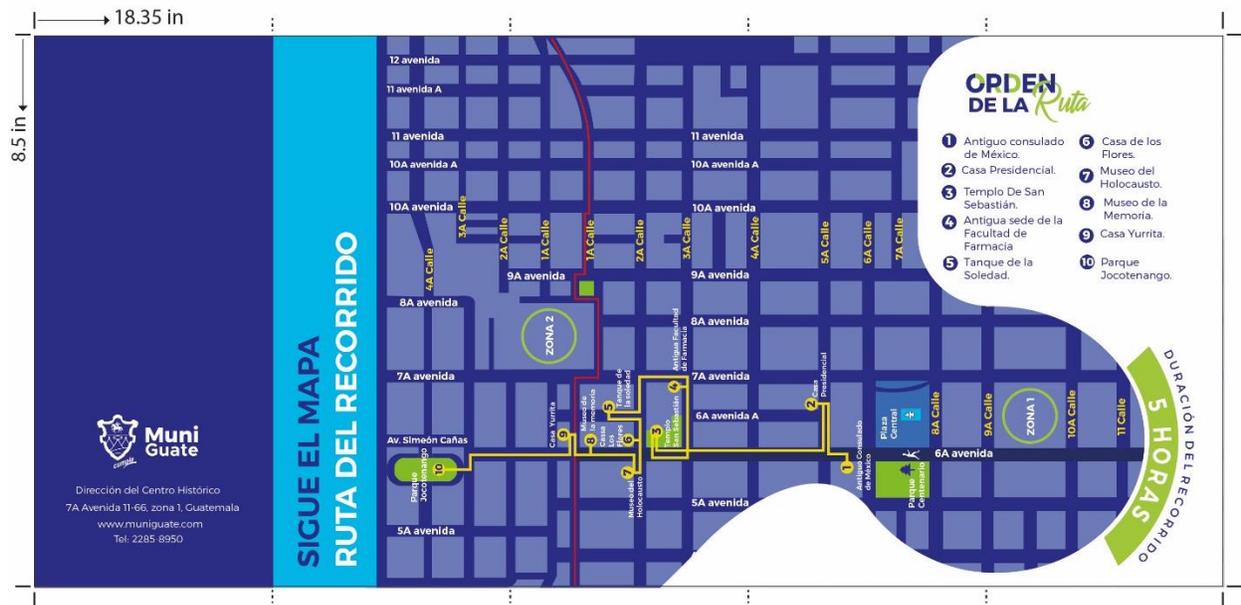


### Descripción

Esta propuesta presenta ilustraciones flat 2.0 de tres de los diez destinos que se visitan en el recorrido Paseando por Jocotenango, entre ellos: la Casa Presidencial, la Casa Yurrita y la Parroquia de San Sebastián. La paleta de color de cada inmueble se deriva de fotografías de los mismos.

En la portada se muestra el nombre del recorrido, con el mismo estilo y diseño establecido para los títulos.

## Recorrido Paseando por Jocotenango – retiro



### Descripción

Esta propuesta continúa con la misma línea gráfica y diagramación de elementos seleccionada para este proyecto.

Para esta propuesta se utiliza el mapa en orientación horizontal debido a que el desplazamiento del recorrido es más largo que los demás. Se decide diseñarlo así para evitar hacer el mapa más pequeño y que la letra siga siendo legible en cuanto a su tamaño. Este es el único material gráfico impreso que difiere en la orientación del mapa, cuya ruta puede leerse al dar vuelta al documento en vertical con las manos.

Debido a que este recorrido inicia en la zona 1 y finaliza en la zona 2, se señala con una franja roja el punto donde ambas zonas son divididas.

## Recorrido Carmen de la Fortuna – tiro



### Descripción

Esta propuesta presenta ilustraciones flat 2.0 de tres de los diez destinos que se visitan en el recorrido Carmen de la Fortuna, entre ellos: El antiguo Club Americano, la Casa Mima y la Casa Larrazábal. La paleta de color de cada inmueble se deriva de fotografías de los mismos.

En la portada se muestra el nombre del recorrido con el mismo estilo y diseño establecido para los títulos.

## Recorrido Carmen de la Fortuna – retiro

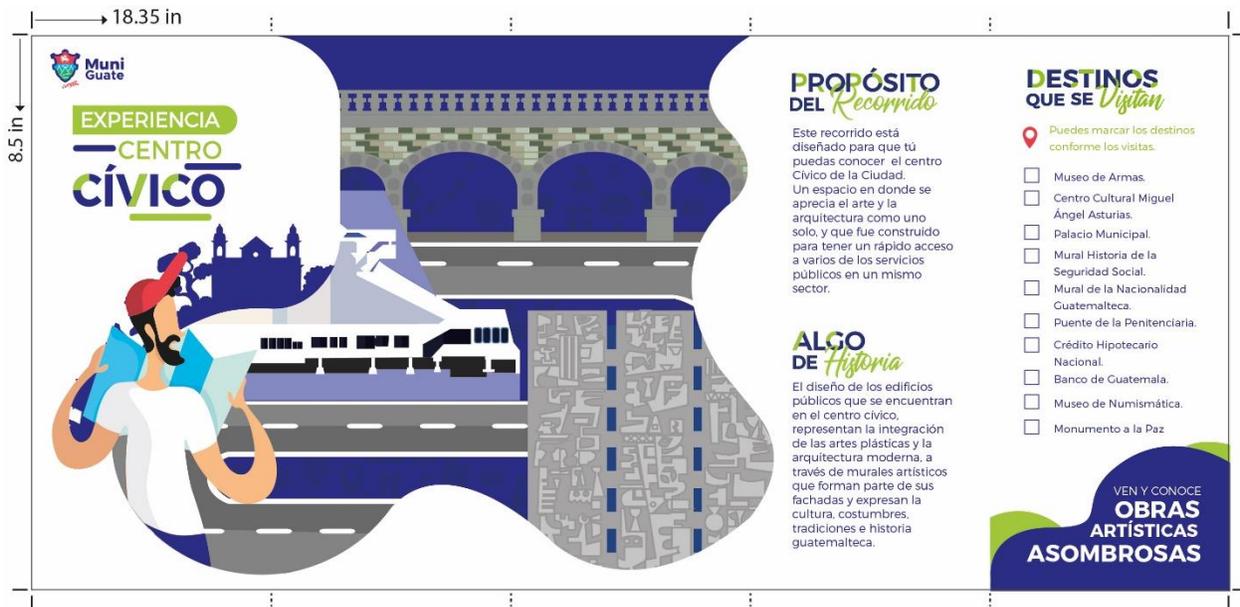


### Descripción

Esta propuesta continúa con la misma línea gráfica y diagramación de elementos seleccionada para este proyecto.

Para esta propuesta se utiliza el mismo mapa del recorrido uno, únicamente cambia la ruta cuyo orden se desplaza por la 8ª y 6ª avenidas, desde la 8ª a la 14 calle de la zona 1.

## Recorrido Experiencia Centro Cívico – tiro

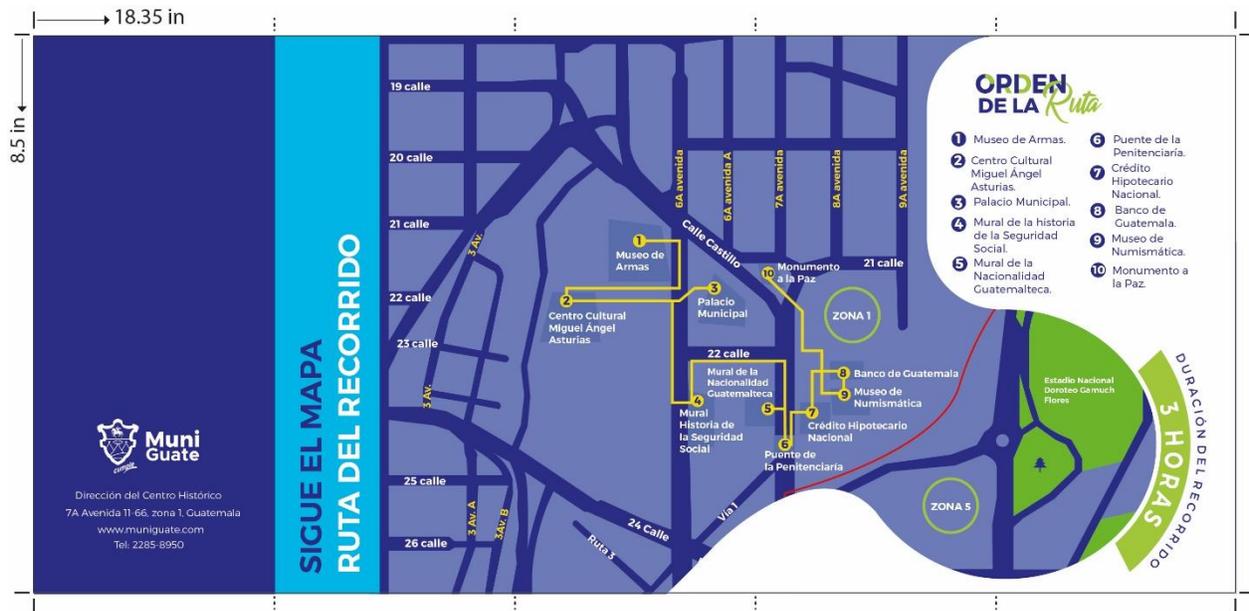


### Descripción

Esta propuesta presenta ilustraciones flat 2.0 de tres de los diez destinos que se visitan en el recorrido del Centro Cívico, entre ellos: el Puente de Penitenciaría, el Centro Cultural Miguel Ángel Asturias y los murales del Banco de Guatemala. La paleta de color de cada inmueble se deriva de fotografías de los mismos.

En la portada se muestra el nombre del recorrido con el mismo estilo y diseño establecido para los títulos.

## Recorrido Experiencia Centro Cívico – retiro



### Descripción

Esta propuesta continúa con la misma línea gráfica y diagramación de elementos seleccionada para este proyecto.

Para esta propuesta se diseña un mapa distinto que abarca únicamente el área donde se encuentra el Centro Cívico de la zona 1. Este es el único mapa que no predomina en cuadrados y rectángulos, ya que la orientación de las avenidas son asimétricas en este sector.

Se encuentra la franja roja que divide la zona 1 de la zona 5 y se muestra la ruta marcada con los destinos enumerados del uno al diez.

## Recorrido Plaza Mayor y Mercado Central – tiro



### Descripción

Esta propuesta presenta ilustraciones flat 2.0 de tres de los diez destinos que se visitan en el recorrido de la Plaza Mayor y el Mercado Central, entre ellos: el Portal del Comercio, la Concha acústica y el Edificio la Perla. La paleta de colores de cada inmueble se deriva de fotografías de los mismos.

En la portada se muestra el nombre del recorrido con el mismo estilo y diseño establecido para los títulos.

## Recorrido Plaza Mayor y Mercado Central – retiro



### Descripción

Esta propuesta continúa con la misma línea gráfica y diagramación de elementos seleccionada para este proyecto.

Para esta propuesta se utiliza el mismo mapa del recorrido uno, únicamente cambia la ruta cuyo orden se desplaza alrededor de la Plaza Mayor. Los destinos de esta propuesta se ubican alrededor del Centro Histórico. En cuanto a la información, es distinta ya que cada recorrido incluye contenido diferente.



# Capítulo VIII

Validación Técnica



## Capítulo VIII: Validación Técnica

Posteriormente se realiza el correspondiente proceso de validación, que consiste en evaluar cualitativa y cuantitativamente la efectividad que presenta el material diseñado en función de dar respuesta a los requerimientos del cliente, los objetivos del proyecto y la funcionalidad del mismo.

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

La herramienta a utilizar es una encuesta de respuesta múltiple y de escala de valoración que se aplicó al cliente, a 25 personas del grupo objetivo, hombres y mujeres colaboradores de la Municipalidad de Guatemala y visitantes nacionales de 25 a 40 años de edad que visitan el Centro Histórico, y a 5 expertos en el área de comunicación y diseño.

### 8.1 Población y muestreo

Al realizar los materiales gráficos impresos, se incluye la manera de evaluar los aspectos necesarios para determinar la funcionalidad y efectividad de las propuestas gráficas preliminares. Con el fin de obtener datos y conclusiones que respalden la eficiencia de este proyecto, se llevó a cabo un instrumento de medición tanto cuantitativa como cualitativa.

Este proceso de validación se lleva a cabo con tres grupos:

Cliente

Expertos en comunicación y diseño gráfico

### Grupo objetivo

De estos tres grupos se extrae una pequeña muestra con la finalidad de validar los materiales gráficos impresos.

### Expertos

Para validar las propuestas preliminares de este proyecto, se toman en cuenta a cinco expertos en las áreas de comunicación y diseño gráfico:

Lic. David Castillo- Productor TV.- 14 años de experiencia.

Lic. Mario Vasquez- MBA- 12 años de experiencia.

Licda. Wendy Franco- Lic. Comunicación y Diseño – 20 años de experiencia.

Licda. Lourdes Donis- Lic. Comunicación – 27 años de experiencia.

Licda. Lisette Perez- Lic. Ciencias de la Comunicación - 28 años de experiencia.

### Cliente

En cuanto al cliente, este proyecto debe ser validado por:

Lic. Luis Pablo Lavagnino- comunicador interno y diseñador en la Municipalidad de Guatemala Dirección del Centro Histórico - 3 años de experiencia.

### Grupo objetivo

Fueron encuestadas 25 personas del grupo objetivo, hombres y mujeres de 25 a 40 años de edad, personal administrativo y operativo de la Municipalidad de Guatemala y visitantes del Centro Histórico.

La importancia de validar con los tres grupos anteriores, suscita en que el cliente debe aprobar la propuesta y confirmar si los materiales gráficos impresos están en congruencia con los objetivos de comunicación de la institución, los expertos brindan observaciones técnicas respecto a diseño y funcionalidad del material y, por último, con el grupo objetivo se verifica que los materiales tengan una correcta usabilidad y que los elementos que lo conforman comuniquen en conjunto el mensaje que se desea.

## **8.2 Método e instrumento**

Para validar con los cinco expertos se programó una previa cita y se acordó el día, hora y lugar donde se llevó a cabo la reunión con cada uno, para presentarles los materiales gráficos ya impresos, y el cuestionario para que evaluaran todos los aspectos técnicos necesarios.

La evaluación del grupo objetivo se dividió en dos partes: el primer grupo son trabajadores de la Municipalidad de Guatemala que cumplen con el perfil para este proyecto, y el otro grupo se encuestó en las calles del Centro Histórico a hombres y mujeres con el rango de edad requerido, cuyas características cumplen con el perfil establecido para este proyecto.

En la validación con el cliente se programó una cita que se dio en las instalaciones de la Dirección del Centro Histórico, en la sede de la Casa Ibargüen. Se le presentó la propuesta de diseño y el respectivo instrumento de investigación. Que el cliente evaluara el proyecto fue importante, ya que es quien conoce de cerca la problemática y la necesidad de los materiales gráficos impresos en el programa Experiencia Centro Histórico.

Mientras cada grupo interactuaba con el material gráfico impreso, se recabó información

cualitativa a través del método de la observación.

### **La encuesta**

Para la validación técnica de este proyecto se utiliza como técnica de investigación la encuesta a través del instrumento que es el cuestionario, éste se conforma de 13 preguntas divididas en tres secciones importantes para obtener mejores resultados:

Parte objetiva: verificar que con la propuesta se cumplen los objetivos de comunicación y diseño planteados desde el inicio del proyecto.

Parte semiológica: evaluar que los elementos como colores, formas, ilustraciones y tipografías; comunican el mensaje planteado y transmiten los significados correctos.

Parte operativa: constatar si los materiales gráficos impresos son funcionales para el grupo objetivo en cuanto a funcionalidad en formato, tamaño, material e información, entre otros.

En la parte objetiva el encuestado encuentra preguntas dicotómicas que tienen como respuesta un sí o no. Las preguntas de la parte semiológica y operativa son del tipo de escala de Likert y escala de valoración estimativa. A través del instrumento de investigación se pretende obtener datos e información que respalde la eficacia del proyecto, o bien, descubrir aspectos importantes que pueden cambiarse para obtener una propuesta final más óptima (véase en anexo F).

De la validación con los expertos en Comunicación y Diseño Gráfico, se recaban observaciones útiles en base a su experiencia y conocimiento en diagramación e imprenta (véase en anexo G).

El proceso de validación ha sido evidenciado por medio de fotografías, mientras los encuestados interactuaban con los materiales gráficos impresos y respondían la encuesta (véase en anexo H).

### **8.3 Resultados e interpretación de resultados**

Posterior al proceso de validación técnica con el cliente, expertos y grupo objetivo, se tabulan los datos e interpretación de los resultados a través de gráficas, para determinar a base de fuente estadística si es necesario realizar cambios en las propuestas preliminares. A continuación se presentan los resultados por cada pregunta del instrumento de validación.

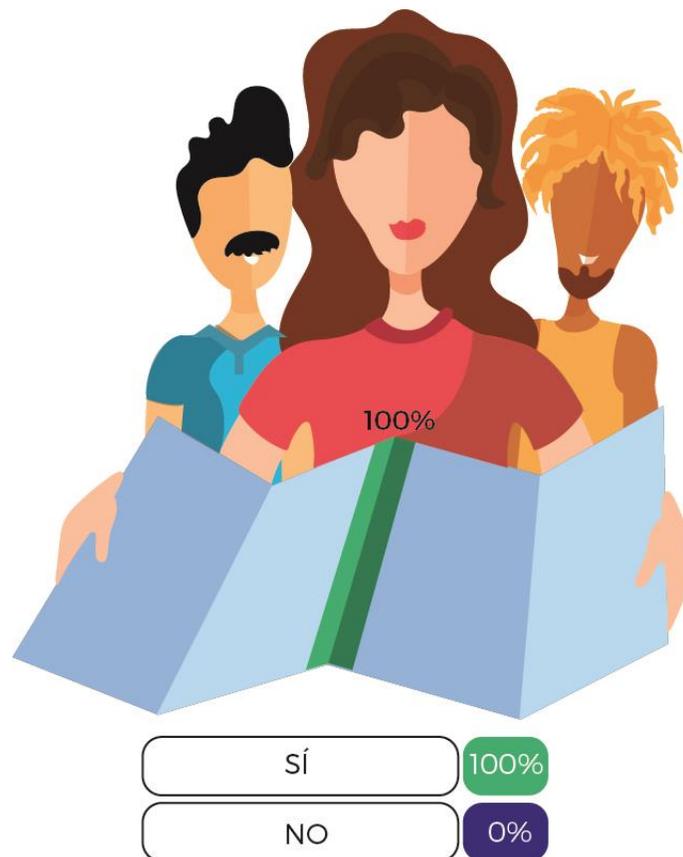
**Parte objetiva:**

1. **¿Cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico?**

**Interpretación de resultados**

El 100% de la población encuestada cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico. Se logra cumplir con el objetivo general de este proyecto.

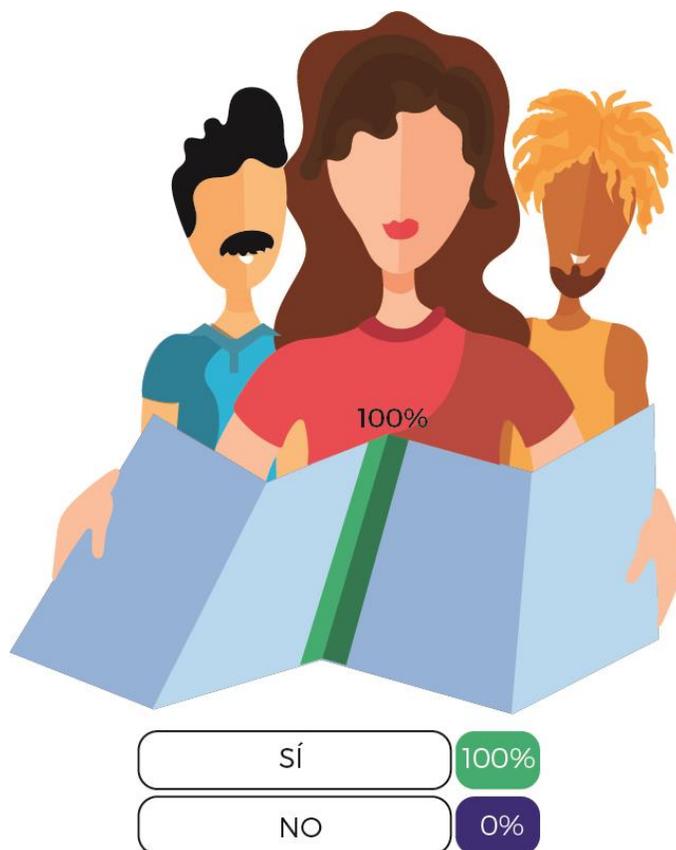
2. **¿Considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales informativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño?**



#### Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales informativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño. Los resultados determinan que se cumple con el objetivo planteado.

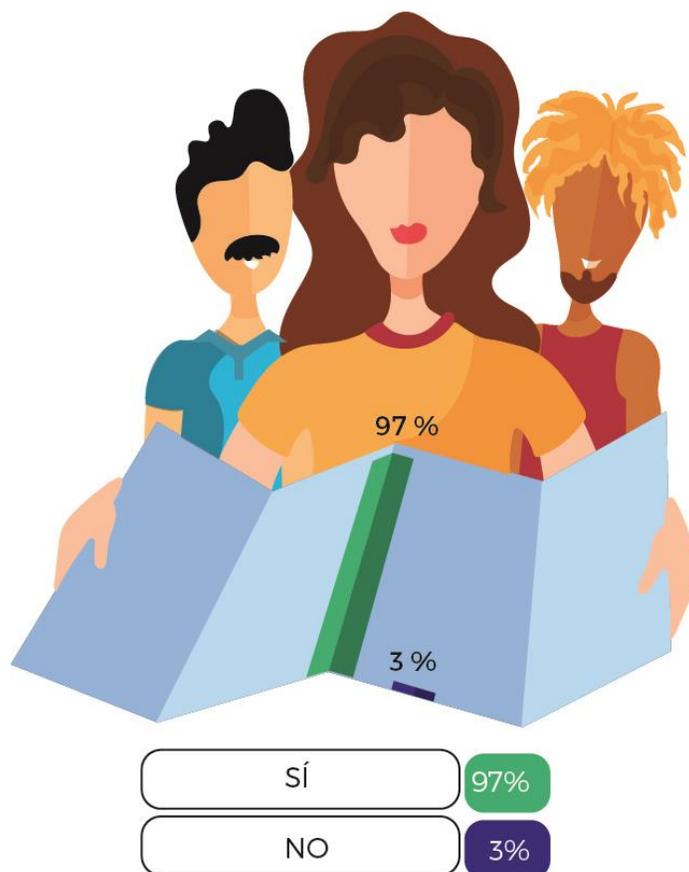
3. **¿Considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos?**



#### Interpretación de resultados

El 100% de la población encuestada considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos. Por lo que cumple con el objetivo planteado.

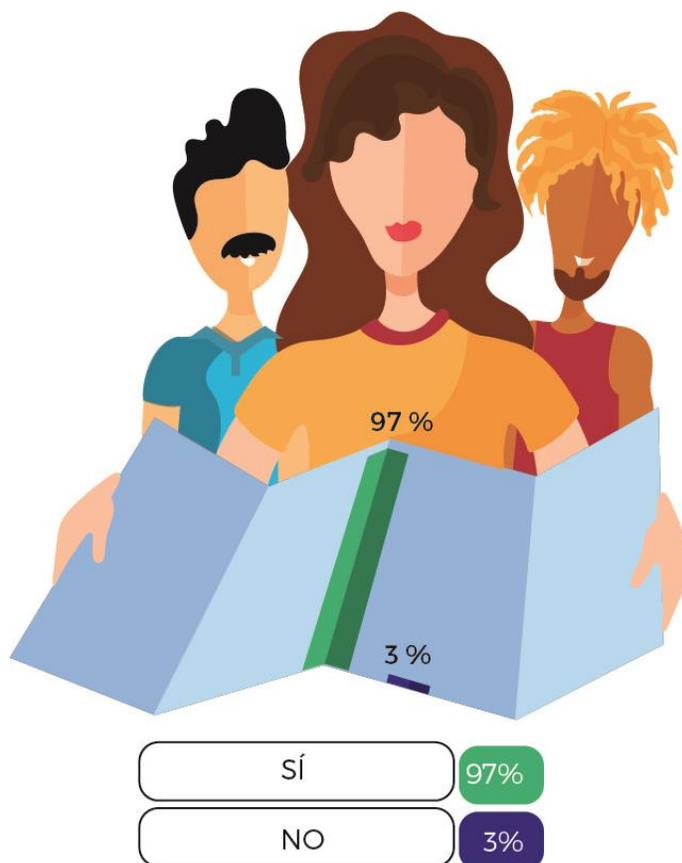
4. ¿Cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones en base a las imágenes obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan?



#### Interpretación de resultados

El 97% de la población encuestada cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones en base a las fotografías obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan. Mientras que el 3% no. Sin embargo, los resultados son favorables por lo que se cumple con el objetivo planteado.

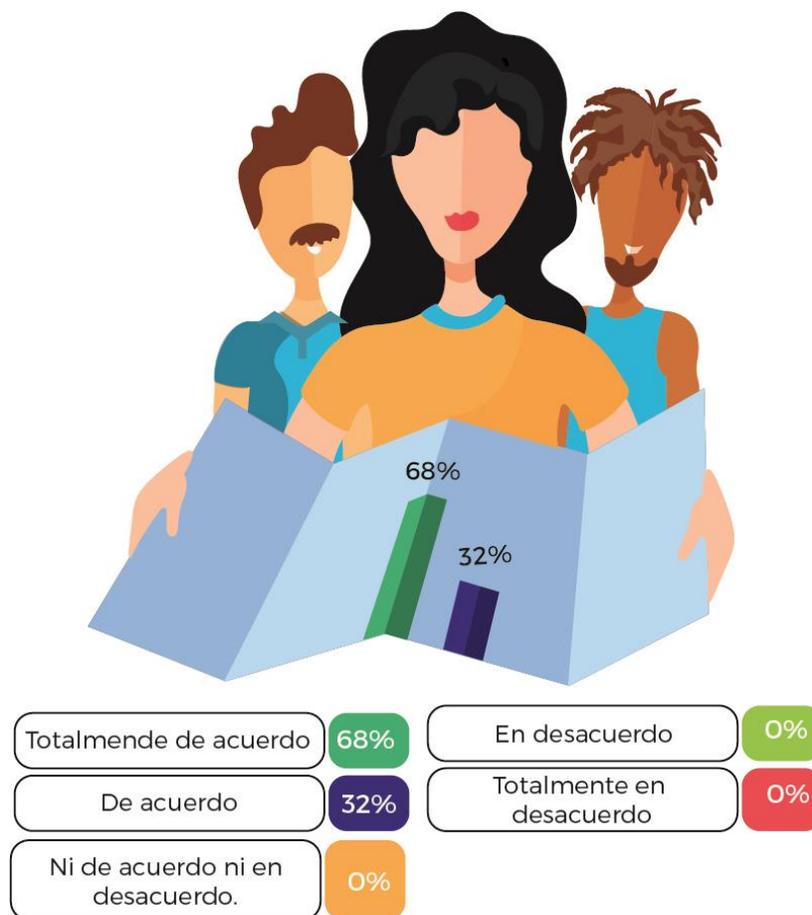
5. ¿Considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente?



#### Interpretación de resultados

El 97% de la población encuestada considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente. Mientras que el 3% no. Los resultados son favorables, por lo que se cumple con el objetivo planteado.

## 6. El diseño del material gráfico impreso es visualmente atractivo.

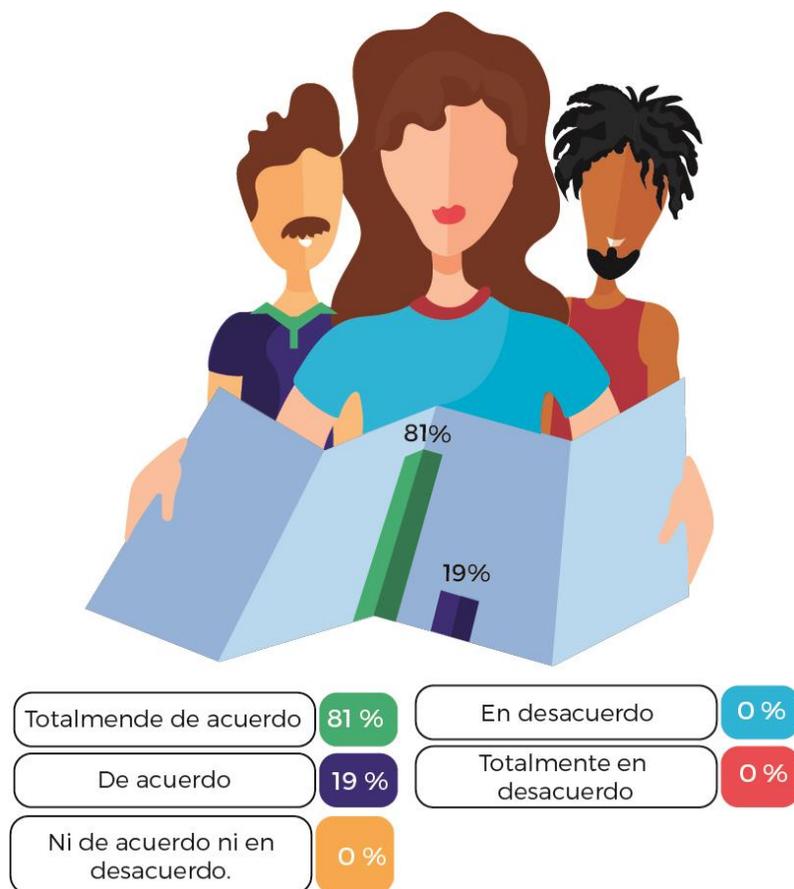


### Interpretación de resultados

El 68% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que el material gráfico impreso es visualmente atractivo y el 32% expresó estar de acuerdo.

Los resultados son favorables, por lo que el diseño de las propuestas preliminares no requiere cambio alguno.

**7. Las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles.**

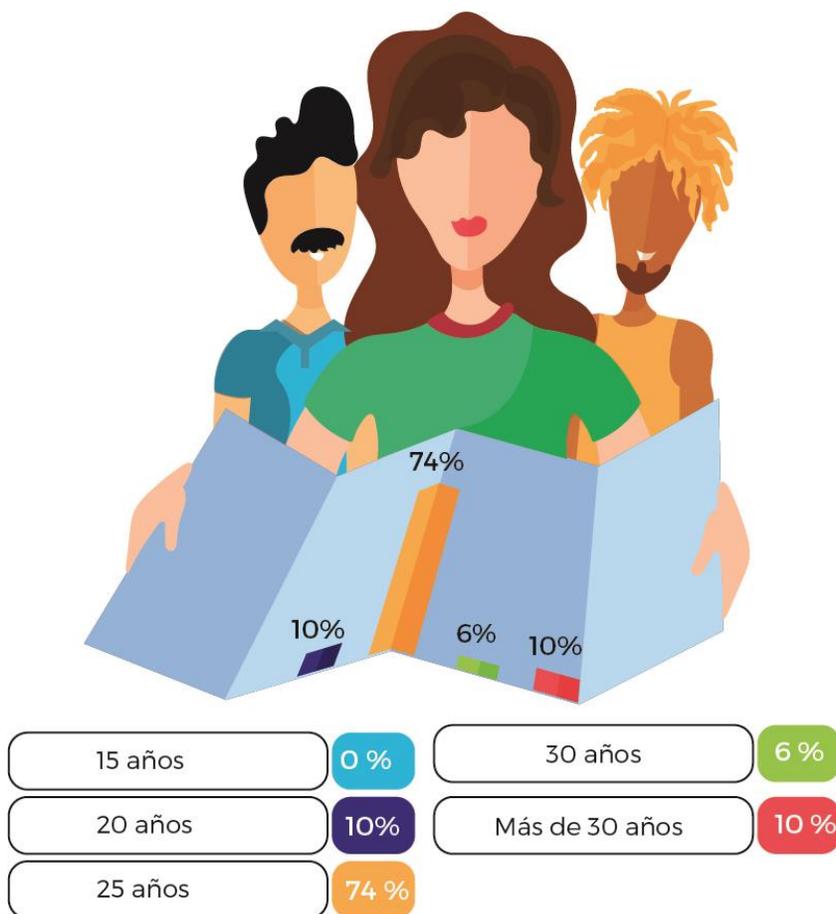


**Interpretación de resultados**

El 81% de la población encuestada está totalmente de acuerdo en que las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles. El 19% expresó estar de acuerdo.

Los resultados son favorables, por lo que establecen que las ilustraciones utilizadas sí representan correctamente a los inmuebles.

8. Considera que el personaje del recorrido cumple con las características de una persona de:

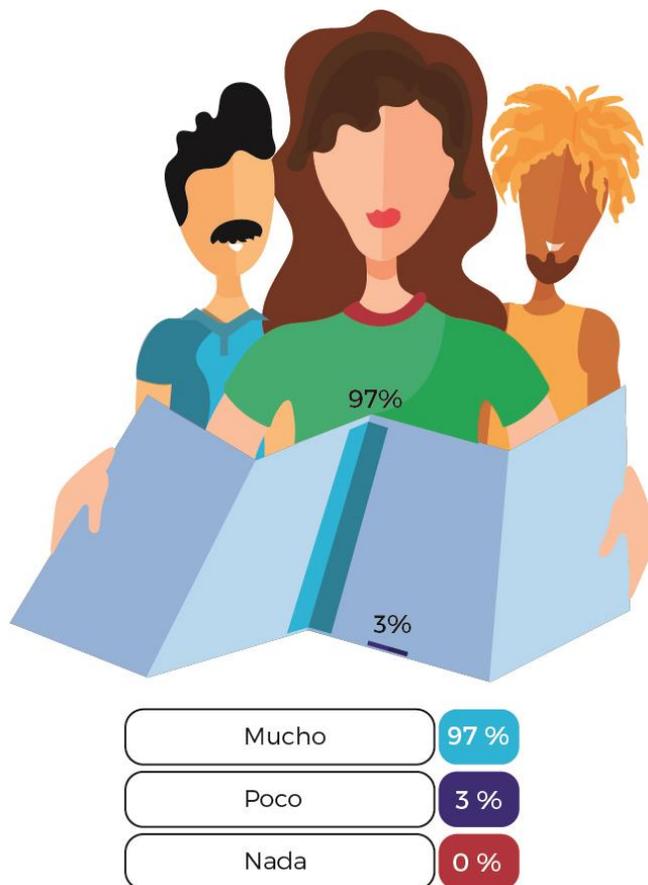


#### Interpretación de resultados

El 74% de los encuestados considera que el personaje de los recorridos cumple con las características de una persona de veinticinco años. Un 10% de veinte años. Otro 10% de más de treinta años. El 6% considera que tiene treinta años.

El objetivo principal para el personaje es cumplir con las características de una persona de 25 años; por lo tanto, los resultados establecen que el personaje no necesita cambios.

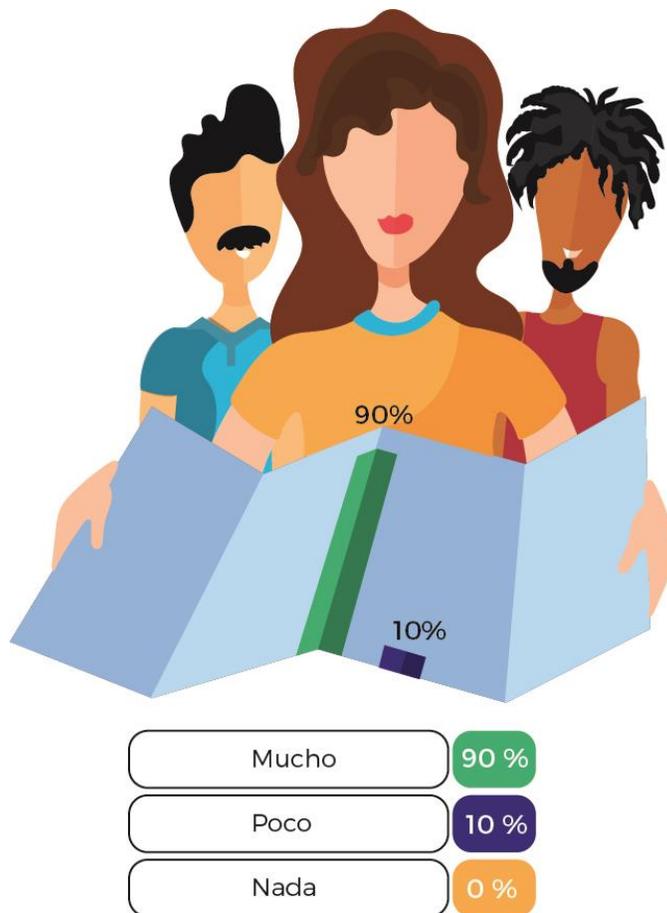
9. ¿Considera que la diagramación del material gráfico impreso es ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman?



#### Interpretación de resultados

El 97% de la población encuestada considera que la diagramación del material gráfico impreso es muy ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman. El 3% cree que poco.

Los resultados son favorables, por lo que la diagramación de los elementos no requiere cambio alguno.

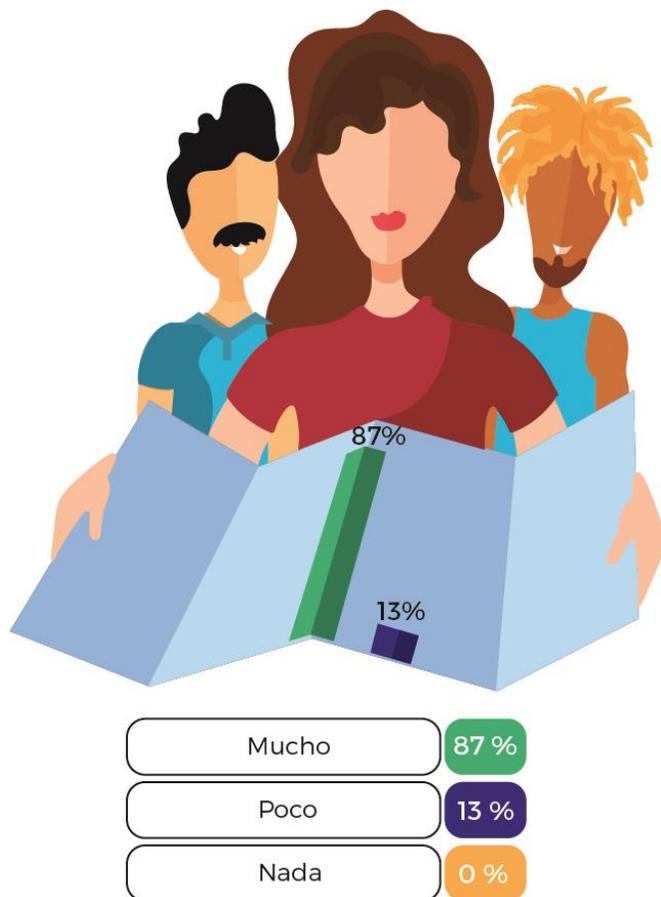
**10. ¿Considera que los textos en cada material gráfico impreso son claros y explícitos?****Interpretación de resultados**

El 90% de los encuestados considera que los textos son muy claros y explícitos. El 10% indica que los textos son poco claros y explícitos. Los resultados son positivos; por lo tanto, no se requieren cambios en los textos de los materiales gráficos impresos. Sin embargo, de acuerdo a las observaciones se toman en cuenta algunos aspectos detallados en los hallazgos importantes.

**Parte operativa:****11. ¿Al leer el material gráfico impreso, considera que la letra es?****Interpretación de resultados**

El 94% de los encuestados considera que el tipo de letra utilizada es legible. El 6% expresa que es poco legible. Los resultados son positivos, por lo que la tipografía y dimensiones aplicadas a los textos no necesitan cambios. Sin embargo, se toman en cuenta las observaciones detalladas en los hallazgos importantes.

12. ¿Considera que el material gráfico impreso contiene la información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo?

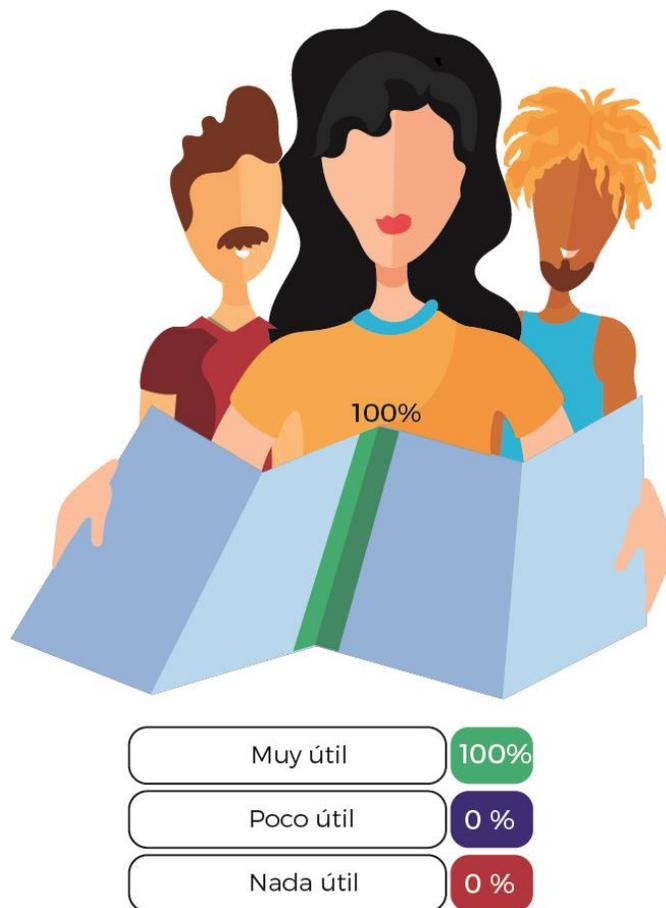


#### Interpretación de resultados

El 87% de la población encuestada considera que los materiales impresos cuentan con mucha información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo. El 13% considera que cuenta con poca información.

Los resultados establecen que la información sí comunica lo necesario acerca de cada recorrido; por lo tanto, no es necesario efectuar cambios referentes a ello.

13. ¿Considera que el material gráfico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar?



#### Interpretación de resultados

El 100% de los encuestados considera que el material gráfico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar. En base a los resultados se determina que la propuesta para solucionar la problemática inicial es útil.

### **8.3.1 Hallazgos importantes.**

Luego de obtener resultados cuantitativos por medio del proceso de validación, se toman en cuenta las observaciones del cliente, los expertos y el grupo objetivo.

#### ***8.3.1.1 Parte semiológica.***

En el recorrido Sexteando, separar el título de la portada de otra forma, ya que puede provocar connotaciones incorrectas por la posición en que se encuentran separadas las sílabas en el diseño.

Resaltar la sexta avenida de la zona 1 con un color diferente que haga contraste con el fondo del mapa, para que ésta se distinga. Sustituir el color amarillo por el rojo corporativo en la línea que marca la ruta en los mapas.

Realizar un borde de troquelado menos detallado, para reducir costos de reproducción y maltrato en los materiales al utilizarlos.

En el retiro de cada material gráfico sustituir el título “Orden de la ruta” por “itinerario del recorrido”

En la contraportada de cada material gráfico, correr el isologo hacia arriba y dejar la información de contacto abajo.

En el título “Destinos que se visitan” bajar cuatro espacios la palabra “visitan” ya que se confunde la letra V con la letra D por el diseño de la tipografía.

Ordenar los espacios entre palabras y letras, para obtener párrafos más parejos.

### ***8.3.1.2 Parte operativa.***

Indicar el norte en los mapas.

Utilizar puntuación abierta en los listados de los destinos que se visitan en cada recorrido.

## 8.4 Cambios en base a resultados

Al finalizar la validación técnica se hacen cambios en base a las observaciones, y se muestra la imagen del antes y el después de cada cambio realizado.

### 8.4.1 Tiro – Quinto segmento.



Justificación:

1- Se separa la palabra visitan, para evitar la confusión de la letra V con la letra D.

2- Se cambia puntuación cerrada por puntuación abierta en el listado de los destinos.

3- Este cambio se realiza en los siete recorridos para unificar el diseño y estilo de los mismos.

### 8.4.2 Retiro - Orden de la ruta.



Justificación:

1- Debido a la connotación que la palabra “orden” puede comunicar, se reemplaza el título por un término utilizado dentro del turismo para referirse a la secuencia de un recorrido, dicha palabra es “itinerario” por lo que el título completo cambia a “Itinerario del recorrido”.

2- Se sustituye la puntuación cerrada por puntuación abierta en el itinerario del recorrido.

3- Se utiliza un punto menos en la escala de la tipografía del texto.

Estos cambios se han realizado en los siete recorridos.

### 8.4.3 Retiro - mapa.



Justificación:

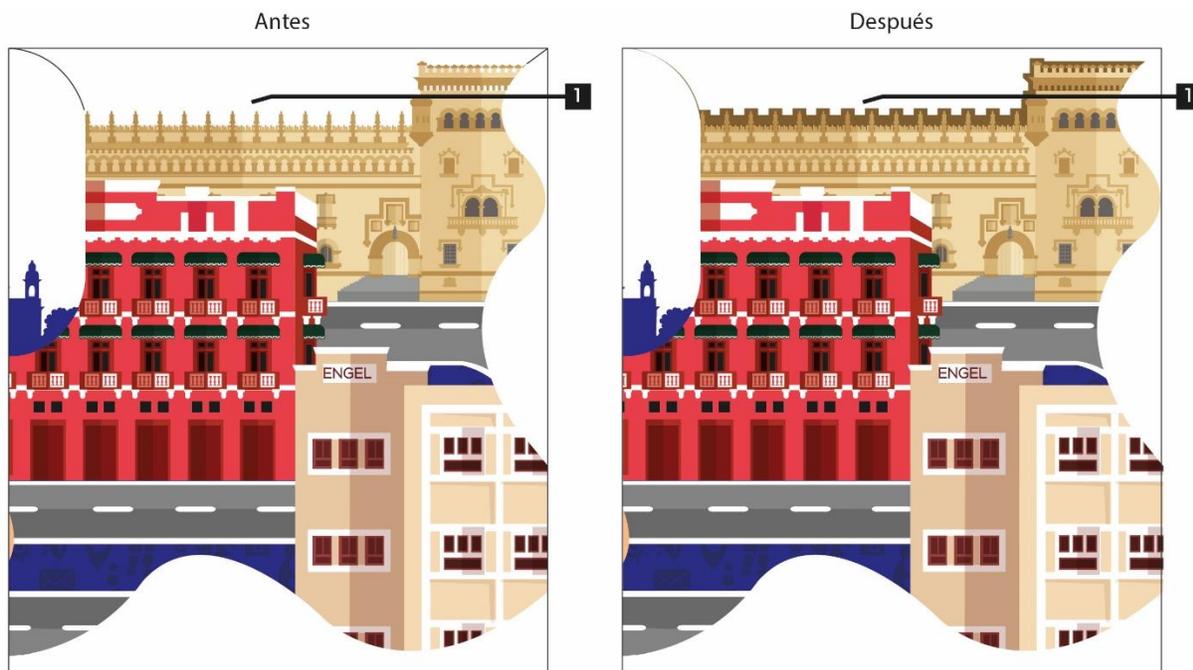
1- En el mapa no se distingue entre el tono azul de la sexta avenida con el tono azul del fondo; por esto, se cambia el color azul de la sexta avenida, a color rojo que forma parte del isologo de la Municipalidad de Guatemala.

2- Visualmente tienen más impacto las calles y avenidas por el tamaño y grosor de la tipografía en comparación a los nombres de los destinos que se visitan; por esto, se cambia la escala de los textos con el propósito de dar mayor realce a los destinos.

3- Para proporcionar una mejor ubicación en el mapa, se agrega la representación de una brújula que marca el norte.

Estos cambios se han realizado en los siete recorridos.

#### 8.4.4 Troquelado.



Justificación:

1- Se realiza un troquel menos detallado que optimiza la usabilidad de los materiales gráficos impresos, se reduce el riesgo de que éstos se rasguen o rompan con la constante manipulación física. Este cambio se aplica a los siete recorridos.

### 8.4.5 Tiro-textos.



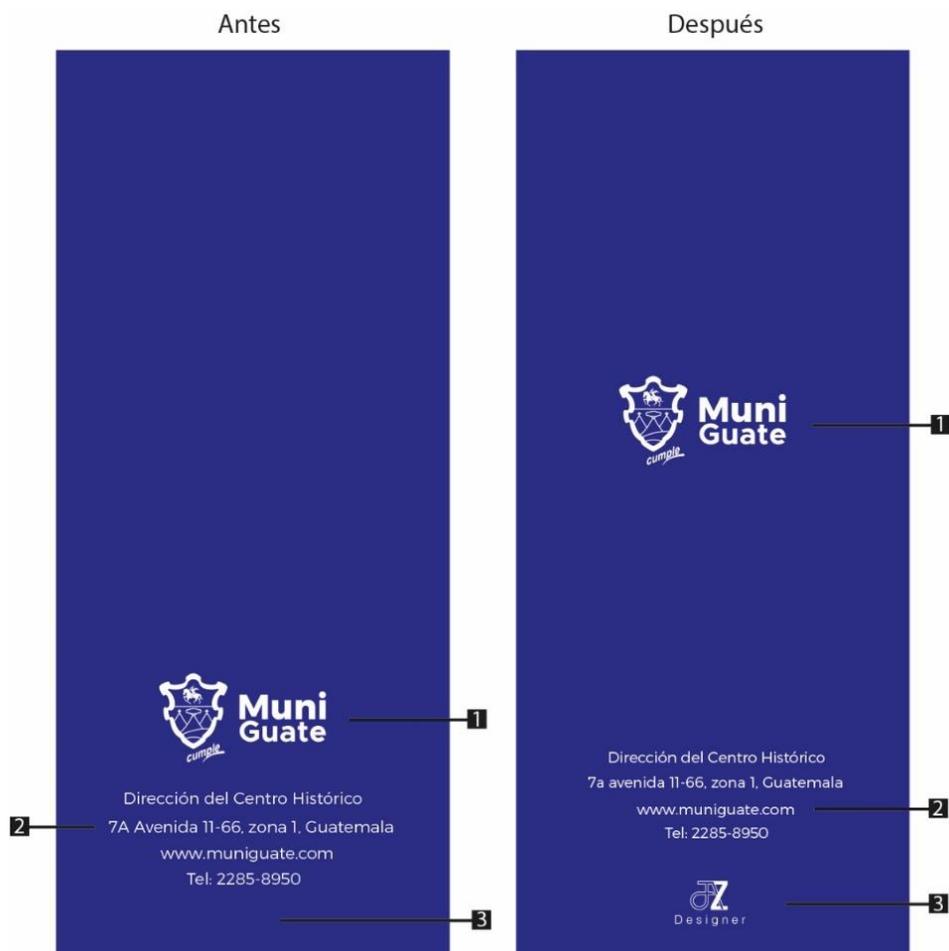
Justificación:

1- Con el uso de la herramienta tracking y el interlineado de los textos, se obtienen párrafos más parejos.

2- Se disminuye la escala de la tipografía de 13 a 12pts.

Estos cambios se aplican a los siete recorridos.

### 8.4.6 Contraportada.



#### Justificación:

1- Se coloca el isologo de la Municipalidad de Guatemala un centímetro sobre la mitad en horizontal, para aprovechar el espacio y evitar la saturación de elementos en la parte inferior de la contraportada.

2- Se corrige la ortografía en la segunda línea de información, se sustituye la letra A mayúscula por una minúscula en la ubicación. Se aprovecha el espacio y se coloca la caja de texto

más arriba. Se agrega una dirección de correo a la información de contacto.

3- Se agrega el sello personal del estudiante que ha diseñado los materiales gráficos impresos.

Estos cambios se aplican a los siete recorridos.

### 8.4.7 Recorrido – sexteando - portada.



Justificación:

1- Durante la validación técnica y a través de la observación, se descubre el significado erróneo que el grupo objetivo percibe con la sílaba “sex” por la forma en que se divide el nombre del recorrido, a raíz de esto se establece otra forma de separar la palabra.

El cambio aplica únicamente en éste recorrido.



# Capítulo IX

Propuesta gráfica final



## Capítulo IX: Propuesta gráfica final

### 9.1 Propuesta gráfica final

#### Recorrido sexteando – tiro

8.5 in



**Muni Guate**

# SEXEANDO

ENGEL

**PROPÓSITO DEL Recorrido**

Esta ruta está diseñada para que tú recorras uno de los puntos de encuentro más representativos de la historia y la cultura guatemalteca. Una caminata para disfrutar y conocer diversas edificaciones emblemáticas que se localizan a lo largo del famoso paseo La Sexta.

**ALGO DE Historia**

La Calle Real fue conocida en su época como una de las calles más lujosas de la nueva Ciudad de Guatemala debido a los importantes comercios y edificaciones que en ella se encontraban, además de ser la primera calle con instalación de alumbrado eléctrico, habilitación del tranvía y la colocación de teléfonos en los edificios.

**DESTINOS QUE SE Visitan**

Puedes marcar los destinos conforme los visitas.

Ejemplo

- Parque Enrique Gómez Carrillo
- Palacio de Gobernación
- Templo de San Francisco
- Templo de Santa Clara
- Hotel Royal Palace
- Casa Samayoa Bonifasi
- Teatro LUX
- Edificio Engel
- Casa Pavón
- Hotel Panamerican

**VEN Y CONOCE EL PUNTO DE ENCUENTRO MÁS POPULAR**

18.35 pulgadas

Recorrido sexteando – retiro



Recorrido Carmen de la Fortuna – tiro



**CARMEN DE LA FORTUNA**



**PROPÓSITO DEL Recorrido**

Este recorrido está diseñado para que tú puedas conocer diez de los destinos que han sido revitalizados para preservar el valor cultural e histórico en la 8ª avenida, desde la 14 a 8ª calles de la zona 1. Puntos de encuentro únicos e interesantes por realizar en cada uno de ellos.

**ALGO DE Historia**

Durante el recorrido se visita uno de los museos temáticos de la zona 1 con gran valor histórico, ya que cuenta con distintas ambientaciones y resguarda una colección magnífica de utensilios, artes y muebles de época, que cuentan cómo era la vida doméstica que data a finales del siglo XIX.

**DESTINOS QUE SE VISITAN**

Puedes marcar los destinos conforme lo visitas.

Ejemplo

- Casa MIMA
- Casa Goicolea
- Antigua Tipografía Sánchez & De Guise
- Antiguo Club Americano
- Antiguo Palacio de Correos (Centro Cultural Municipal)
- Edificio San Marcos
- Templo de Nuestra Señora Del Carmen
- Casa Larrazabal
- Roque Rosito
- Edificio La Gloria

VEN Y CONOCE **LUGARES INTERESANTES Y CAUTIVADORES**

18.35 pulgadas

Recorrido Carmen de la Fortuna – retiro



**SIGUE EL MAPA RUTA DEL RECORRIDO**

Dirección del Centro Histórico  
7a avenida 11-56, zona 1, Guatemala  
recomendos@muniguatemala.com  
www.muniguatemala.com  
Tel. 2285-8950



**ITINERARIO DEL Recorrido**

1 Casa MIMA	6 Edificio San Marcos
2 Casa Goicolea	7 Templo de Nuestra Señora Del Carmen
3 Antigua tipografía Sánchez & De Guise	8 Casa Larrazabal
4 Antiguo Club Americano	9 Roque Rosito
5 Antiguo Palacio de correos (Centro Cultural Municipal)	10 Edificio La Gloria

**4 HORAS** DURACION DEL RECORRIDO

18.35 pulgadas

## Recorrido Casas Municipales y Plaza Central – tiro

8.5 in

**Muni Guate**

**CASAS MUNICIPALES Y PLAZA CENTRAL**

**PROPÓSITO DEL Recorrido**

Este recorrido está diseñado para que tú puedas conocer la historia de la Ciudad de Guatemala. Las antiguas locaciones, viviendas, la arquitectura pública de los años 30's y 40's, y experimentes un "viaje" al pasado cuando la comunicación era a través del correo postal y el telégrafo.

**ALGO DE Historia**

A finales del Siglo XVIII la Nueva Guatemala de la Asunción daba muestras de crecimiento en la primera etapa constructiva del nuevo asentamiento. De esa cuenta, los mejores constructores y artesanos de la región se esmeraban en crear asombrosos inmuebles.

**DESTINOS QUE SE Visitan**

Puedes marcar los destinos conforme los visitas

Ejemplo

- Casa Ibargüen
- Antiguo Palacio de correos o Centro Municipal de Arte y cultura
- Antiguo Club
- Antigua Imprenta Sánchez & De Guise

VEN Y CONOCE  
**CASAS Y PALACIOS MAGNÍFICOS**

18.35 pulgadas

## Recorrido Casas Municipales y Plaza Central – retiro

8.5 in

**ITINERARIO DEL Recorrido**

- 1 Casa Ibargüen
- 2 Antiguo Palacio de Correos
- 3 Antiguo Club Americano
- 4 Antigua Tipografía Sánchez & De Guise
- 5 Plaza Central

DURACION DEL RECORRIDO  
**4 HORAS**

**Muni Guate**

Dirección del Centro Histórico  
7a avenida 11-66, zona 1, Guatemala  
recorridoschi@municipiate.com  
www.municipiate.com  
Tel: 2285-8950

**SIGUE EL MAPA RUTA DEL RECORRIDO**

18.35 pulgadas

## Recorrido Paseando por Jocotenango – tiro



**Muni Guate**

**PASEANDO POR JOCOTENANGO**

**PROPÓSITO DEL Recorrido**

Este recorrido está diseñado para que tú te desplaces en una caminata que atraviesa toda la Sexta avenida de la zona 1, y finaliza en el parque Jocotenango de la zona 2. En toda la travesía podrás apreciar los privilegiados paisajes urbanos, llenos de esculturas, y lugares emblemáticos que esconden grandes historias.

**ALGO DE Historia**

Previo al traslado, el pueblo de Jocotenango era vecino con la ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala, y era considerado parte de la ciudad. Por ello, en el nuevo asentamiento, dicho pueblo también fue trasladado a la vecindad de la Nueva Guatemala de la asunción en el Valle de la Ermita.

**DESTINOS QUE SE Visitan**

 Puedes marcar los destinos conforme los visitas.

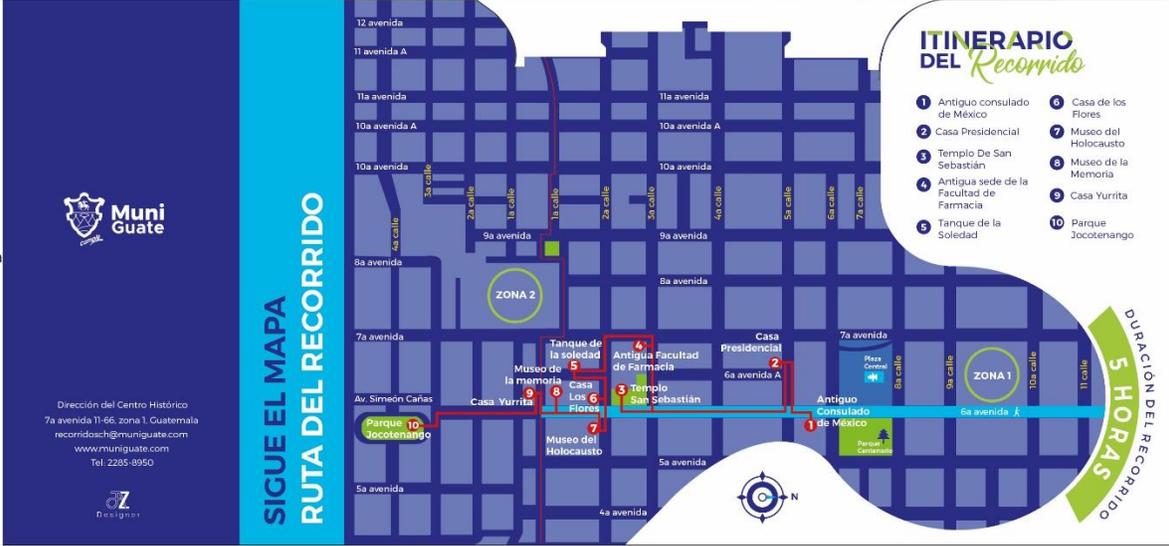
Ejemplo

- Antiguo Consulado de México
- Casa Presidencial
- Parroquia De San Sebastián
- Antigua sede de la facultad de Farmacia
- Tanque de la soledad
- Casa de Los Flores
- Museo del Holocausto
- Museo de la memoria
- Casa Yurrita
- Parque Jocotenango

VEN Y CONOCE  
**LUGARES INTERESANTES DE GUATEMALA**

18.35 pulgadas

## Recorrido Paseando por Jocotenango – retiro



**Muni Guate**

**SIGUE EL MAPA RUTA DEL RECORRIDO**

Dirección del Centro Histórico  
7a avenida 11-66, zona 1, Guatemala  
recorridosch@municipiguate.com  
www.municipiguate.com  
Tel: 2285-8950

**DURACION DEL RECORRIDO**  
**5 HORAS**

**ITINERARIO DEL Recorrido**

- 1 Antiguo consulado de México
- 2 Casa Presidencial
- 3 Templo De San Sebastián
- 4 Antigua sede de la Facultad de Farmacia
- 5 Tanque de la Soledad
- 6 Casa de Los Flores
- 7 Museo del Holocausto
- 8 Museo de la Memoria
- 9 Casa Yurrita
- 10 Parque Jocotenango

18.35 pulgadas

### Recorrido Experiencia Centro Cívico – tiro

**Muni Guate**

**EXPERIENCIA CENTRO CÍVICO**

**PROPÓSITO DEL Recorrido**

Este recorrido está diseñado para que tú puedas conocer el centro Cívico de la Ciudad. Un espacio en donde el arte y la arquitectura son uno solo, el cual fue construido para contar con un rápido acceso a varios de los servicios públicos en un mismo sector.

**ALGO DE Historia**

El diseño de los edificios públicos que se encuentran en el centro cívico, son una integración de las artes plásticas y la arquitectura moderna, que a través de los murales artísticos de sus fachadas, expresan la cultura, costumbres, tradiciones e historia guatemalteca.

**DESTINOS QUE SE Visitan**

Puedes marcar los destinos conforme los visitas

Ejemplo

- Museo de Armas
- Centro Cultural Miguel Ángel Asturias
- Palacio Municipal
- Mural Historia de la Seguridad Social
- Mural de la Nacionalidad Guatemalteca
- Puente de la Penitenciaría
- Crédito Hipotecario Nacional
- Banco de Guatemala
- Museo de Numismática
- Monumento a la Paz

VEN Y CONOCE **OBRAS ARTÍSTICAS ASOMBROSAS**

18.35 pulgadas

### Recorrido Experiencia Centro Cívico – retiro

**Muni Guate**

Dirección del Centro Histórico  
7a avenida 11-46, zona 1, Guatemala  
recorridosich@municipalguate.com  
www.municipalguate.com  
Tel: 2285-8950

**QZ**  
Dobignier

**SIGUE EL MAPA RUTA DEL RECORRIDO**

**ITINERARIO DEL Recorrido**

1 Museo de Armas	6 Puente de la Penitenciaría
2 Centro Cultural Miguel Ángel Asturias	7 Crédito Hipotecario Nacional
3 Palacio Municipal	8 Banco de Guatemala
4 Mural de la historia de la Seguridad Social	9 Museo de Numismática
5 Mural de la Nacionalidad Guatemalteca	10 Monumento a la Paz

**DURACION DEL RECORRIDO**  
**3 HORAS**

18.35 pulgadas

## Recorrido Plaza Mayor y Mercado Central – tiro

**Muni Guate**

**PLAZA MAYOR Y MERCADO CENTRAL**

**PROPÓSITO DEL Recorrido**  
Este recorrido está diseñado para que tú conozcas diez sitios de interés localizados alrededor del espacio público más importante de la Ciudad de Guatemala, el cruce de calles que dan origen a la Plaza, la historia de las antiguas edificaciones que la rodeaban y de aquellas que aún pueden observarse.

**ALGO DE Historia**  
El Centro Histórico es el territorio rectangular donde se estableció la ciudad a partir de la Plaza de Armas. Esta antigua plaza se denomina actualmente "Plaza Mayor de la Constitución", fue trazada según el plano realizado por el arquitecto Marcos Ibáñez y aprobado por el rey Carlos III.

**DESTINOS QUE SE Visitan**  
Puedes marcar los destinos conforme los visitas.

- Ejemplo
- Portal del Comercio
- Pasaje Rubio
- Edificio La Perla
- Edificio de la Empresa Eléctrica
- Mural de la Biblioteca Nacional
- Parque Centenario
- Palacio Nacional de la Cultura
- Plaza Mayor de la Constitución
- Catedral de Santiago de Guatemala
- Mercado Central

VEN Y CONOCE  
**EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD**

8.5 in

18.35 pulgadas

## Recorrido Plaza Mayor y Mercado Central – retiro

**Muni Guate**

**SIGUE EL MAPA RUTA DEL RECORRIDO**

**ITINERARIO DEL Recorrido**

- 1 Portal del Comercio
- 2 Pasaje Rubio
- 3 Edificio La Perla
- 4 Edificio de la empresa eléctrica
- 5 Biblioteca Nacional
- 6 Parque Centenario
- 7 Palacio Nacional
- 8 Plaza Central
- 9 Catedral de Santiago De Guatemala
- 10 Mercado Central

8.5 in

18.35 pulgadas

DURACIÓN DEL RECORRIDO  
**4 HORAS**

5a calle, 6a calle, 7a calle, 8a calle, 9a calle, 9a calle A, 10a calle, 11 calle, 12 calle

3a avenida, 4a avenida, 5a avenida, 6a avenida, 7a avenida, 8a avenida, 9a avenida, 10a avenida, 11a avenida, 12a avenida

Palacio Nacional, Plaza Central, Mercado Central, Parque Centenario, Biblioteca Nacional, E.E.G.S.A, Edificio La Perla, Pasaje Rubio, Portal del comercio, Catedral de Santiago De Guatemala

PARQUE COLÓN

Recorrido de la fe – tiro

**Muni Guate**

**RUTA DE LA FÉ**

**PROPÓSITO DEL Recorrido**  
 Este recorrido está diseñado para que tú puedas conocer construcciones impresionantes de arquitectura religiosa en Guatemala. Y experimentar no solo una actividad religiosa y artística, sino también descubrir la historia social, cultural, política y económica que resguardan estas magníficas obras.

**ALGO DE Historia**  
 En el territorio conquistado por los españoles, la única religión permitida era el Catolicismo, por ello, en la Ciudad se puede apreciar diversidad de templos católicos con arquitectura única. Algunos conservan el estilo ultra barroco en sus fachadas y otros ya adoptan un diseño del estilo neoclásico.

**DESTINOS QUE SE Visitan**  
 Puedes marcar los destinos conforme los visitas.

Ejemplo

- Templo San Francisco
- Templo Santa Clara
- Templo de Nuestra Señora Del Carmen
- Antigua Casa Arzobispal
- Templo Santa Rosa
- Catedral Metropolitana

VEN Y CONOCE LA CATEDRAL Y TEMPLOS EMBLEMÁTICOS

8.5 in

18.35 pulgadas

Recorrido de la fe – retiro

**Muni Guate**

**SIGUE EL MAPA RUTA DEL RECORRIDO**

**ITINERARIO DEL Recorrido**

- 1 Templo San Francisco
- 2 Templo Santa Clara De Asís
- 3 Templo de Nuestra Señora Del Carmen
- 4 Antigua Casa Arzobispal
- 5 Templo Santa Rosa
- 6 Catedral Metropolitana

6a avenida, 7a avenida, 8a avenida, 9a avenida, 10a avenida, 11a avenida, 12a avenida

6a calle, 7a calle, 8a calle, 9a calle, 10a calle, 11a calle, 12a calle, 12a calle A, 15a calle

Plaza Central

PARQUE COLON

DURACION DEL RECORRIDO 4 HORAS

18.35 pulgadas



# Capítulo X

Producción, reproducción  
y distribución



## Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Para que este proyecto se lleve a cabo, cumpla con su función primordial y llegue al grupo objetivo, es necesario que la institución cuente con los recursos económicos para la producción, reproducción y distribución de los materiales gráficos impresos. Para respaldar económicamente el proyecto, se toman en cuenta los siguientes aspectos:

Plan de costos de elaboración: ayuda a establecer los costos que se generan durante la elaboración del proceso creativo y la propuesta preliminar.

Plan de costos de producción: ayuda a establecer los costos de los artes finales de los materiales gráficos impresos.

Plan de costos de reproducción: contribuye a establecer los costos por impresión de los materiales gráficos impresos, se toman en cuenta aspectos como: las medidas, el material, si es a full color y cuantos ejemplares se ordenan para reproducir.

Plan de costos de distribución: incluye los costos del proceso de gestión para que los materiales gráficos impresos sean repartidos y lleguen al grupo objetivo.

Margen de utilidad: establece el porcentaje de ganancia que el diseñador adquiere por su tiempo de trabajo, es un costo adicional a todos los anteriores.

IVA: indica el monto del 12% de los costos en base al plan de costos de elaboración, producción, reproducción y margen de utilidad.

Cuadro de resumen general de costos: en este apartado se detalla el costo total para la gestión de este proyecto.

### 10.1 Plan de costos de elaboración

Para este plan de costos se toma en cuenta el tiempo trabajado desde el proceso creativo para la generación de ideas, conceptualización, bocetaje y digitalización de bocetos para la realización de las dos propuestas de diseño y diagramación iniciales que se le presentan al cliente, para seleccionar una línea gráfica para los materiales informativos impresos. Posteriormente la realización de la propuestas gráficas preliminares.

<b>Costo Elaboración</b>	
Total de semanas laboradas:	12 Semanas
Total de días laborados:	60 días (5 días a la semana)
Total de horas laboradas:	300 horas (5 horas al día)
Total del costo de elaboración:	300 horas por Q25 cada hora
<b>Q7,500.00</b>	

## 10.2 Plan de costos de producción

El plan de costos de producción corresponde al costo por tiempo laborado durante la realización de las propuestas gráficas finales.

<b>Costo producción</b>	
Total de semanas laboradas:	1 Semana
Total de días laborados:	6 días (6 días a la semana)
Total de horas laboradas:	48 horas (8 horas al día)
Total del costo de producción:	48 horas por Q25 cada hora
<b>Q1,200.00</b>	

## 10.3 Plan de costos de reproducción

Se efectúa una cotización con la imprenta Maya Prin: 4,000 unidades impresas a full color tiro y retiro en tamaño 8.5 x 18.35 pulgadas; en material Husky C-08. Y el corte digital del diseño tipo troquel.

<b>Costo de reproducción</b>	
Total del costo de reproducción:	por 4,000 unidades
<b>Q20,500.00</b>	

#### 10.4 Plan de costos de distribución

La distribución de los materiales gráficos impresos no tiene ningún costo, debido a que se van a distribuir en la Municipalidad de Guatemala por medio de los colaboradores y demás personal a cargo.

<b>Costo distribución</b>	
Total del costo de distribución:	por medio del personal.
	<b>Q0.00</b>

### 10.5 Margen de utilidad

El porcentaje del margen de utilidad es del 20%.

<b>Margen de utilidad</b>	
Plan de costos de elaboración:	Q7,500.00
Plan de costos de producción:	Q1,200.00
Plan de costos de reproducción:	Q20,500.00
Plan de costos de distribución:	Q0.00
<b>Margen de utilidad (20%)</b>	<b>Q5,840.00</b>

### 10.6 IVA

El monto del Impuesto al Valor Agregado se obtiene del 12% de la suma de costos de elaboración, producción, reproducción y margen de utilidad.

<b>IVA</b>	
Sub total con margen de utilidad	Q35,040.00
<b>IVA (12%)</b>	<b>Q4,204.00</b>

### 10.7 Cuadro resumen general de costos

A continuación se detalla el resumen general de costos para la gestión de este proyecto, que incluye los costos de: elaboración, producción, reproducción, distribución, margen de utilidad del 20% e IVA.

<b>Costo total</b>	
Plan de costos de elaboración:	Q7,500.00
Plan de costos de producción:	Q1,200.00
Plan de costos de reproducción:	Q20,500.00
Plan de costos de distribución:	Q0.00
<i>Sub total</i>	<b>Q29,200.00</b>
Margen de utilidad (20%)	Q5,840.00
IVA	Q4,204.00
<b>Total :</b>	<b>Q39,244.00</b>



# Capítulo XI

Conclusiones y recomendaciones



## **Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones**

### **11.1 Conclusiones**

Se diseñaron materiales gráficos impresos que permiten dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos histórico-culturales del programa Experiencia Centro Histórico, en la Ciudad de Guatemala.

Se investigó información acerca de ciencias, artes y tendencias de ilustración y diagramación, lo que permite sustentar y justificar cada uno de los elementos que forman parte de las propuestas gráficas finales.

Se hizo una recopilación de información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, por lo que se estableció el contenido de los materiales gráficos impresos.

Se fotografiaron los destinos más representativos de cada recorrido, y se crearon las ilustraciones en base a las imágenes obtenidas.

Se diagramaron los elementos gráficos de manera ordenada, por lo que se obtuvo un equilibrio visual y una lectura coherente.

## 11.2 Recomendaciones

Los materiales gráficos impresos deben estar disponibles y accesibles para el público objetivo, principalmente en la Casa Iburgüen sede de la Dirección del Centro Histórico; así también, que estén disponibles en las dependencias municipales aledañas al Centro Histórico de la Ciudad, para potenciar la visibilidad y existencia del servicio entre los guatemaltecos.

Se recomienda que los materiales gráficos impresos sean actualizados en cuanto a información según sea la evolución del programa Experiencia Centro Histórico.

Se recomienda diseñar nuevas estrategias de gestión y publicidad que acompañen y potencien el impacto de los materiales gráficos impresos, al ofrecer la información por medio de otros medios de comunicación.



# Capítulo XII

Conocimiento general



## Capítulo XII: Conocimiento general

### 12.1 Conocimiento general

**COMUNICACIÓN I, II, III Y IV:**  
El proceso de comunicación aprendido en estos cursos, se ve implementado en todo el proyecto de tesis desde el comienzo al partir de la detección del problema de comunicación.

**COMUNICACIÓN INTERCULTURAL**  
Durante el proceso del proyecto, se enfrentan distintos momentos en los que se hace necesaria la comunicación intercultural para entenderse y expresarse ante el cliente, grupo objetivo, expertos, entre otros.

**TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN:**  
Los conocimientos adquiridos en este curso, le ha brindado al estudiante las técnicas y herramientas útiles para sustentar la investigación del proyecto de graduación.

**TÉCNICAS DE REDACCIÓN:**  
Estos conocimientos han sido óptimos para determinar los textos que incluyen los materiales gráficos impresos.

**SOFTWARE:**  
Para digitalizar los bocetos en el programa para diseño gráfico Adobe Ilustrador, con los conocimientos técnicos de la interfaz del programa.

**DISEÑO EDITORIAL:**  
Las técnicas y conceptos de diseño editorial, sustentan la diagramación y lectura en "Z" de la propuesta gráfica final.

**PRE-PRENSA**  
Son útiles los conocimientos de este curso para preparar los artes finales para impresión, con los parámetros adecuados.

**SEMIOLÓGIA DE LA IMAGEN:**  
Se construyen y organizan los elementos adecuados para comunicar el mensaje deseado en los materiales gráficos impresos.

**TALLER IV**  
Estos conocimientos han sido útiles para realizar bocetos formales que se expliquen solos para la correcta digitalización.

**RELACIONES PÚBLICAS Y DIPLOMÁTICAS:**  
Implementar la presentación personal adecuada para comunicar profesionalismo en todas las reuniones con el cliente dentro de la empresa.

*Los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, son de total apoyo para llevar a cabo este proyecto de graduación.*



# Capítulo XIII

Referencias



## Capítulo XIII: Referencias

### 13.1 Referencias Libros

Capriotti, P. (2013) *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Málaga, España: Ariel.

Costa, J. (1999) *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. En C. Joan, *Imagen Corporativa en el siglo XXI*. Argentina: La Crujia ediciones.

Costa, J. (s.f.) *Diseñar para los ojos*. Recuperado de:  
<https://docs.google.com/file/d/0B8a5Of47XwBxTXNKYmFTZzRJdGM/edit>

Costa, J (s.f) *El Color en el Diseño*. Recuperado de:  
<http://thaprofessor.blogspot.com/2014/04/el-color-en-el-diseno-segun-joan-costa.html>

Frascara, J. (2000) *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

Guiddens, C. (1997) *Sociología*. Madrid, España. Alianza editorial S.A.

Koontz, Weihrich y Cannice, M (2012) *Administración, una perspectiva global y empresarial* (14 ed) - McGraw-Hill Interamericana. México D.F.

Morris, G. (2014). *Psicología*. (10, Ed.) México: Pearson

Parramón, M. (s.f.) *Teoría del Color*. Recuperado de:  
<https://gabrielagarbo.files.wordpress.com/2010/01/jose-parramon-teoria-y-practica-del-color2.pdf>

Robbins, S. y Coulter, M. (2005) *Administración*. (8va. Ed) Recuperado de:  
<http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2016/02/Book-Administracion.pdf>

### 13.2 Referencias web

Camacho y Franch, E. (s.f.) De la identidad corporativa a la identidad visual corporativa – un camino necesario. (20 de Junio del 2018). Recuperado de: [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79609/forum\\_2003\\_39.pdf](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79609/forum_2003_39.pdf)

Capriotti, P. (1999) Comunicación corporativa – Una estrategia a corto plazo. (23 de Junio del 2018). Recuperado de: [https://www.galileo.edu/dotlrn/classes/lcd/lcd.di0130/di0130.178018/file-storage/view/Material%20de%20Apoyo/Comunicacion\\_Corporativa\\_1.pdf](https://www.galileo.edu/dotlrn/classes/lcd/lcd.di0130/di0130.178018/file-storage/view/Material%20de%20Apoyo/Comunicacion_Corporativa_1.pdf)

Chelo (2012) en Imagencion. Recuperado el 16 de Junio del 2018 de: <https://imagencion.wordpress.com/2012/02/16/semiotica-del-color-joan-costa/>

Cízero digital (2016) en Cizero Digital. Recuperado el 12 de enero del 2019 de: <http://blog.cizerodigital.com/catalogo-productos/el-troquelado-tecnica-con-muchas-utilidades/>

Del Pilar, M. (s.f.) La imprenta de Gutemberg. (15 de Junio del 2018) Recuperado de: [https://dpto.educacion.navarra.es/materialespiml/04ccss\\_files/10-2C-04LaImprentadeGutemberg+.pdf](https://dpto.educacion.navarra.es/materialespiml/04ccss_files/10-2C-04LaImprentadeGutemberg+.pdf)

Education, F. (2018) en EF English Proficiency Index. Recuperado el 14 de Junio del 2018 de: <https://www.ef.com/wwes/epi/regions/latin-america/guatemala/>

FotoNostra (s.f.) en Fotonostra. Recuperado el 13 de Junio del 2018 de: <https://www.fotonostra.com/grafico/rgb.htm>

Garnier, S. (2018) en fidelizador.com. Recuperado el 14 de Junio del 2018 de:

<http://blog.fidelizador.com/2018/01/04/flat-design-2-0/>

Guerrero, L. (2016) Diseño editorial – guía para la realización de libros y revistas (Tesis de maestría). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España. Recuperado de: <http://eprints.ucm.es/39751/1/TFM%20-%20autor%20Leonardo%20Guerrero%20Reyes.pdf>

INGUAT (s.f.) Referencia de guía turística en Guatemala. (10 de Junio del 2018). Recuperado de: <http://visitguatemala.com/descargas/folletos/es/guia-turistica-ninos.pdf>

MaskusPlanet (2019) en MaskusPlanet. Recuperado el 14 de Junio del 2018 de: <http://www.maskusplanet.com/2004/11/entrevista-joan-costa.html>

Melgarejo, V.M. (s.f.) Sobre el concepto de percepción. (10 de Junio del 2018). Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

Miquel, R. (s.f.) Comunicación intercultural. (21 de Junio del 2018). Recuperado de: <http://www.portalcomunicacion.com/download/1.pdf>

Molano, A. (2012) en Colombia Digital. Recuperado el 13 de Junio del 2018 de: <https://colombiadigital.net/actualidad/experiencias/item/3899-%C2%BFqu%C3%A9-es-la-ilustraci%C3%B3n-digital.html>

Mollinedo, F. (2013) en guatehistoria.com. Recuperado el 19 de junio del 2018 de: <http://guatehistoria.com/categorypaisdepartamentosregionescentral-regionesguatemala-central-regionesciudad-guatemala/>

Multivex, S. (s.f.) Tabla de niveles socio económicos de Guatemala. (11 de Junio del 2018). Recuperado de: <https://mtjerez62.files.wordpress.com/2014/06/estudio-nse-guatemala-multivex->

2009.pdf

Nieto, D. (2015) en Deividart.com. Recuperado el 19 de Junio del 2018 de:  
<https://www.deividart.com/blog/la-importancia-del-soporte-grafico/>

Ordoñez, I. (s.f.) Estrategias empresariales basadas en el diseño - Diseño y competitividad.  
 (21 de junio del 2018). Recuperado de:

[https://www.galileo.edu/dotlrn/classes/lcd/lcd.lccg11/lccg11.186903/file-storage/view/Material%20de%20Apoyo/2\\_-\\_ESTRATEGIAS\\_EMPRESARIALES\\_BASADAS\\_EN\\_EL\\_DISE\\_O\\_DISE\\_O\\_Y\\_COMPETITIVIDAD.pdf](https://www.galileo.edu/dotlrn/classes/lcd/lcd.lccg11/lccg11.186903/file-storage/view/Material%20de%20Apoyo/2_-_ESTRATEGIAS_EMPRESARIALES_BASADAS_EN_EL_DISE_O_DISE_O_Y_COMPETITIVIDAD.pdf)

Perdomo, S. (2018) en Deusto Formación.com. Recuperado el 15 de Junio del 2018 de:  
<https://www.deustoformacion.com/blog/disenio-produccion-audiovisual/simplicidad-minimalismo-tendencias-disenio-grafico-para-2019>

Poraqui.net (2015) en poraqui.net. Recuperado el 14 de Junio del 2018 de:  
<https://www.poraqui.net/glosario/visitante>

Porto, J. y Gardey A. (2014) en Definición.de. Recuperado el 15 de Junio del 2018 de:  
<https://definicion.de/imagen-vectorial/>

Rodríguez, D. (s.f.) en Lifeder.com. Recuperado el 19 de junio del 2018 de:  
<https://www.lifeder.com/caracteristicas-de-un-folleto/>

Rosas, S. (2012) Diseño editorial. (15 de Junio del 2018). Recuperado de:  
<https://dinfoanahuac.files.wordpress.com/2012/07/bitacorafinal.pdf>

S.a. (s.f.) Teoría física del color. (10 de Junio del 2018). Recuperado de:  
[http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lda/herrera\\_r\\_o/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lda/herrera_r_o/capitulo1.pdf)

Schenker, M. (2016) en Web designer depot. Recuperado el 16 de Junio del 2018 de:  
<https://www.webdesignerdepot.com/2016/02/design-trends-flat-design-2-0/>

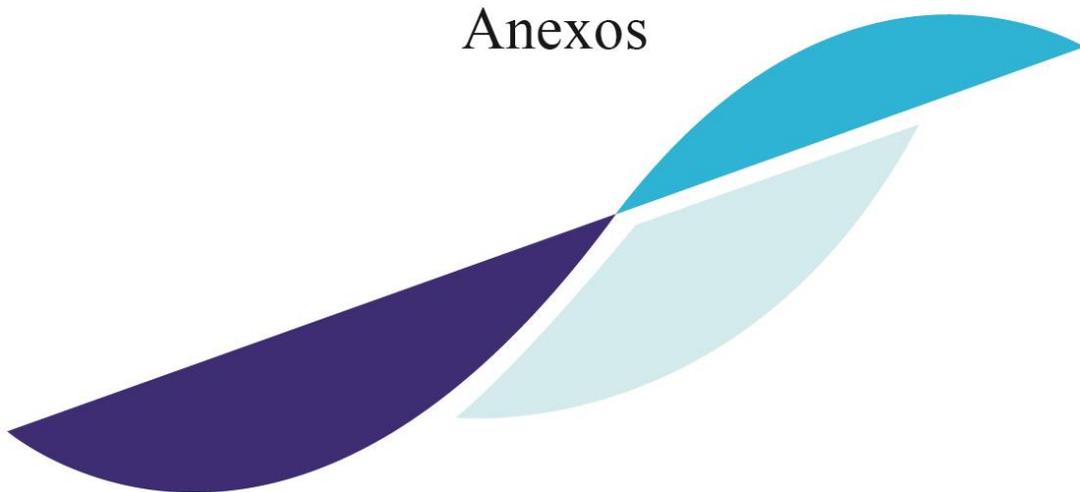
Truyol (2018) en Tuyol.com. Recuperado el 20 de junio del 2018 de:  
<https://truyol.com/es/acabados/troquelado-laser>

Wikiguate. (2015) en WikiGuate. Recuperado el 14 de Junio del 2018 de:  
<https://wikiguate.com.gt/alcalde-municipal/>



# Capítulo XIV

Anexos



## Capítulo XIV: Anexos

### Anexo A: Brief del cliente

**FACOM** Facultad de Ciencias  
de la Comunicación

# BRIEF

*BRIEF: Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Es un instrumento de mercadeo que sirve como la plataforma el cual define los objetivos de mercadeo y de comunicación de la organización.*

**DATOS DEL ESTUDIANTE**

**Nombre del estudiante:** Carol Jazmín Orellana Cortez

**No. de Carné:** 15005698      **Celular:** 5697-8062

**Email:** 15005698@galileo.edu

**Proyecto:** Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico. Guatemala, Guatemala, 2019.

**DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)**

**Nombre del cliente (empresa):** Municipalidad de Guatemala

**Dirección:** 7a avenida 11-66 zona 1

**Email:** Luispablo.muni@gmail.com      **Tel:** (502) 2285-8950 al 52

**Contacto:** Luis Pablo Lavagnino      **Celular:** 5533-2689

**Antecedentes:**La Municipalidad de Guatemala, en la Dirección del Centro Histórico, se encarga de velar por la revitalización del Centro Histórico de la Ciudad. Dentro de dicha dependencia municipal se gestiona el programa de atención a visitantes, el cual que ofrece siete recorridos guiados.

Sin embargo, la institución no cuenta con materiales enfocados en dar a conocer dichos recorridos, lo que hace lenta la comunicación entre el personal y los visitantes, además de reducir las posibilidad de aumentar la cantidad de visitantes debido al desconocimiento de la existencia de este servicio.

**Oportunidad Identificada:** En base a lo anterior, se decide diseñar materiales gráficos impresos a través de los cuales se den a conocer los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico.

## Anexo A: Brief del cliente

BRIEF

**DATOS DEL CLIENTE (EMPRESA)**

**Misión:** Ser una dependencia municipal que promueva la revitalización del Centro Histórico, como un lugar de historia, tradición y cultura, de orgullo de pertenencia para la ciudadanía. Para construir un lugar ideal para vivir, con espacios públicos recuperados que garanticen una alta calidad de vida.

**Visión:** Mejorar las condiciones para vivir, trabajar y visitar el centro, promoviendo la mejora de las condiciones de habitabilidad, la regulación de los usos de suelo y la vocación de sus barrios.

**Delimitación geográfica:** Ciudad capital de la República de Guatemala

**Grupo objetivo:** Adultos de 25 a 40 años.

**Principal beneficio al grupo objetivo:** Darles a conocer acerca de los siete recorridos que pueden tomar en el Centro Histórico con la Municipalidad de Guatemala.

**Competencia:** Empresas turísticas, Antigua Guatemala, otros lugares de encuentro populares.

**Razón de ser:** La sociedad da al Estado la potestad de administrar sus recursos. Por ello, el Estado busca satisfacer las necesidades y demandas de los mismos a través de las instituciones públicas. En este sentido, la Municipalidad de Guatemala es la responsable de prestar todos aquellos servicios que procuren el bienestar de la población localizada en el territorio del Municipio de Guatemala.

**Objetivo de mercadeo:** Promocionar los recorridos para conocer a mayores rasgos el Centro Histórico, y la importancia del valor cultural y patrimonial que este representa para la ciudad.

**Objetivo de comunicación:** Brindar a los adultos nacionales de 25 a 40, años un fácil acceso a la información acerca de los recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece. Y promover la difusión de esta información para llegar a más visitantes del Centro Histórico.

**Mensajes claves a comunicar:** Cuántos recorridos existen, qué destinos se visitan en cada recorrido, cuánto tiempo dura cada recorrido, entre otros.

**Estrategia de comunicación:** Los materiales gráficos impresos serán distribuidos por la recepcionista a los visitantes que solicitan un recorrido. Los visitantes difundirán la información acerca de este servicio, directa o indirectamente con su círculo social.

**Reto del diseño y trascendencia:** Diseñar materiales gráficos impresos para dar a conocer en adultos nacionales de 25 a 40 años, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico.

**Anexo A: Brief del cliente**

# BRIEF

Materiales a realizar: Siete materiales gráficos impresos, uno por cada recorrido del programa Experiencia Centro Histórico.

Presupuesto: 44,000.00

**DATOS DEL LOGOTIPO**

Colores: Azul, verde, rojo y celeste

Tipografía: Montserrat

Forma: Rectangular y circular

**LOGOTIPO**

Fecha: 12 de Mayo del 2018

  
Luis Pablo Castellanos  


## **Anexo B: Textos de los siete recorridos**

### **Recorrido Sexteando**

#### *Propósito del recorrido:*

Esta ruta está diseñada para que tú recorras uno de los puntos de encuentro más representativos de la historia y la cultura guatemalteca.

Una caminata para disfrutar y conocer diversas edificaciones emblemáticas que se localizan a lo largo del famoso paseo La Sexta.

#### *Algo de historia:*

La Calle Real fue conocida en su época como una de las calles más lujosas de la nueva Ciudad, de Guatemala debido a los importantes comercios y edificaciones que en ella se encontraban, además de ser la primera calle con instalación de alumbrado eléctrico, habilitación del tranvía y la colocación de teléfonos en los edificios.

### **Recorrido Carmen de la Fortuna**

#### *Propósito del recorrido:*

Este recorrido está diseñado para que tú puedas conocer diez de los destinos que han sido revitalizados para preservar el valor cultural e histórico en la 8ª avenida, desde la 14 a 8ª calles de la zona 1.

Puntos de encuentros únicos e interesantes con actividades diferentes por realizar en cada uno de ellos.

**Anexo B: Textos de los siete recorridos***Algo de historia:*

Durante el recorrido se visita uno de los museos temáticos de la zona 1 con gran valor histórico, ya que cuenta con distintas ambientaciones y resguarda una colección magnífica de utensilios, artes y muebles de época, que cuentan cómo era la vida doméstica que data a finales del siglo XIX.

**Recorrido Casas Municipales y Plaza Central***Propósito del recorrido:*

Este recorrido está diseñado para que tú puedas conocer la historia de la Ciudad de Guatemala.

Las antiguas locaciones, viviendas, la arquitectura pública de los años 30's y 40's, y experimentes un "viaje" al pasado cuando la comunicación era a través del correo postal y el telégrafo.

*Algo de historia:*

A finales del Siglo XVIII la Nueva Guatemala de la Asunción daba muestras de crecimiento en la primera etapa constructiva del nuevo asentamiento.

De esa cuenta, los mejores constructores y artesanos de la región se esmeraban en crear asombrosos inmuebles.

## **Anexo B: Textos de los siete recorridos**

### **Recorrido Paseando por Jocotenango**

#### *Propósito del recorrido:*

Este recorrido está diseñado para que tú te desplaces en una caminata que atraviesa toda La Sexta avenida de la zona 1, y finaliza en el parque Jocotenango de la zona 2.

En toda la travesía podrás apreciar los privilegiados paisajes urbanos, llenos de esculturas, y lugares emblemáticos que esconden grandes historias.

#### *Algo de historia:*

Previo al traslado, el pueblo de Jocotenango era vecino con la ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala, y era considerado parte de la ciudad.

Por ello, en el nuevo asentamiento, dicho pueblo también fue trasladado a la vecindad de la Nueva Guatemala de la asunción en el Valle de la Ermita.

### **Recorrido Experiencia Centro Cívico**

#### *Propósito del recorrido:*

Este recorrido está diseñado para que tú puedas conocer el centro Cívico de la Ciudad.

Un espacio en donde el arte y la arquitectura son uno solo, el cual fue construido para contar con un rápido acceso a varios de los servicios públicos en un mismo sector.

#### *Algo de historia:*

El diseño de los edificios públicos que se encuentran en el centro cívico, son una

## **Anexo B: Textos de los siete recorridos**

integración de las artes plásticas y la arquitectura moderna, que a través de los murales artísticos de sus fachadas, expresan la cultura, costumbres, tradiciones e historia guatemalteca.

### **Recorrido Plaza Mayor y Mercado Central**

#### *Propósito del recorrido:*

Este recorrido está diseñado para que tú conozcas diez sitios de interés localizados alrededor del espacio público más importante de la Ciudad de Guatemala, el cruce de calles que dan origen a la Plaza, la historia de las antiguas edificaciones que la rodeaban y de aquellas que aún pueden observarse.

#### *Algo de historia:*

El Centro Histórico es el territorio rectangular donde se estableció la ciudad a partir de la Plaza de Armas. Esta antigua plaza se denomina actualmente “Plaza Mayor de la Constitución”, fue trazada según el plano realizado por el arquitecto Marcos Ibáñez y aprobado por el rey Carlos III.

### **Recorrido de la fe**

#### *Propósito del recorrido:*

Este recorrido está diseñado para que tú puedas conocer construcciones impresionantes de arquitectura religiosa en Guatemala.

**Y experimentes no solo una actividad religiosa y artística, sino también descubras la historia.**

**Anexo B: Textos de los siete recorridos**

social, cultural, política y económica que resguardan estas magníficas obras.

*Algo de historia:*

En el territorio conquistado por los españoles, la única religión permitida era el Catolicismo; por ello, en la Ciudad se puede apreciar diversidad de templos católicos con arquitectura única.

Algunos conservan el estilo ultra barroco en sus fachadas y otros ya adoptan un diseño del estilo neoclásico.

## Anexo C: Tabla de nivel socioeconómico

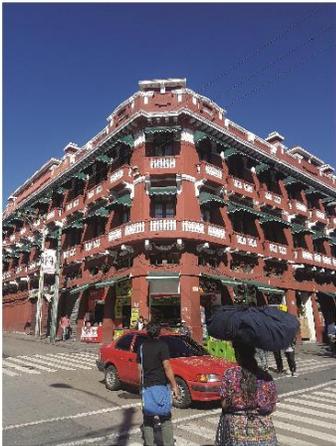
CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado.	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado.	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso.	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor.	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente.	comerciante, vendedor, dependiente.	Obrero, dependiente.	Obrero, dependiente.
INGRESO MENSUAL	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Piso Q12 mil	Piso Q8 mil	Piso Q4 mil	Piso Q1.4 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehiculos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 23 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 12 recámaras, 1-2 baños, sala.	Casa/departamento, rentada o financiado, 12 recámaras, 1 baños, sala.	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor.
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual.	Eventual.		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicopero-avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, mot	Autos compactos de 35 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 10 años, sin seguro	Moto por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadoras/miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales	Cine, CC, parques temáticos locales	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salu	1 ctas Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 ctas Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

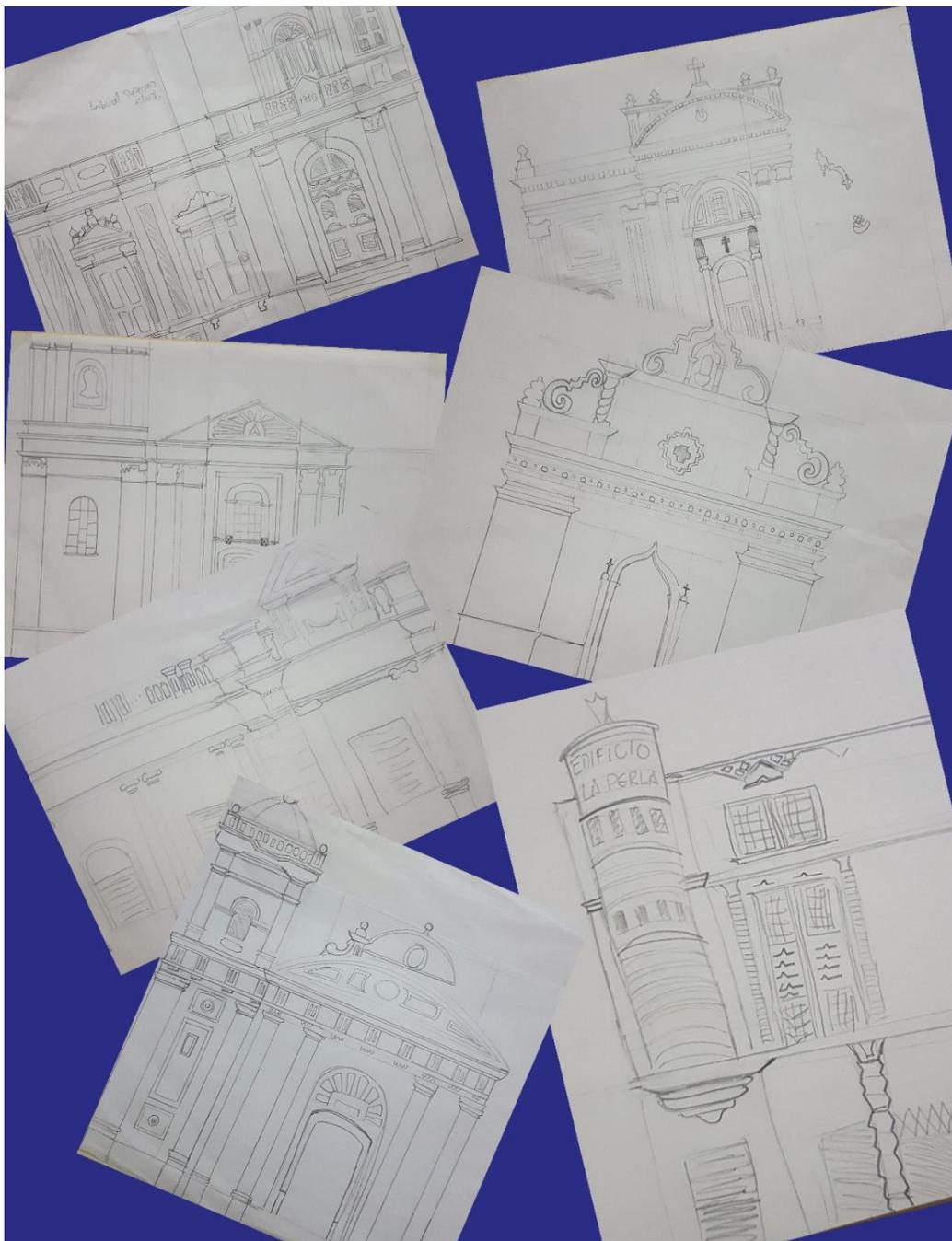
Fuente: Niveles Socioeconómicos 2009/Multivex

Anexo D: Fotografías guía y bocetaje



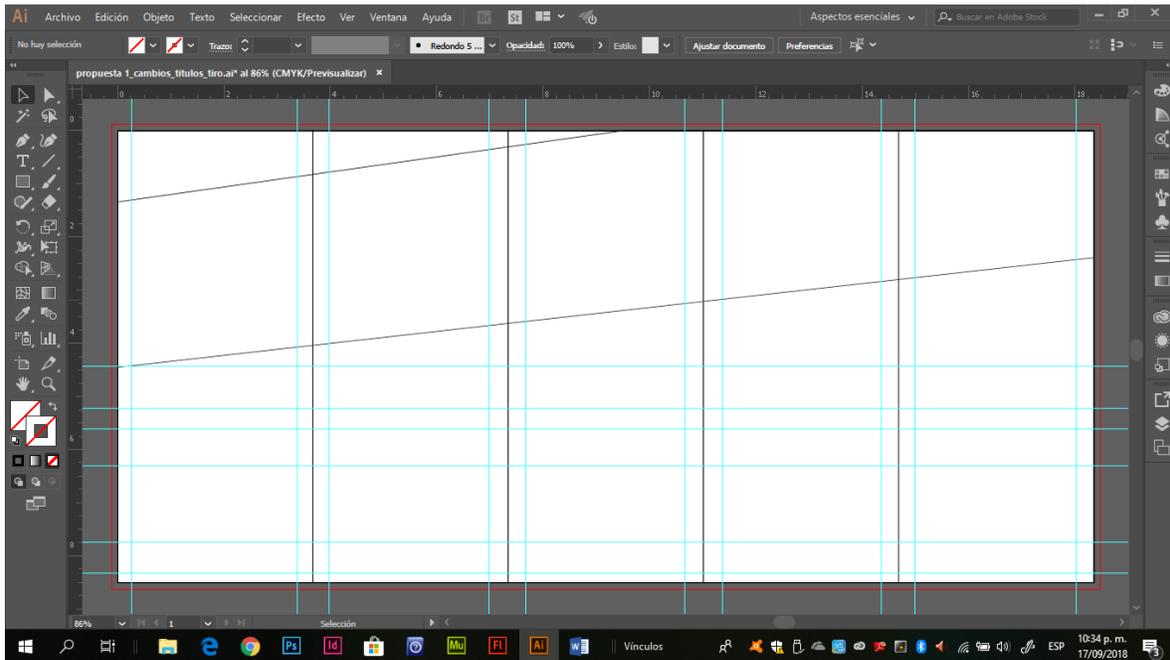
Anexo D: Fotografías guía y bocetaje



**Anexo D: Fotografías guía y bocetaje**

## Anexo E: Digitalización de propuesta preliminar No. 2

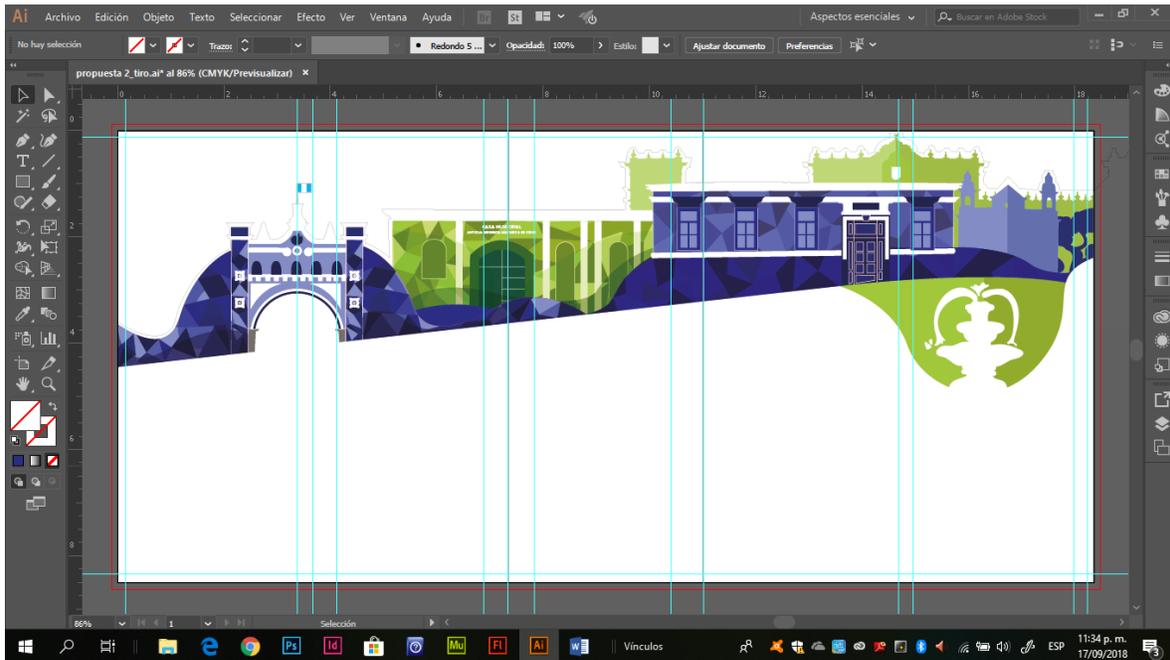
### Tiro



1. se crea un nuevo documento en Ilustrador CC (2017) con las medidas 8.5 x 18.35 pulgadas y se colocan las líneas guía de la retícula que indica el lugar de cada elemento. Para esta propuesta se establece una retícula diferente en inclinación que en la parte superior da lugar a las ilustraciones.

## Anexo E: Digitalización de propuesta preliminar No. 2

### Tiro

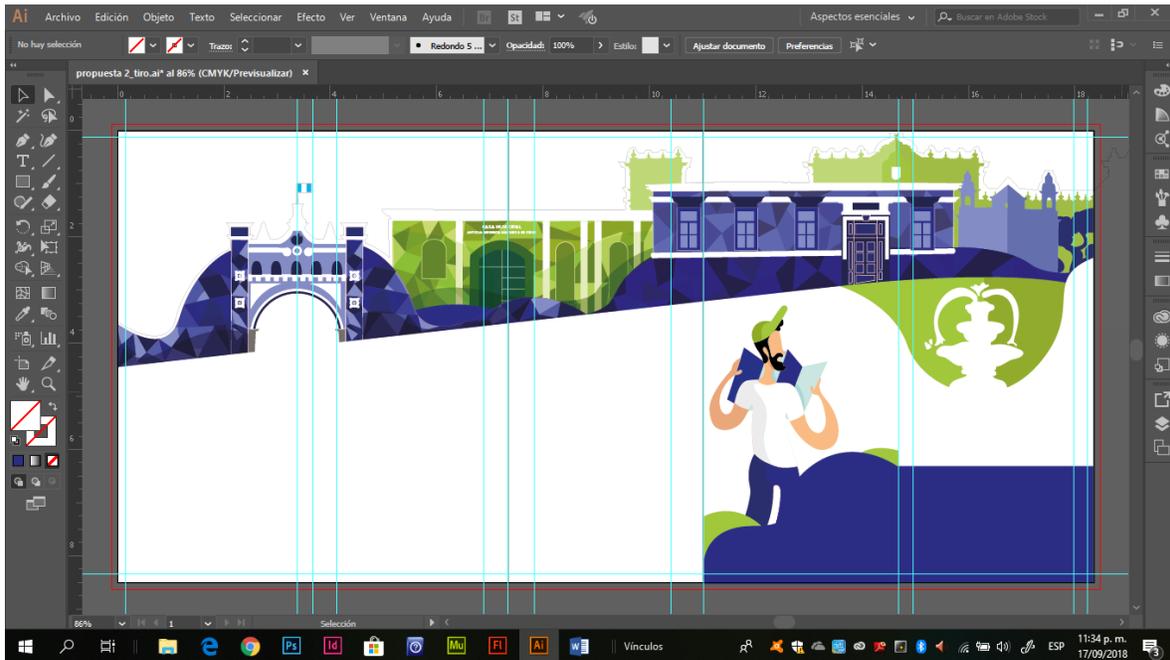


2. Se digitalizan las ilustraciones en base al boceto a escala, y se ordenan en el documento según el espacio asignado. Para esta propuesta se utiliza un estilo de ilustración diferente; con la aplicación de mosaicos geométricos y con tonalidades claras y oscuras de los colores institucionales verde y azul.

Sobre las ilustraciones se coloca una máscara blanca y en el lado derecho se representa la plaza central a través del área verde, la fuente y las siluetas de la catedral y el Palacio Nacional al fondo de la ilustración. Se ha escogido el fondo blanco en ambas propuestas debido a preferencia del cliente y la facilidad de lectura que este da a los textos.

## Anexo E: Digitalización de propuesta preliminar No. 2

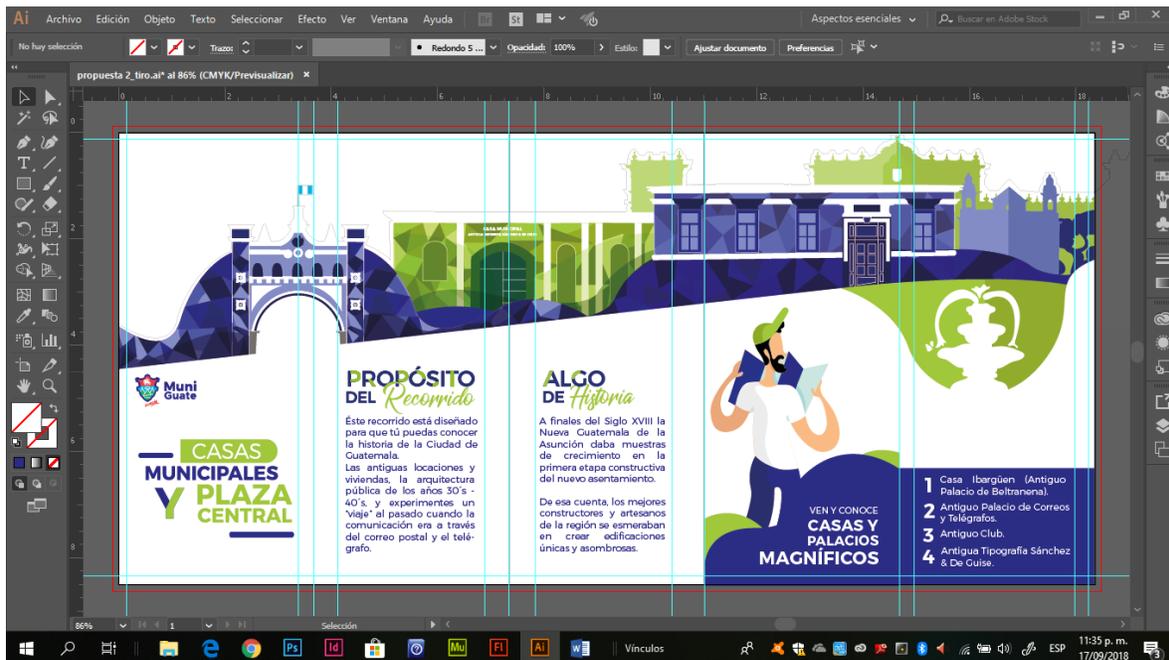
### Tiro



3. Se agrega el mismo personaje que ya está digitalizado, y se ordena con los gráficos azul y verde según se indica en el boceto previo. Este personaje es la humanización del material gráfico impreso, representa a los visitantes y sus características responden a las del grupo objetivo.

## Anexo E: Digitalización de propuesta preliminar No. 2

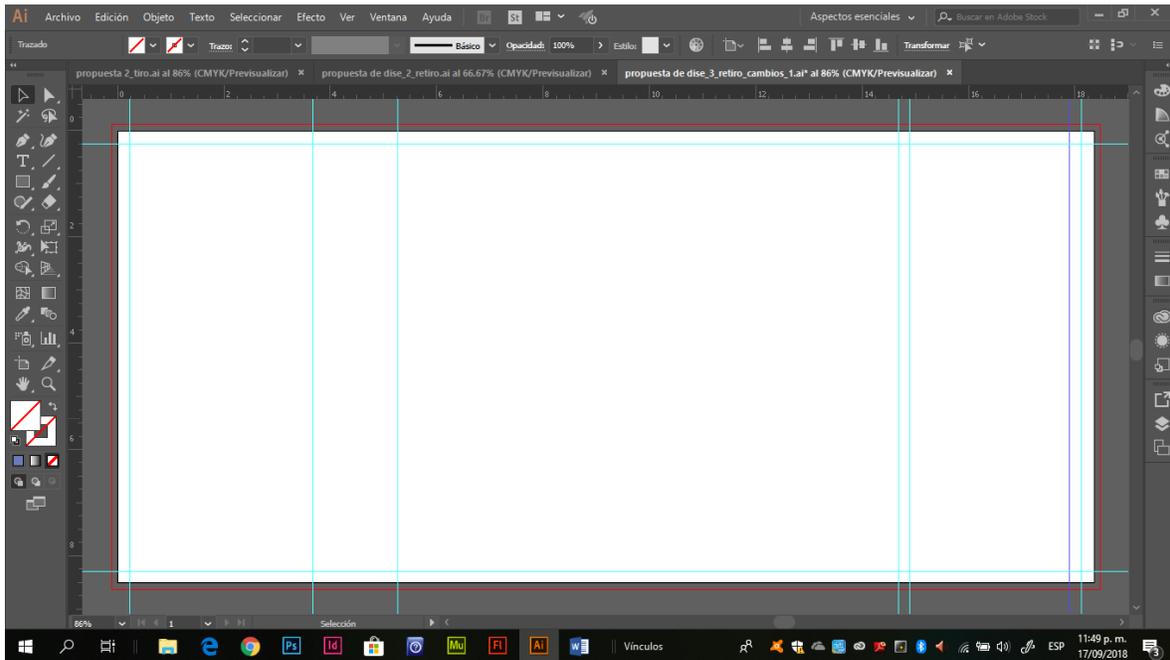
### Tiro



4. Por último se digitaliza el título del recorrido, se coloca el isologo de la empresa y se diseñan los títulos según el boceto previo. Se agregan los textos justificados de color azul institucional, así también se coloca el mensaje distintivo “ven y conoce casas y palacios magníficos” y el listado de los cuatro destinos que se visitan en el recorrido y que de una u otra forma se representan en las ilustraciones del material gráfico impreso.

## Anexo E: Digitalización de propuesta preliminar No. 2

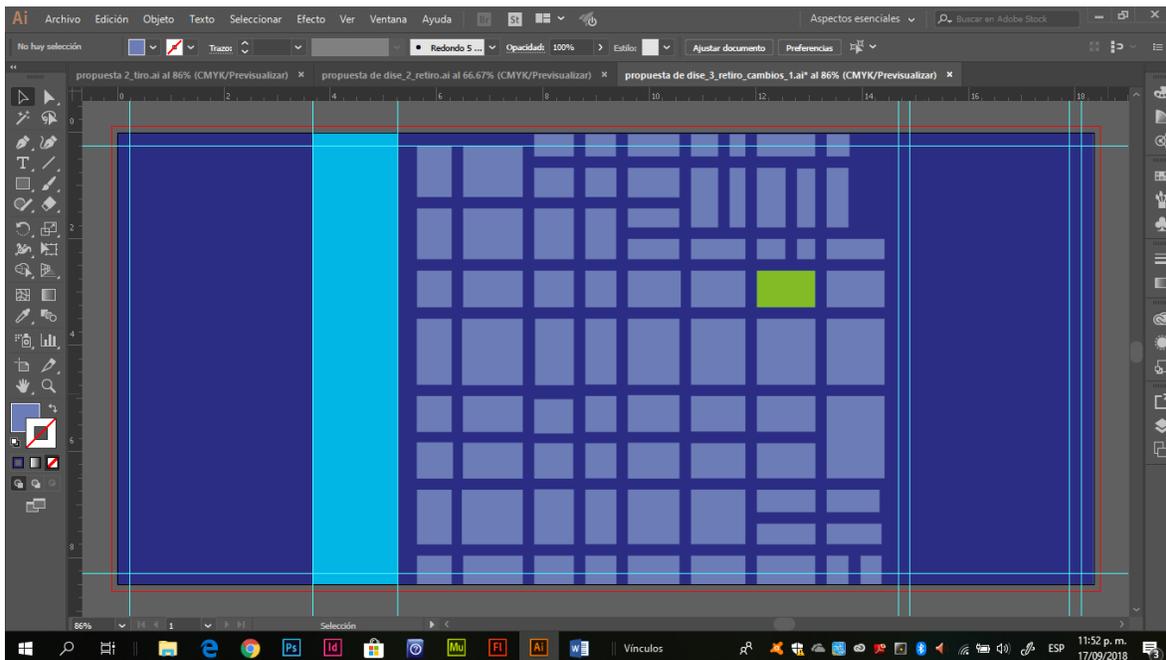
### Retiro



1. Se crea un nuevo documento en Ilustrador CC (2017) con las medidas 8.5 x 18.35 pulgadas y se colocan las líneas guía de la retícula que indica el lugar de cada elemento.

## Anexo E: Digitalización de propuesta preliminar No. 2

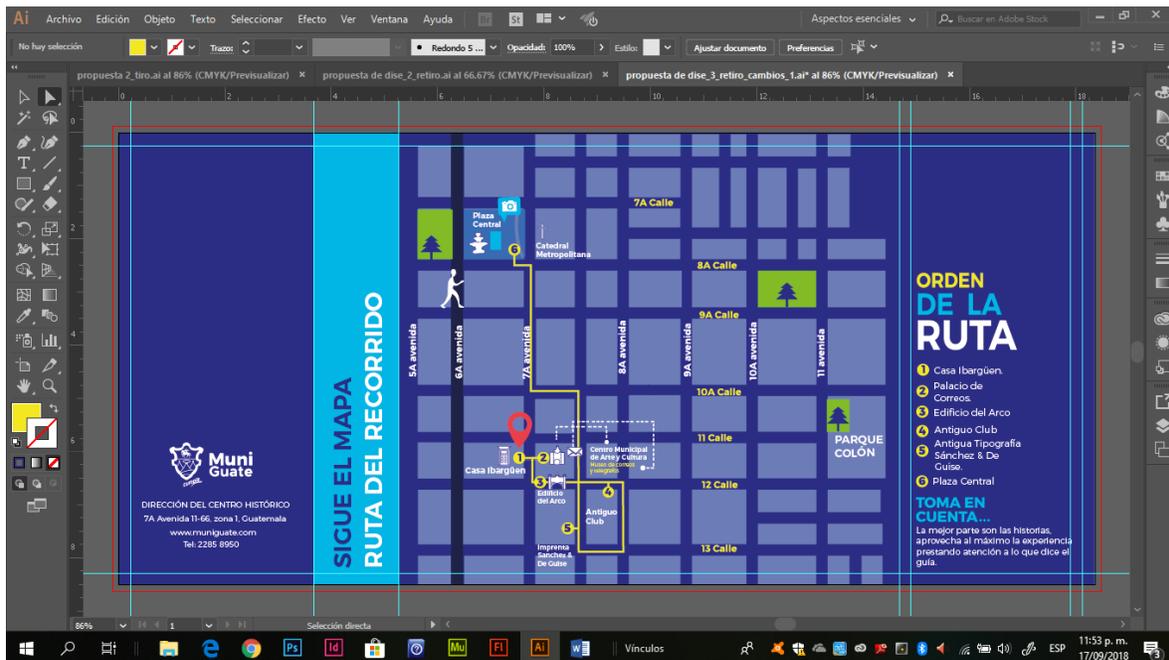
### Retiro



2. Debido a que el recorrido es el mismo, se utiliza la misma retícula del mapa. Y se establecen los espacios para el área de información, el título del mapa y la contraportada. Sobre este fondo se coloca el texto.

## Anexo E: Digitalización de propuesta preliminar No. 2

### Retiro



3. Finalmente se agregan los iconos para representar los parques, una persona caminando en la 6<sup>a</sup> avenida, los iconos de cada inmueble y de la Plaza Central. La identificación de las calles y avenidas, y la ruta marcada de color amarillo enumerada del 1 al 6 según el orden en el que se lleva a cabo el recorrido.

En el cinto celeste se presenta el título del mapa y en el primer rectángulo a la izquierda está la contraportada con la información de contacto correspondiente y el isologo de la empresa. En el extremo derecho del documento se muestra el orden de la ruta y datos a tomar en cuenta; redactados y colocados según indica el boceto previo.

## Anexo F: Encuesta de validación- Pág. 1



Universidad Galileo  
Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño Gráfico  
Proyecto de Tesis

Edad: \_\_\_\_\_ Nombre: \_\_\_\_\_  
 Género: M  F  Profesión: \_\_\_\_\_  
 Cliente Experto Grupo Objetivo Puesto: \_\_\_\_\_  
   Años de experiencia: \_\_\_\_\_

### Encuesta de validación del proyecto:

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Municipalidad de Guatemala.

#### Antecedentes:

Desde el 2012 la Municipalidad de Guatemala ha implementado un programa de atención a visitantes actualmente denominado “Experiencia Centro Histórico” éste programa se encarga de diseñar e implementar distintos recorridos que faciliten la correcta interpretación de la historia del Centro Histórico, el Centro Cívico, casas municipales y demás destinos de valor y patrimonio cultural dentro de la Ciudad de Guatemala.

#### Objetivo de investigación:

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño del material gráfico impreso, su funcionalidad y el contenido para analizar los resultados obtenidos y puedan realizarse cambios según sea necesario.

#### Instrucciones:

En base a la información previa, observe el material gráfico impreso que se le presenta, y según su criterio profesional responda las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

#### Parte Objetiva:

- 1- ¿Cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico?  
 Sí  No
- 2- ¿Considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales informativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño?  
 Sí  No
- 3- ¿Considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos?  
 Sí  No
- 4- ¿Cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones en base a las fotografías obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan?  
 Sí  No

**Anexo F: Encuesta de validación- Pág. 2**

5- ¿Considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente?

Sí  No

**Parte Semiológica:**

6- El diseño del material gráfico impreso es visualmente atractivo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7- Las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8- considera que el personaje del recorrido cumple con las características de una persona de:

- 15 años
- 20 años
- 25 años
- 30 años
- Más de 30 años

9- ¿Considera que la diagramación del material gráfico impreso es ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman?

Mucho  Poco  Nada

10- ¿Considera que los textos en cada material gráfico impreso son claros y explícitos?

Mucho  Poco  Nada

**Parte Operativa:**

11- ¿Al leer el material gráfico impreso, considera que la letra es?

Legible  Poco legible  Nada legible

12- ¿Considera que el material gráfico impreso contiene la información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo?

Mucho  Poco  Nada

**Anexo F: Encuesta de validación- Pág. 3**

13- ¿considera que el material grafico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar?

Muy útil  Poco útil  Nada útil

**Observaciones:** \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

¡Gracias por su tiempo!

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos



ANDERKULAF  
 Asesora

Universidad Galileo  
 Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
 Licenciatura en Comunicación y Diseño Gráfico  
 Proyecto de Tesis

Edad: \_\_\_\_\_

Género: M  F

Cliente  Experto  Grupo Objetivo

Nombre: MARZO VÁSQUEZ ALFARO

Profesión: MBA

Puesto: CONSULTOR

Años de experiencia: 12

**Encuesta de validación del proyecto:**

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Municipalidad de Guatemala.

**Antecedentes:**

Desde el 2012 la Municipalidad de Guatemala ha implementado un programa de atención a visitantes actualmente denominado "Experiencia Centro Histórico" éste programa se encarga de diseñar e implementar distintos recorridos que faciliten la correcta interpretación de la historia del Centro Histórico, el Centro Cívico, casas municipales y demás destinos de valor y patrimonio cultural dentro de la Ciudad de Guatemala.

**Objetivo de investigación:**

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño del material gráfico impreso, su funcionalidad y el contenido para analizar los resultados obtenidos y puedan realizarse cambios según sea necesario.

**Instrucciones:**

En base a la información previa, observe el material gráfico impreso que se le presenta, y según su criterio profesional responda las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

**Parte Objetiva:**

- 1- ¿Cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico?
 

Sí 
No
- 2- ¿Considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales infomrativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño?
 

Sí 
No
- 3- ¿Considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos?
 

Sí 
No
- 4- ¿Cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones en base a las fotografías obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan?
 

Sí 
No

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

5- ¿Considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente?

Sí  No

### Parte Semiológica:

6- El diseño del material gráfico impreso es visualmente atractivo.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

7- Las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

8- considera que el personaje del recorrido cumple con las características de una persona de:

- 15 años  
 20 años  
 25 años  
 30 años  
 Más de 30 años

9- ¿Considera que la diagramación del material gráfico impreso es ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman?

Mucho  Poco  Nada

10- ¿Considera que los textos en cada material gráfico impreso son claros y explícitos?

Mucho  Poco  Nada

### Parte Operativa:

11- ¿Al leer el material gráfico impreso, considera que la letra es?

Legible  Poco legible  Nada legible

12- ¿Considera que el material gráfico impreso contiene la información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo?

Mucho  Poco  Nada

**Anexo G: Encuesta de validación de expertos**

13- ¿considera que el material grafico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar?

Muy útil  Poco útil  Nada útil

Observaciones: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¡Gracias por su tiempo!



## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

ANDREKUNAT.  
Asesora



Universidad Galileo  
Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño Gráfico  
Proyecto de Tesis

Edad: 50

Género: M  F

Cliente  Experto  Grupo Objetivo

Nombre: Lissette Pérez

Profesión: de las Ciencias de la Comunicación

Puesto: Directora Regional de Cuentas

Años de experiencia: 28 años

### Encuesta de validación del proyecto:

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Municipalidad de Guatemala.

#### Antecedentes:

Desde el 2012 la Municipalidad de Guatemala ha implementado un programa de atención a visitantes actualmente denominado "Experiencia Centro Histórico" éste programa se encarga de diseñar e implementar distintos recorridos que faciliten la correcta interpretación de la historia del Centro Histórico, el Centro Cívico, casas municipales y demás destinos de valor y patrimonio cultural dentro de la Ciudad de Guatemala.

#### Objetivo de investigación:

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño del material gráfico impreso, su funcionalidad y el contenido para analizar los resultados obtenidos y puedan realizarse cambios según sea necesario.

#### Instrucciones:

En base a la información previa, observe el material gráfico impreso que se le presenta, y según su criterio profesional responda las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

#### Parte Objetiva:

- 1- ¿Cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico?  
Sí  No
- 2- ¿Considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales informativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño?  
Sí  No
- 3- ¿Considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos?  
Sí  No
- 4- ¿Cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones en base a las fotografías obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan?  
Sí  No

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

5- ¿Considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente?

Sí  No

### Parte Semiológica:

6- El diseño del material gráfico impreso es visualmente atractivo.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

7- Las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

8- considera que el personaje del recorrido cumple con las características de una persona de:

- 15 años  
 20 años  
 25 años  
 30 años  
 Más de 30 años

9- ¿Considera que la diagramación del material gráfico impreso es ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman?

Mucho  Poco  Nada

10- ¿Considera que los textos en cada material gráfico impreso son claros y explícitos?

Mucho  Poco  Nada

### Parte Operativa:

11- ¿Al leer el material gráfico impreso, considera que la letra es?

Legible  Poco legible  Nada legible

12- ¿Considera que el material gráfico impreso contiene la información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo?

Mucho  Poco  Nada

**Anexo G: Encuesta de validación de expertos**

13- ¿considera que el material gráfico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar?

Muy útil  Poco útil  Nada útil

Observaciones:

*Mi sugerencia es eliminar tanto troquel tan detallado, especialmente el de la plaza central y el de sextanets. La bandera tibzchelada se rompió en el manejo y en el uso, por lo demás muy bien trabajada.*

¡Gracias por su tiempo!

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

~~ANDREKURF~~  
Asesor



Universidad Galileo  
Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño Gráfico  
Proyecto de Tesis

Edad: 40      Nombre: David Castillo

Género: M  F       Profesión: Productor TV

Cliente  Experto  Grupo Objetivo       Puesto: Director

Años de experiencia: 14 años

**Encuesta de validación del proyecto:**

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Municipalidad de Guatemala.

**Antecedentes:**

Desde el 2012 la Municipalidad de Guatemala ha implementado un programa de atención a visitantes actualmente denominado "Experiencia Centro Histórico" éste programa se encarga de diseñar e implementar distintos recorridos que faciliten la correcta interpretación de la historia del Centro Histórico, el Centro Cívico, casas municipales y demás destinos de valor y patrimonio cultural dentro de la Ciudad de Guatemala.

**Objetivo de investigación:**

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño del material gráfico impreso, su funcionalidad y el contenido para analizar los resultados obtenidos y puedan realizarse cambios según sea necesario.

**Instrucciones:**

En base a la información previa, observe el material gráfico impreso que se le presenta, y según su criterio profesional responda las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

**Parte Objetiva:**

- 1- ¿Cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico?
 

Sí       No
- 2- ¿Considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales informativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño?
 

Sí       No
- 3- ¿Considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos?
 

Sí       No
- 4- ¿Cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones en base a las fotografías obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan?
 

Sí       No

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

5- ¿Considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente?

Sí  No

### Parte Semiológica:

6- El diseño del material gráfico impreso es visualmente atractivo.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

7- Las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

8- considera que el personaje del recorrido cumple con las características de una persona de:

- 15 años  
 20 años  
 25 años  
 30 años  
 Más de 30 años

9- ¿Considera que la diagramación del material gráfico impreso es ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman?

Mucho  Poco  Nada

10- ¿Considera que los textos en cada material gráfico impreso son claros y explícitos?

Mucho  Poco  Nada

### Parte Operativa:

11- ¿Al leer el material gráfico impreso, considera que la letra es?

Legible  Poco legible  Nada legible

12- ¿Considera que el material gráfico impreso contiene la información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo?

Mucho  Poco  Nada

**Anexo G: Encuesta de validación de expertos**

13- ¿considera que el material grafico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar?

Muy útil  Poco útil  Nada útil

Observaciones: Excelente, felicitaciones.  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¡Gracias por su tiempo!

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos



Universidad Galileo  
Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño Gráfico  
Proyecto de Tesis

ANDREA SUAREZ  
ASESORA

Edad: 47

Género: M  F

Cliente  Experto  Grupo Objetivo

Nombre: Andrés

Profesión: Licenciado en Comunicación

Puesto: Docente

Años de experiencia: 27 años

### Encuesta de validación del proyecto:

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Municipalidad de Guatemala.

#### Antecedentes:

Desde el 2012 la Municipalidad de Guatemala ha implementado un programa de atención a visitantes actualmente denominado "Experiencia Centro Histórico" éste programa se encarga de diseñar e implementar distintos recorridos que faciliten la correcta interpretación de la historia del Centro Histórico, el Centro Cívico, casas municipales y demás destinos de valor y patrimonio cultural dentro de la Ciudad de Guatemala.

#### Objetivo de investigación:

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño del material gráfico impreso, su funcionalidad y el contenido para analizar los resultados obtenidos y puedan realizarse cambios según sea necesario.

#### Instrucciones:

En base a la información previa, observe el material gráfico impreso que se le presenta, y según su criterio profesional responda las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

#### Parte Objetiva:

1- ¿Cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico?

Sí  No

2- ¿Considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales informativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño?

Sí  No

3- ¿Considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos?

Sí  No

4- ¿Cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones ~~en~~ base a las fotografías obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan?

Sí  No  con

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

5- ¿Considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente?

Sí  No

### Parte Semiológica:

6- El diseño del material gráfico impreso es visualmente atractivo.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

7- Las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

8- ¿Considera que el personaje del recorrido cumple con las características de una persona de:

- 15 años  
 20 años  
 25 años  
 30 años  
 Más de 30 años

9- ¿Considera que la diagramación del material gráfico impreso es ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman?

Mucho  Poco  Nada

10- ¿Considera que los textos en cada material gráfico impreso son claros y explícitos?

Mucho  Poco  Nada

### Parte Operativa:

11- ¿Al leer el material gráfico impreso, considera que la letra es?

Legible  Poco legible  Nada legible

12- ¿Considera que el material gráfico impreso contiene la información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo?

Mucho  Poco  Nada

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

13- ¿considera que el material gráfico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar?

Muy útil  Poco útil  Nada útil

Observaciones: *⊕ falta un correo para contacto*

① muñeco → esquinas dibujo de abajo

② en estado de destino usar puntuación abierta

③ Revisar ortografía

④ Sexte ando Gando

⑤ 7a Avenida.

⑥ caminante - muñequito resaltar

⑦ Indicar norte

⑧ puntitos entre el diseño (...)

¡Gracias por su tiempo!

*Rueda*

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

ANOREAGUIFF  
 ASESORA



Edad: 47a  
 Género: M  F   
 Cliente  Experto  Grupo Objetivo

Universidad Galileo  
 Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
 Licenciatura en Comunicación y Diseño Gráfico  
 Proyecto de Tesis

Nombre: Wendy Franco  
 Profesión: Lic. Com. y Diseño  
 Puesto: Coordinadora Académica  
 Años de experiencia: 20 a.

**Encuesta de validación del proyecto:**

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Municipalidad de Guatemala.

**Antecedentes:**

Desde el 2012 la Municipalidad de Guatemala ha implementado un programa de atención a visitantes actualmente denominado "Experiencia Centro Histórico" éste programa se encarga de diseñar e implementar distintos recorridos que faciliten la correcta interpretación de la historia del Centro Histórico, el Centro Cívico, casas municipales y demás destinos de valor y patrimonio cultural dentro de la Ciudad de Guatemala.

**Objetivo de investigación:**

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño del material gráfico impreso, su funcionalidad y el contenido para analizar los resultados obtenidos y puedan realizarse cambios según sea necesario.

**Instrucciones:**

En base a la información previa, observe el material gráfico impreso que se le presenta, y según su criterio profesional responda las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

**Parte Objetiva:**

- 1- ¿Cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico?
 

Sí  No
- 2- ¿Considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales informativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño?
 

Sí  No
- 3- ¿Considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos?
 

Sí  No
- 4- ¿Cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones en base a las fotografías obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan?
 

Sí  No

## Anexo G: Encuesta de validación de expertos

5- ¿Considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente?

Sí  No

### Parte Semiológica:

6- El diseño del material gráfico impreso es visualmente atractivo.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

7- Las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

8- Considera que el personaje del recorrido cumple con las características de una persona de:

- 15 años  
 20 años  
 25 años  
 30 años  
 Más de 30 años

9- ¿Considera que la diagramación del material gráfico impreso es ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman?

Mucho  Poco  Nada

10- ¿Considera que los textos en cada material gráfico impreso son claros y explícitos?

Mucho  Poco  Nada

### Parte Operativa:

11- ¿Al leer el material gráfico impreso, considera que la letra es?

Legible  Poco legible  Nada legible

\* Ver observaciones

12- ¿Considera que el material gráfico impreso contiene la información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo?

Mucho  Poco  Nada

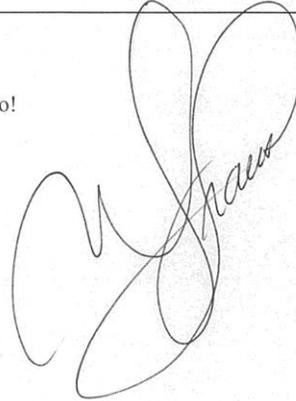
### Anexo G: Encuesta de validación de expertos

13- ¿considera que el material gráfico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar?

Muy útil  Poco útil  Nada útil

Observaciones: Parafor más paño  = Kerning

- ① Fortuna con menos verde, que sea más azul paño  
sea más legible
  - ② Sex teando
  - ③ ciuco
  - ④ Propósito de Reconido
  - ⑤ Algo de historia
  - ⑥ Destinos que se visita
- ¡Gracias por su tiempo!



## Anexo G: Encuesta de validación del cliente



Universidad Galileo  
Facultad de Ciencias de la Comunicación (FACOM)  
Licenciatura en Comunicación y Diseño Gráfico  
Proyecto de Tesis

ANDRÉS GILAF  
ASESOR

Edad: \_\_\_\_\_  
Género: M  F   
Cliente  Experto  Grupo Objetivo

Nombre: Juan Pablo Castellanos Lavagnino  
Profesión: Comunicador interno y diseñador  
Puesto: Comunicador interno y diseñador  
Años de experiencia: 3 años

### Encuesta de validación del proyecto:

Diseño de materiales gráficos impresos para dar a conocer a visitantes nacionales, los siete recorridos del programa Experiencia Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala. Municipalidad de Guatemala.

#### Antecedentes:

Desde el 2012 la Municipalidad de Guatemala ha implementado un programa de atención a visitantes actualmente denominado "Experiencia Centro Histórico" éste programa se encarga de diseñar e implementar distintos recorridos que faciliten la correcta interpretación de la historia del Centro Histórico, el Centro Cívico, casas municipales y demás destinos de valor y patrimonio cultural dentro de la Ciudad de Guatemala.

#### Objetivo de investigación:

El propósito de la encuesta es evaluar el diseño del material gráfico impreso, su funcionalidad y el contenido para analizar los resultados obtenidos y puedan realizarse cambios según sea necesario.

#### Instrucciones:

En base a la información previa, observe el material gráfico impreso que se le presenta, y según su criterio profesional responda las siguientes preguntas de validación, marque su respuesta con una X.

#### Parte Objetiva:

- 1- ¿Cree necesario diseñar materiales gráficos impresos, que den a conocer los siete recorridos que la Municipalidad de Guatemala ofrece a visitantes nacionales, a través del programa Experiencia Centro Histórico?  
Sí  No
- 2- ¿Considera importante investigar información relacionada con diseño y diagramación de materiales informativos impresos para sustentar el desarrollo de este proyecto de comunicación y diseño?  
Sí  No
- 3- ¿Considera útil recopilar información acerca de la Municipalidad de Guatemala y todo lo que conforma el programa Experiencia Centro Histórico, para establecer el contenido de los materiales gráficos impresos?  
Sí  No
- 4- ¿Cree útil fotografiar los inmuebles para posteriormente crear las ilustraciones en base a las fotografías obtenidas, según los ángulos y dimensiones que se necesitan?  
Sí  No

## Anexo G: Encuesta de validación del cliente

5- ¿Considera útil diagramar los elementos gráficos de manera ordenada para lograr un equilibrio visual y una lectura coherente?

Sí  No

### Parte Semiológica:

6- El diseño del material gráfico impreso es visualmente atractivo.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

7- Las ilustraciones utilizadas en los materiales gráficos impresos, representan correctamente los inmuebles.

- Totalmente de acuerdo  
 De acuerdo  
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo  
 En desacuerdo  
 Totalmente en desacuerdo

8- considera que el personaje del recorrido cumple con las características de una persona de:

- 15 años  
 20 años  
 25 años  
 30 años  
 Más de 30 años

9- ¿Considera que la diagramación del material gráfico impreso es ordenada y mantiene un equilibrio visual entre los elementos que lo conforman?

Mucho  Poco  Nada

10- ¿Considera que los textos en cada material gráfico impreso son claros y explícitos?

Mucho  Poco  Nada

### Parte Operativa:

11- ¿Al leer el material gráfico impreso, considera que la letra es?

Legible  Poco legible  Nada legible

12- ¿Considera que el material gráfico impreso contiene la información necesaria para conocer de qué trata el recorrido y los destinos que se visitan en el mismo?

Mucho  Poco  Nada

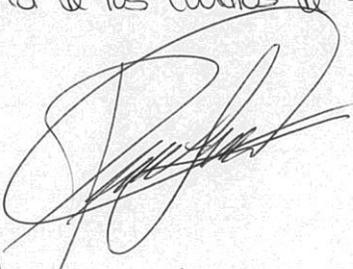
## Anexo G: Encuesta de validación del cliente

13- ¿considera que el material gráfico impreso puede ser de utilidad para que los visitantes del Centro Histórico escojan cuál de los siete recorridos prefieren tomar?

Muy útil  Poco útil  Nada útil

Observaciones: Verificar escala de Escudo Muni Guate (1/2 de ancho)

- Cambiar en ~~señalando~~ la separación de sílabas
  - Minúscula en abreviaturas: 7<sup>a</sup>, 8<sup>a</sup>, 6<sup>a</sup>
  - Verificar alineación de textos y justificación
  - Quitar puntos en terminaciones de cada destino que se visita
  - Quitar doble error en "Amruquy"
  - Sustituir nombre de "orden de la Ruta" a "Itinerario del Recorrido"
  - Verificar color del inmueble de la Casa Presidencial
  - Subir el logo de la Muni un poco más arriba (Poco más arriba de la mitad) en el retiro del INFORMÁTICO
- ¡Gracias por su tiempo!
- Bajar un poco la palabra "visitari" en la parte de destinos que se visitan, ya que se puede interpretar la "i" como "D"
  - Verificar ortografía de los cuadros de texto de las 7 informativas



Luis Pablo Castellanos Saragnino

**Anexo H: Fotografías de validación con expertos**

Lic. Mario Vasquez  
Experto

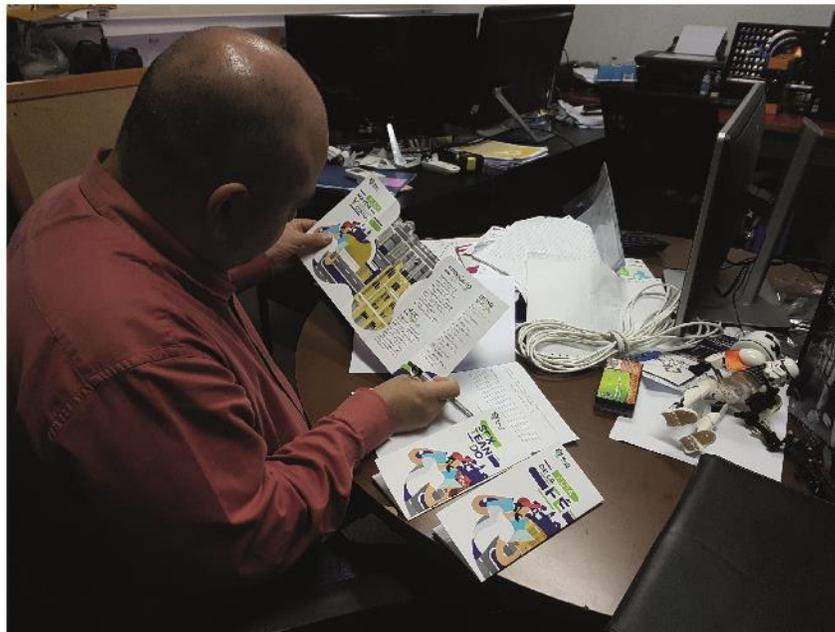


Licda. Lissette Pérez  
Experta



**Anexo H: Fotografías de validación con expertos**

Lic. David Castillo  
Experto



Licda. Lourdes Donis  
Experta



**Anexo H: Fotografías de validación con expertos**

Licda. Wendy Franco  
Experta

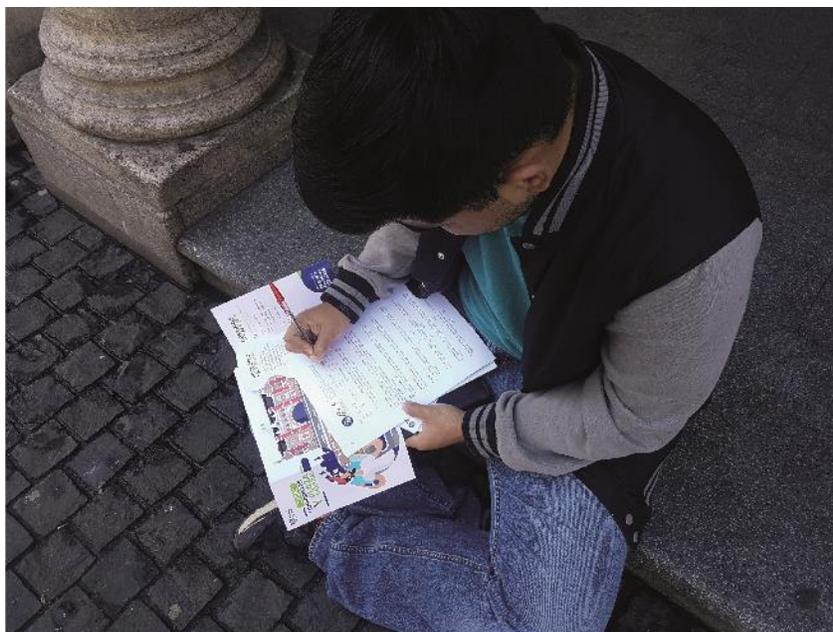


**Anexo H: Fotografía de validación con el cliente**

Lic. Pablo Lavagnino  
Cliente



**Anexo H: Fotografías de validación con el grupo objetivo**

**Anexo H: Fotografías de validación con el grupo objetivo**

**Anexo H: Fotografías de validación con el grupo objetivo**

