

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
Facultad de Arquitectura y Diseño
Departamento de Diseño Gráfico

**“Identidad gráfica para el Museo Mayatenango del
Centro Cultural La Azotea”**

Portafolio Académico, Área de Estrategia
Presentada al Consejo de Facultad de Arquitectura y Diseño

Por:
MARÍA ANDREA FLORES ALVARADO

Previo a optar el título de:
DISEÑADORA GRÁFICA

En el grado académico de:
LICENCIADA

Guatemala, agosto 2010
Campus Central

AUTORIDADES UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

P. Rolando Enrique Alvarado López, S.J.

Dra. Lucrecia Méndez de Penedo

P. Carlos Rafael Cabarrús Pellecer, S.J.

P. Eduardo Valdés Barría, S.J.

Lic. Ariel Rivera Irías

Licda. Fabiola De La Luz Padilla Beltranena

Rector

Vicerrectora Académica

Vicerrector de Investigación y Proyección

Vicerrector de Integración Universitaria

Vicerrector Administrativo

Secretaria General

AUTORIDADES FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO

MDI Ovidio Morales Calderón

Arq. Oscar Reinaldo Echeverría Cañas

Arq. Alice María Becker Secretaria

Arq. Rodolfo Castillo

MA Licda. Regina López de la Vega

Arq. Roberto Solares

Decano

Vicedecano

Director Depto. de Arquitectura

Directora Depto. de Diseño Gráfico

Director Depto. de Diseño Industrial

Representante de Catedráticos

ASESOR

M.A. Julio Chang

TERNA EVALUADORA

M.A. Erika Grajeda Gódinez

M.A. Patricia Villatoro

Licda. Rocío del Valle

Carta de Asesor



**Universidad
Rafael Landívar**
Tradición Jesuita en Guatemala

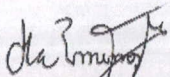
Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 24262626 ext. 2428
Fax: (502) 24262626 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

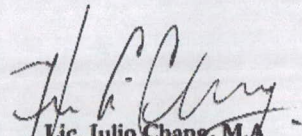
Reg. No. DG. 23-2010

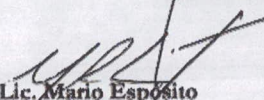
Departamento de Diseño Gráfico de la Facultad de
Arquitectura y Diseño a diecisiete días del mes de mayo de
dos mil diez.

Por este medio hacemos constar que la estudiante **MARÍA ANDREA FLORES
ALVARADO**, con carné No. **10283-06**, cumplió con los requerimientos del curso de
Elaboración de Portafolio Académico. Aprobando las tres áreas correspondientes.

Por lo que puede solicitar el trámite respectivo para la Defensa Privada de Portafolio
Académico, previo a optar el grado académico de Licenciada.


Licda. Rosario Muñoz, M.A
Asesora Proyecto de Investigación


Lic. Julio Chang, M.A
Asesor Proyecto de Estrategia


Lic. Mario Esposito
Asesor Construcción de Portafolio

Carta de Autorización extendida
por la Secretaría de la Facultad



Universidad
Rafael Landívar

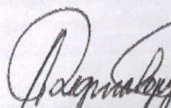
Tradición Jesuita en Guatemala

Facultad de Arquitectura y Diseño
Teléfono: (502) 2426262 ext. 2428
Fax: (502) 2426262 ext. 2429
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016

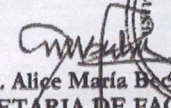
Reg. No. Arq. 20-2010

Decanato de la Facultad de Arquitectura y Diseño a
diez días del mes de agosto de dos mil diez.

Con base al resultado de **Aprobado** obtenido al sustentar la Presentación del Portafolio Académico, Área de Estrategia, denominado: **"Identidad gráfica para el Museo Mayatenango del Centro Cultural La Azotea"** realizado por la estudiante **María Andrea Flores Alvarado**, previo a su Graduación Profesional de **Diseñadora Gráfica** en el Grado Académico de **Licenciada**, se autoriza la impresión de dicho proyecto.


Licda. Regina López de la Vega, M.A.
DIRECTORA DE DEPARTAMENTO




Arq. Alice María Becker
SECRETARIA DE FACULTAD



Dedicatoria

Gracias,

A Dios y la Virgen por darme vida, sabiduría y la bendición de haber alcanzado una meta que marca mi vida.

A mis papas (Lucre y Father) por ser la bendición más grande que Dios me pudo haber dado de ser su hija. Gracias por haber llegado al final de este camino con su apoyo incondicional y todo su amor, lo logramos!.

A mis hermanos (Diego y Pancho) por su apoyo incondicional.

A la Mami por todo tu amor, por haber compartido conmigo este camino y estar siempre dandome aliento y motivación para seguir creciendo.

A la Mamita por brindarme su apoyo para la realización de este sueño.

A la Paty por ser mi segunda mamá y poder compartir este triunfo contigo.

A mis amigos y familia por ser un motor que impulsa mi vida a seguir creciendo y por estar siempre pendientes con su constante apoyo.

Índice

Resumen.....	1	3. Señal.....	21
1. Introducción.....	3	3.1. Tipos de señales.....	16
2. Identificación de la necesidad de diseño	5	4. Señalización.....	22
3. Objetivos de diseño.....	7	4.1. Características de la señalización.....	22
4. Marco de referencia.....	9	5. Señalética.....	22
1. Cultura.....	9	5.1. Proceso de diseño en un señalética.....	23
2. Museo.....	10	5.2. Características de la señalética.....	23
3. Museografía.....	11	5.3. Tipos de señalética.....	23
4. Centro Cultural.....	12	5.4. Elementos de diseño que conforman un señalética.....	24
5. Contenido teórico de diseño.....	14	6. Clasificación de las señales por medio de su función en el entorno.....	25
5.1. Información general del cliente.....	14	6.1. Clasificación por medio del sistema de sujeción.....	26
5.2. Área de diseño.....	15	7. Proceso de reducción gráfica.....	26
1. Identidad.....	15	8. Clasificación de materiales.....	27
2. Logotipo.....	15	9. Parámetros de colocación.....	27
2.1. Tipo de diseño de logotipos.....	16	10. Material informativo.....	28
2.2. Color en un logotipo.....	17		
2.3. Tipografía en un logotipo.....	18		
2.4. Fortalezas y debilidades según la clasificación.....	19		
2.5. Manual de identidad gráfica.....	20		

Índice

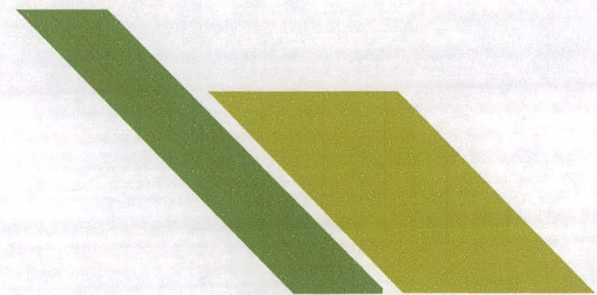
6. Definición del grupo objetivo.....	30	13.4. Presupuestos de diseño y de impresión.....	119
6.1. Perfil demográfico.....	30	13.4. Sistema de impresión o reproducción.....	119
6.2. Perfil psicográfico.....	30	14. Conclusiones y recomendaciones.....	122
7. Proceso de conceptualización.....	32	15. Bibliografía.....	124
1. Lluvia de ideas.....	32	16. Anexos.....	127
2. Visualización.....	34	1. Instrumento grupo objetivo.....	127
3. Ide+art.....	36	2. Tabulación grupo objetivo.....	128
7.1. Concepto central.....	38	3. Instrumento validación grupo objetivo.....	130
8. Contenidos del material gráfico.....	40	4. Tabulación de validación grupo objetivo.....	131
8.1. Contenido de texto.....	40	5. Instrumento validación diseñador.....	134
8.2. Tabla de requisitos.....	41	6. Tabulación de validación diseñador.....	135
9. Medios y formas de distribución.....	44	7. Instrumento validación experto.....	137
9.1. Estrategia de implementación.....	44	8. Tabulación de validación experto.....	138
9.2. Descripción de cada pieza.....	45	9. Cotización Last Minute.....	139
10. Bocetaje y propuesta preliminar.....	46	10. Cotización Corporación Litográfica.....	140
11. Validación técnica del diseño preliminar.....	96	11. Cotización Cubo.....	141
12. Propuesta final y fundamentación.....	105		
13. Producción y reproducción.....	119		
13.1. Especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas.....	119		
13.2. Informe técnico que acompaña los archivos digitales para imprenta.....	119		

Resumen

La identidad gráfica representa en esencia integral y dinámica un concepto que quiere ser reflejado a un grupo objetivo específico, es por ello que el diseñador desempeña un papel crucial al lograr reflejar tanto la expresión como la personalidad a través de una expresión visual.

Esta investigación enfoca el desarrollo de la identidad gráfica para el Museo Mayatenango, el cual es un museo de carácter etnográfico. Por consiguiente se determinó en base a un lenguaje descriptivo y mostrativo contextualizar el museo, y lo que se quiere es comunicar un carácter cultural y natural y así desarrollar un isologotipo, además de un sistema de señales (señalización) y material informativo para poder llegar a complementar cada área de lugar para lograr ser reconocido por el grupo objetivo y en un futuro no lejano posicionado.

De esta manera es la intervención del diseño gráfico a través de un proceso de estrategia creativa que comunicará, para poder solventar la necesidad de crear una identidad gráfica; que en conjunto pudieran resolver un canal de entre las variables de tiempo a través de la adaptación del mensaje y el comportamiento del grupo objetivo logrando así ser funcional al comunicar y apoyar en el área cultural.



Introducción



Introducción

El Centro Cultural la Azotea es un complejo ubicado en Jocotenango Sacatepéquez, el cual cuenta con diversos museos y espacios destinados para actividades culturales, de investigación, exhibiciones, talleres y conferencias. Se encuentra un beneficio de café original de la finca construido en 1883, donde está rodeado por el Museo del Café, Casa K'ojom, Museo de Música Maya, el Rincón Sacatepéquez y un sendero ecológico donde se observa una variedad de flora y fauna.

Dentro de las instalaciones se cuenta con nuevo proyecto Mayatenango, el cual es un museo de carácter etnográfico, es decir, enfatiza el estudio de cultura y razas, se dedicada a la investigación, difusión y conservación del patrimonio histórico y antropológico, desde la perspectiva de los procesos sociales y el respeto por la pluralidad cultural. Dentro de Mayatenango se muestran un conjunto de viviendas que caracterizan las diversas regiones del país, apreciando la arquitectura propia de la costa, altiplano o del occidente así como sus cultivos, medios de sostenibilidad, accesorios de uso cotidiano, así como trajes típicos de la región.

Al mismo tiempo Mayatenango tiene como objetivo dar vida una pequeña aldea, logrando ser una experiencia al aire libre que insta a utilizar los diversos sentidos, así como también ayudar a fomentar exponer la riqueza cultural de las diversas regiones en un mismo lugar.

Dado que el Centro Cultural la Azotea cuenta con el acceso de visitantes tanto guatemaltecos como extranjeros, sin embargo hay que mencionar que Mayatenango va dirigido a jóvenes universitarios ya que es utilizado como herramienta investigativa al exponer valores culturales guatemaltecos.

Considerando que es nuevo Mayatenango los jóvenes no conocen, por lo tanto impide su fácil reconocimiento e identificación. De igual modo al visitar el Centro Cultural en esta nueva área no logran ubicar y orientarse dentro de este nuevo museo, por lo tanto no logran informarse sobre la representación cultural exhibida.

Dicho lo anterior era evidente que se requería de la intervención del diseño gráfico a través de un proceso de estrategia creativa que comunicará, para poder solventar la necesidad de crear una identidad gráfica, un sistema de señales (señalización) y un material informativo; que en conjunto pudieran resolver un canal de entre las variables de tiempo a través de la adaptación del mensaje y el comportamiento del grupo objetivo logrando así ser funcional al comunicar y apoyar en el área cultural.

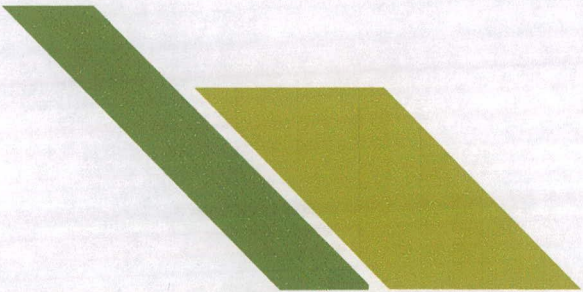
Identificación de la necesidad de diseño



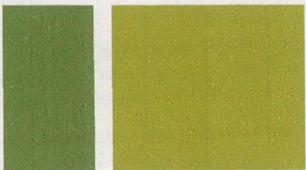
Identificación de la necesidad de diseño

Los jóvenes universitarios de 20 a 25 años, no conocen la nueva área del Museo Mayatenango ubicado dentro del Centro Cultural la Azotea, que tiene como fin lograr exponer las diversas características de las viviendas así como cultivos y medios de sostenibilidad de las regiones guatemaltecas en un mismo lugar.

Los jóvenes universitarios no se ubican dentro de las instalaciones del Museo Mayatenango, por lo que no logran diferenciar las diversas regiones guatemaltecas representadas en el lugar.

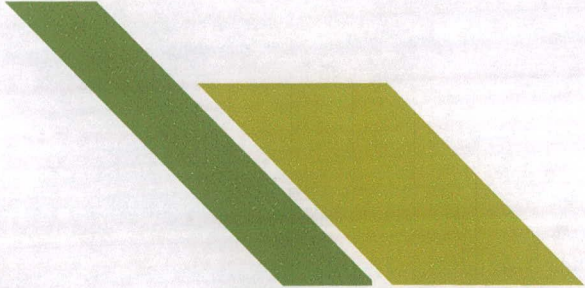


Objetivos de diseño

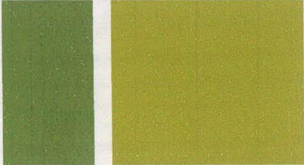


Objetivos de diseño

1. Desarrollar la identidad gráfica del Museo Mayatenango ubicado dentro del Centro Cultural la Azotea para facilitar su reconocimiento e identificación a los jóvenes universitarios.
2. Diseñar un sistema señales (señalización), que facilite la ubicación y orientación de los jóvenes universitarios dentro del Museo Mayatenango.
3. Realizar una material informativo que proporcione una descripción del Museo Mayatenango al ser visitado por los jóvenes universitarios.



Marco de referencia



Marco de referencia

1. Cultura

Con respecto a cultura el diccionario Enciclopédico Océano (1990), señala como significado el conjunto de conocimientos, creencias y costumbres, al igual que el grado de desarrollo científico, artístico, económico, etc. de cada ser humano. Cada grupo social posee diversas características como tradiciones, leyendas, costumbres, vestidos, idiomas, celebraciones, comidas, creencias religiosas que marcan la diferencia entre unos y otros.

De igual manera en Definición.de (2008) se indica que cultura proviene del latín "cultus" hace énfasis en el espíritu humano a través de su desarrollo y progreso. En relación con el Diccionario de la Real Academia de la Lengua (2001), implica que cultura es: "el resultado o efecto de cultivar los conocimientos humanos y de afinarse por medio del ejercicio de las facultades intelectuales del hombre". La cultura es determinada como un tejido social que se traduce en cada grupo con su comportamiento.

El enfoque analítico de cultura se puede terminar según Definición.de (2008) como "cultura en tópica (incluye una lista de categorías), histórica (la cultura como herencia social), mental (complejo de ideas y hábitos), estructural (símbolos pautados e interrelacionados) y simbólica (significados asignados en forma arbitraria que son compartidos por una sociedad)".

El desarrollo cultural puede ser: "primitiva (escaso desarrollo técnico), civilizada (producción de nuevos elementos), pre-alfabeta (no ha incorporado la escritura) y alfabeta (utiliza tanto el lengua escrito como el oral).

En Guatemala existe mucha diversidad cultural ya que es: multiétnica, pluricultural y plurilingüe.

Definiciones conforme describe Piedra Santa (2005):

- a. Etnias: agrupaciones de personas de igual idioma y cultura, que son diferentes a otras agrupaciones.
- b. Multiétnica: varias étnicas, en Guatemala existen: indígenas, garífunas y ladina.
- c. Pluricultura: varias culturas.

Lara Figueroa (s.f.) señala que la cultura en Guatemala tiene tres grandes ramas:

- a) Cultura popular Ergológica o Material: abarca las artesanías en general (cerámica, tejidos y trabajos en madera, entre otros).
- b) Cultura Popular Social: son actividades de tipo tradicional que permiten agrupar o reunir socialmente a la comunidad (fiestas, bailes, mercados, ferias, ceremonias y otras).
- c) Cultura Popular Espiritual: cultura en la que el hombre expresa su sentimiento a través de la creación, sus aspiraciones, su arte y su ciencia (literatura, música tradicional, arte popular y saber popular).

Por lo que se refiere a Guatemala conviven un total de 23 grupos étnicos, de los cuales 21 son de origen Maya según Socop (2009), a su vez han logrado conservar gran parte de su cultura, en especial lo que se refiere al idioma, la artesanía, el vestido y la organización social interna. Los otros 2 grupos étnicos son el Garífuna (mezcla de indígenas del Caribe con africanos) y el Xinca (la única etnia indígena de Guatemala que no es de origen Maya).

Listado de etnias en Guatemala designado por Socop (2009)

1. Garífuna: Alegría en el Atlántico.
2. Xinca: Idioma en vía de extinción.
3. Tektiteka: Idioma raro y desconocido.
4. Achi: Reducidos por la religión católica.
5. Jakalteca: Tradición en Los Cuchumatanes.
6. Ixil: Contadores de historias.
7. Q'anjob'al: Migrantes en Estados Unidos.
8. Q'eqchi: Conquistados por la fe católica.
9. Chalciteca: En busca de reconocimiento.
10. Sakapulteca: Hábiles orfebres.
11. Maya mopán e itzá: A un paso de la extinción.
12. Awakateca: Agricultores y migrantes.
13. Akateca: Artesanos y forjadores del hierro.
14. Chuj: Hábiles artesanos de rica tradición.
15. Mam: Heroicos defensores de su libertad.
16. K'iché: El imperio precolombino más grande.
17. Sipakapense: Artesanos de la cera.
18. Uspanteka: Pueblo aguerrido y valiente.
19. Ch'orti: Pobres entre los pobres.

20. Poqomam: Artesanos, hábiles curanderos y agricultores.
21. Tz'utujil: Relatos orales en tierra de santos.
22. Poqomchí: Dominadores de Guatemala.
23. Kaqchikel: De bravos guerreros a artesanos.

2. Museo:

Según el glosario Museológico (2008), museo proviene de griego "mouseion" de las musas, según la mitología griega, las diosas inspiradoras de la música: *Meletea-meditación*, *Mnemea-memoria* y *Aedea-canto o voz*.

La Organización de las Naciones Unidas para la Cultura y la Educación (UNESCO) en 1946 impulsó el organismo internacional de museos, el International Council of Museums, ICOM, con la misión de ser "un comité para la conservación, continuación y comunicación a la sociedad del mundo su herencia natural y cultural, presente y futura, tangible e intangible".

El Comité Internacional de Museo (ICOM) 1946 afirma que museo es una "Institución permanente, sin fines lucrativos, al servicio de la sociedad y de su desarrollo que adquiere, conserva, comunica y presenta con fines de estudio, educación y deleite, testimonios materiales del hombre y su medio".

Listado de lugares que forman parte de un museo:

- a) Institutos de conservación y galerías de exposición dependientes de archivos y bibliotecas.
- b) Lugares y monumentos arqueológicos, etnográficos y naturales y los sitios ó monumentos históricos, teniendo la naturaleza de museo por sus actividades de adquisición, conservación y comunicación.
- c) Instituciones que presentan especímenes vivientes tales como jardines botánicos y zoológicos, acuario, vivarium, etc.
- d) Parques naturales, arqueológicos e históricos.
- e) Centros científicos y plantarios.

Dentro de un museo se debe establecer un inventario para llevar el detalle de cada pieza a través de códigos y darle una catalogación por su descripción, contexto y espacio. Las tipologías básicas, en atención a los fondos de un museo son:

- | | |
|----------------------|---|
| - Bellas Artes | - Ciencia y Tecnología |
| - Arqueológico | - Ciencias naturales e Historia natural |
| - Arte Contemporáneo | - Etnografía y Antropología |
| - Artes decorativas | - Historia |

Se debe generar cuando el usuario trascurra en el museo un eje de deseo que sirve para conectar a las personas con el objeto y su entorno, a través de códigos, información, experimentación con el fin de lograr observación, interés, atención y deseo de aprendizaje por parte del espectador.

3. Museografía:

Definido por ICOM Comité Internacional de Museos (1970), "l a museología debe estudiar la relación de los humanos con el mundo de fuera del museo, comprender de qué manera un objeto puede ser extraído de su propio contexto temporal y sin embargo transmitir un sentido y una información de la sociedad presente y futura". Se define como el estudio de la función que tiene un museo dentro de un contexto social. Según Linarez (2008), el objeto museológico es ante todo un objeto del hombre, una creación que es el producto de las relaciones hombre-hombre, hombre-ambiente u hombre-interioridad.

3.1 Segmentación de museos:

- a) Museología General: relacionada con los principios de preservación, investigación y comunicación de la evidencia material del ser humano.
- b) Museología Teórica: basada en la fundamentación filosófica.
- c) Museología Histórica: provee la perspectiva histórica.
- d) Museología Especial: se enfoca en investigación material del ser humano pero en disciplinas particulares.
- e) Museología Aplicada: se refiere a las aplicaciones prácticas de la museología: preservación, comunicación, investigación y administración. Según Linarez (2008) "los museos están capacitados para ser exponente y recipiente de cultura.
- f) Museo Etnológico: enfatiza el estudio de cultura y razas, se dedicada a la investigación, difusión y conservación del patrimonio histórico y antropológico, desde la perspectiva de los procesos sociales y el respeto por la pluralidad cultural.

La definición de museo según ICOM sobre la ampliación de museos es:

a) Organizaciones museales, ministerios, departamentos o agencias públicas internacionales, nacionales, regionales o locales que sean responsables de museos entendidos como en la definición dada en este artículo.

b) Instituciones u organizaciones no lucrativas que lleven a cabo conservación, investigación, educación, capacitación y otras actividades relativas a museos y museología.

c) Centros culturales y otras entidades que faciliten la preservación, continuación y gestión de recursos patrimoniales tangibles e intangibles (patrimonio vivo y actividad creativa digital).

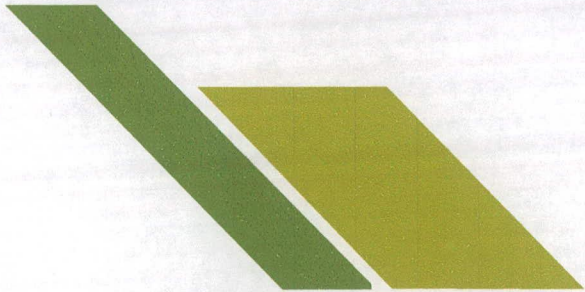
d) Tales otras instituciones que el Consejo Ejecutivo, previa consulta con el Comité Consultivo, considere poseedoras de algunas o todas las características de un museo o que apoye museos y personal profesional de museos mediante la investigación, educación y formación museológica.

4. Centro Cultural:

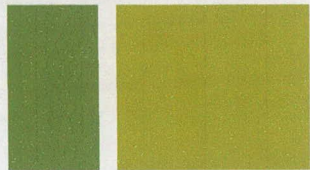
En Concultura (2005) se define a un centro cultural como “un edificio o conjunto de edificios que son parte del equipamiento, que están destinados a albergar actividades de tipo cultural, recreativo ó artístico; sirven de apoyo a la educación y actualización del conocimiento”.

Son espacios que promueven la realización de espectáculos, exposiciones, reuniones, lectura, etc. Es una organización que tiene como fin el otorgar en generación en generación un legado para el desarrollo de la sociedad y la cultura.

El centro cultural ha tenido un enfoque de otorgar un nuevo espacio para que los educadores logren transmitir el conocimiento, lográndolo de la manera más fluida, rápida y eficiente posible.



Contenido teórico de diseño



Contenido teórico de diseño

5.1. Información general del cliente:

1. Datos generales:

Centro Cultura la Azotea

Dirección: Calle del Cementerio Final Zona 3 Jocotenango,
Sacatepéquez.

Tel: 7831-1120 / 7831-1129

www.centroazotea.com

El Centro Cultural está integrado por museos y espacios destinados para actividades culturales, de investigación, exhibiciones, talleres y conferencias.

El beneficio de café original de la finca construido en 1883 está rodeado por el Museo del Café, Casa K'ojom, Museo de Música Maya, el Rincón Sacatepéquez y un sendero ecológico en donde se puede apreciar el ambiente natural de la plantación de café, variedad de flora y con un poco de suerte pude observar mariposas, pájaros carpinteros, colibrís, tzenzontles y ardillas.

Su extensión territorial es de 64 manzanas ó 128 acres. En ella se cultiva la variedad de café Arábica y Borbón. El paseo por la finca es toda una aventura, en ella se puede realizar una caminata, andar en bicicleta, o pasear a caballo.

2. Museos del Centro Cultural la Azotea:

Museo de Café

Casa K'ojom Música Maya

Rincón Sacatepéquez

Mayatenango

3. Mayatenango:

Es una nueva fase del centro. Es un conjunto de viviendas que caracterizan las diversas regiones del país rodeado de los senderos de las plantaciones de café. Es un paseo que permite apreciar la arquitectura propia de la costa, del altiplano, o del occidente, así como los cultivos de esas regiones, es una exhibición etnográfica al aire libre.

Mayatenango da "vida a una pequeña aldea", explica Samuel Franco Arce, fundador de Casa K'ojom, museo que cuenta con 22 años de trayectoria. El paseo por el museo muestra diferentes regiones habitadas por comunidades Mayas, sus materiales, arquitectura de sus viviendas, cultivos, flora y medios de sostenibilidad, la experiencia insta a utilizar los diversos sentidos y involucrarse a otro lugar. El proyecto se divide en diversas fases ya que se expandirá por medio de otras fachadas y accesorios de uso cotidiano.

Precio: Adultos: Q.50.00 y estudiantes: Q: 25.00 al presentar su carnet en la entrada. Se Ofrece transporte cada hora en el parque Central de Antigua Guatemala de forma gratuita, llevándolos a la finca La Azotea.

5.2. Área de diseño:

1. Identidad:

La descripción de una identidad, según Gilli (1991), es generar una apariencia coherente logrado por la unidad en cada una de sus representaciones visuales: papelería, señalética, uniformes, mobiliario, publicidad y logo son elementos de comunicación que conforma la imagen que la organización.

- a) Diseño corporativo: comunicación visual de una organización.
- b) La identidad corporativa: incluye manifestaciones visuales como expresiones no visuales al igual que el comportamiento.

En relación a esto, Costa (2006) define como imagen corporativa a la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización. Se basa en conceptos básicos como:

- 1) Comunicación de la empresa: es todo lo que la organización dice en diversos mensajes y medios.
- 2) Realidad Corporativa: es todo lo tangible.
- 3) Identidad de la empresa: es la personalidad de la organización. Es lo que la hace individual, y la distingue y diferencia de las demás.

Al mismo tiempo se determina la diferencia entre identidad e identificación. Cita Costa (2006) , identidad es el propio ser o ente (lo que es, existe o puede existir) más su entidad (su esencia, su forma y valor), a diferencia de identificación que es el acto de reconocer la identidad de un sujeto.

2. Logotipo:

Según la definición planteada por Quentin (2002), la palabra logotipo proviene de la conjunción de dos palabras del griego clásico: logos "palabra" y tupos "significado, impresión". Se enmarca como la formulación específica de una firma repetible y protegida legalmente. Algunas características que deben ser base para diseñar son la efectividad de ser reconocido, recordarse, simple, interesante y debe ser coherente o adecuada a la idea que quiere reflejar igualmente tiene la función de informar, identificar y diferenciarlo de otros.

El logotipo es una parte que conforma la identidad de una organización como sello. El término "identidad corporativa" abarca no sólo el diseño del logotipo, sino también las especificaciones técnicas de cómo éste debe usarse, así como otros conceptos, como el tono del lenguaje que debe usar, los tipos de letras, los colores, la papelería adjunta, las imágenes, los formatos de publicación, signos, uniformes, etc.

2.1. Tipo de diseño de logotipos:

Según Chaves y Belluccia (2003) determinan la clasificación en relación al diseño de un logotipo en:

Símbolos icónicos: el símbolo es diseñado con una imagen que representa algún referente reconocible del mundo real o imaginario, tanto por su semejanza formal evidente (Lacoste, Goodyear).



Símbolo abstracto: son formas que no representan objetos o conceptos conocidos. (Mercedes Benz, Ericsson, Toyota).



Símbolos alfabéticos: están constituidos por aquellos que utilizan las iniciales del nombre o cualquier otra letra como motivo central sin confundirse con el modelo "sigla" (La "T" de Texaco, la "M" de Motorola).



Logotipo tipográfico estándar: el nombre de la empresa está escrito de manera normal con alguna familia tipográfica preexistente y de uso libre (Panasonic).



Logotipo tipográfico "retocado": el nombre se escribe con una tipografía regular pero se aplican arreglos particulares para aumentar su singularidad: modificación de los espaciados, tamaños y proporciones habituales de los cuerpos, estiramiento o compresión de algunos trazos, exageración de acentos, ligaduras especiales, cortes o muescas en los caracteres, etcétera (Pirelli).



Logotipo tipográfico exclusivo: el logotipo se ejecuta con una familia tipográfica propia y diseñada por encargo y especialmente para el caso (Diario Times).



*Las imágenes fueron utilizadas por uso académico.

Fuente: Referencias de imágenes

Logotipo tipográfico iconizado: en este modelo de identificación se reemplaza alguna letra del logotipo por un icono formalmente compatible con dicha letra o con la actividad de la empresa (en una hipotética marca "sol" la "o" de la palabra "sol" es el dibujo de un sol).



Logotipo singular: el logotipo es una pieza única diseñada como un todo, como una forma excepcional que no responde a ningún alfabético ni estándar ni creado (Coca-Cola). El logotipo es la forma gráfica estable y explícita del principal identificador de toda institución: su nombre.



Dado que la fórmula "logotipo más símbolo" es muy frecuente, pues combina lo verbal con lo no verbal, le agrega a la expresión visual del nombre una imagen que puede actuar independizada de él para cumplir con distinto tipo de funciones identificadoras. Finalmente, existen casos en los que la fusión gráfica entre logotipos breves o siglas y sus correspondientes símbolos, no funcionan nunca por separado.

2.2 Color en un logotipo

Con respecto al color indica Fráscar (2002), la cuestión cromática le incumbe a la gestión identificadora aunque excede la marca gráfica, ya que es más una decisión sobre el tratamiento planificado de las superficies. Por otra parte para llevar a cabo la selección del color se debe tomar en cuenta la psicología del color, se recomienda utilizar tres colores como límite para que las aplicaciones del mismo sean más eficaces, se debe de tener en cuenta la contextualización de la necesidad ya que para algunas etnias o grupos sociales significa el color ciertas expresiones. Se recomienda realizar una prueba a una solo color (negro) para ver si se entiende o pierde detalle en algunas partes, y que se base en la legibilidad.

*Las imágenes fueron utiizadas por uso académico.

Fuente: Referencias de imágenes

2.3. Tipografía en un logotipo

En lo que se indica para la aplicación de la tipografía, es básico grupo objetivo para determinar los rasgos, el uso de cajas altas o bajas o la combinación y la familia tipográfica para que ésta sea funcional según su nivel académico. Es posible utilizar el nombre de la empresa o título, así como el apoyo de un slogan en el logotipo.

Sin embargo señalan Chaves y Bellucia (2003) que es determinante evaluar la función del emisor en cuanto a un logotipo, salvo el requisito de calidad gráfica. A continuación se describe cada uno de los parámetros que se deben tomar en cuenta al desarrollar un isotipo, logotipo e isologotipo:

1. Calidad gráfica genérica: en forma, color y tipografía, permite que destaque y pueda ser identificado sobre otros, además que expresa una idea gráfica clara, logrando reconocimiento. Según Stortoni (2009), a imagen que se quiere refleja sobre la competencia es formada por la selección de los siguientes elementos: familias tipográficas, calidad del diseño de los elementos de signos, calidades cromáticas, texturas, armonía, etc.

2. Ajuste tipológico: constituye una escritura estándar y las formas más complejas de animación e ionización. Identifica que los signos se adecuen a las diversas necesidades, como lo son logotipos, isotipos, isologotipos, personajes, colores, etc.

3. Corrección estilística: interpretar el mensaje del contenido tanto semánticamente como en su estilo. Se refiere a la interpretación del receptor, determinada bajo la retórica y el contexto.

4. Compatibilidad semántica: este puede ser máximo en su significado o nulo, esto se refiere cuando encontramos un logotipo que es muy abstracto o no significan directamente nada con la empresa, por ejemplo el murciélago de Barcadí). Se refiere a tener una identidad adecuada, y que la imagen no contradiga y confunda.

5. Suficiencia: se considera entre el parámetro de error por defecto o error por exceso. Se debe de poner lo necesario para satisfacer, para no ser contraproducente, de esta manera el grado de satisfacción de las necesidades de identificación mediante el o los signos disponibles.

6. Versatilidad: se debe guardar la uniformidad y compatibilidad a los niveles de discurso.

7. Vigencia: debe de tener un tiempo de vida, y un sentido positivo, por medio de la contextualización. No tenga rasgos muy ligados a modas o períodos históricos determinados. Según Aikun. (2007) un logotipo debe diseñarse para un uso prolongado a lo largo del tiempo, sin influencias de moda. "Las modas sólo provocan rediseños y los rediseños son variaciones de imagen corporativa, que generan cierta desconfianza al no tener imagen constante y ser identificada.

8. Reproducibilidad: se debe de tener en cuenta el tipo de medios que se pueden llegar a recurrir para ser funcional. El tipo de tamaños, materiales y soportes, en cualquier tamaño e impresa a una sola tinta, tamaño e impresa a una sola tinta.

9. Legibilidad: es un parámetro perceptual, indica el grado de reconocibilidad visual de los rasgos esenciales del signo. Un buen logotipo debe ser reconocible sin importar el tamaño, formato, si está estático o en movimiento.

10. Inteligibilidad: se define como la claridad con que se observa el signo, es enemigo de la duda y la confusión.

11. Pregnancia: capacidad que tiene una forma de ser recordada. Es la acción de grabarse en la memoria. Fácil de poder ser distinguido, logrando un posicionamiento en la mente. Se logra con integración de los elementos de forma lógica y sencilla.

12. Vocatividad: capacidad del signo para atraer la mirada "llamar la atención". Hay signos que se le imponen al receptor y otros que el receptor va en su búsqueda.

13. Singularidad: individualizar y distinguir de otros. La función de identificar es la de distinguir de los demás y se debe de ser tan singular como lo indica su identidad.

14. Declinabilidad: es un parámetro que se aplica para ponderar el cumplimiento de grado. Cuando se ejercen cambios en los elementos sin que deteriore la unidad del logotipo.

2.4. Fortalezas y debilidades según la clasificación:

Las tres clases de logo que existen son: logotipo, isotipo, isologotipo.

Logotipo:

- a. Características: se basa en texto.
- b. Ventajas: directo, fácil de leer
- c. Desventajas: no tiene una gran capacidad para forjarse en el recuerdo de los receptores.

Isotipo:

- a. Características: utiliza una imagen figurativa (o ícono) para transmitir su mensaje.
- b. Ventajas: es fácil de recordar
- c. Desventajas: no es tan preciso como los demás dado que la imagen es figurativa y se trata de una gran metáfora gráfica.

En cuanto al isotipo se debe evaluar el nivel de reducción de formas e imagen, la transcripción fiel y segura del mensaje que quiere trasmitirse, lograr una comprensión rápida y correcta de las formas y generar memorabilidad.

Isologotipo:

- a. Características: combina el isotipo con el logotipo.
- b. Ventajas: poder de precisión.
- c. Desventajas: la suma de elementos hace de este tipo de logo algo más difícil de recordar.

Elementos de un isologotipo se basa en la funcionalidad de generar la transmisión de un mensaje logrando una identidad y una personificación de la empresa y se requiere el estudio de colores y formas para que logre interpretarse, manteniendo una congruencia entre lo que se quiere se entiende y lo que se quiere representar. Para el diseño se debe seguir los mismos pasos evaluando la integración y conectividad entre el isotipo y logotipo para que genere esa lectura visual y logre comunicar efectivamente.

2.5. Manual de identidad gráfica:

1. Manual de normas:

El manual es un documento donde se determina y especifica la reproducción y aplicación de la identidad gráfica indica Stortoni (2009), para lograr y garantizar uniformidad, estética y constancia, es el elemento primordial para que exista una coherencia gráfica de la empresa o institución a los ojos de la sociedad. Se debe especificar los soportes y cómo aplicarlos en variaciones de color, tamaño y lugar principalmente, este puede tener muchas variantes de contenido en los manuales de normas, así como su extensión.

2. Elementos dentro de un manual:

1. Índice
2. Introducción
3. Antecedentes de la empresa
4. Isotipo

- a) Trazo geométrico
- b) Logotipo (tipo de letra)
- c) Retícula de reproducción
- d) Áreas de respeto y tamaños de producción
- e) Usos correctos
- f) Usos incorrectos

5. Slogan

- a) Tipo de letra (proporción y ubicación)
- b) Usos correctos
- c) Usos incorrectos

6. Pleca : posición, grueso, tamaño y relación con isotipo.

7. Tipografía Corporativa: tipo de letra, estilo y aplicaciones.

8. Tipografía secundaria: tipo de letra, estilo y aplicaciones.

9. Color:

- a) Colores proceso
- b) Colores patone
- c) Escala de grises
- d) Usos correctos
- e) Usos incorrectos

10. Soporte: características generales

11. Aplicaciones:

- a) Papelería ejecutiva
- b) Papelería administrativa
- c) Vehículo: vehículos corporativos de entrega y distribución.
- d) Promocionales: aplicación de la identidad a postales, tazas, gorras, regalos, lapiceras y todo aquello que promocióne a la empresa.
- e) Uniformes
- f) Señalización

12. Material para reproducción:

a) Color

b) Originales mecánicos-Aplicación Exteriores:

13. Extras:: dependiendo de la organización, existe una gran variedad de aplicaciones extras, pueden ser desde papelería especial, empaques, etiquetas, bolsas, etc.

Si es un producto las aplicaciones se centrarán en todo el universo de este, desde su creación de la marca, packaging, y cualquier otro elemento que construya su imagen. El diseño del manual debe ser coherente con la empresa, usando la estética de la misma identidad.

3. SEÑAL:

Es necesario determinar una panorama de significados para conocer lo que es un señal según Mitzi (1991):

Signo: unidad que transmite información, percibido por las personas logrando un proceso comunicativo, se basa en la simplicidad, la claridad y la funcionalidad.

Símbolo: cuando un signo no sólo informa de un significado, sino que además se le da un valor subjetivo, representando ideas abstractas de una manera metafórica o alegórica, se conoce como símbolo.

Señal: es un tipo de signo que tiene por finalidad cambiar u originar una acción y actúa de manera directa e inmediata sobre el receptor del mensaje. La información debe facilitar la rapidez del ahorro del tiempo. El conjunto de

señales ofrece a las personas información a través de un lugar determinado.

Los elementos en las señales deben poseer cierto valor de información y síntesis para lograr una buena percepción.

Según Paul Arthur citado por Mitzi, S. (1991), determina rotulación o rótulos como el primer término pionero en señalización orientadora, el cual plantea la siguiente función, "se plantea el problema de encontrar el camino a un entorno desconocido, logrando solución al resolverse utilizando rótulos".

3.1. Tipos de señales según Puy, V. (2008):

1. Señales de reglamentación: indican obligaciones, limitaciones y prohibiciones.
2. Señales de prevención: advierten alguna condición peligrosa.
3. Señales de información: información que amplía la señal.

4. Señalización:

Es la comunicación que estudia las relación entre el signo de orientación en un determinado lugar y como genera la reacción el receptor, generando ahorro de tiempo, seguridad en el desplazamiento y acciones.

Es de carácter autodidáctico en relación entre los individuos y su entorno. Se debe de tener un análisis de la morfología del espacio para ser funcional su distribución y el tipo de información debe ser directa y universal que sea entendida por el usuario.

4.1 Características de la señalización:

- 1) Relación de desplazamiento entre la señal y las personas.
- 2) Genera una conducta determinante.
- 3) Ser universal.
- 4) Apoyo la unidad del entorno (identidad).
- 5) El sistema debe ser creado o adaptado en cada caso particular.
- 7) Las señales debe ser normalizadas.
- 8) Refuerza imagen pública.

La señalización cita Mitzi (1991) es la proyección, diseño y eficacia del sistema de comunicación visual en el entorno edificado y en el natural, lo cual ayudan al usuario a desenvolverse en el espacio, identificando, dirigiendo, e informando para realzar visualmente el entorno y proteger la seguridad del público.

Los factores que se debe de tomar en cuenta son los arquitectónicos, culturales y estéticos para satisfacer tanto la necesidades del cliente así como el grupo objetivo.

Según Díaz, G. (2008). Señala algunas características de la señalización:

Finalidad	Funcional, organizativa
Orientación	Informativa, didáctica
Procedimiento	Visual
Código	Signos simbólicos
Lenguaje icónico	Universal
Presencia	Discreta, puntual
Funcionamiento	Automático, instantáneo

5. Señalética:

Según Twemlow, A. (2007) define la función de señalética como un espacio público que desea facilitar el desplazamiento de las personas logrando generar un mapa para optimizar el tiempo, y disminuir dificultades con el destino. Se debe agregar además que es el conjunto de señales, módulos en el espacio, indicaciones o advertencias de carácter informativo o ubicación, se determina la comunicación social y la semiótica. La señalética se centra en la homogenización y fortalecer al mismo tiempo la identidad.

Los elementos de diseño que conlleva son: color, tipografía, ubicación, soporte, etc. se relaciona con el diseño bajo la función, ya que requiere lograr de forma directa información y tener cuidado en cuanto a la ubicación de este recurso con el consumidor para no crear confusión.

5.1. Proceso de diseño en una señalética:

Según Alquimistas del diseño (2007) la señalética facilita la comunicación, a través de informar, identificar, orientar, prevenir, persuadir los movimientos del grupo objetivo.

a. Investigación del lugar: por medio de fotografías o bocetos, se logra generar una dimensión a través de módulos, tomando en cuenta las distancias y algunos puntos importantes para formar parte de referencia.

b. Identificar áreas principales y la interacción con el grupo objetivo: se determinando las áreas que se quiere dar prioridad (jerarquía) y se hace un estudio de la distribución y el recorrido que tiene el grupo objetivo dentro de establecimiento para saber qué puntos es necesario indicar para el recorrido con fluidez.

c. Ubicación: lograr un parámetro de distancia y áreas importantes del lugar para contextualizar el medio.

d. Diseño: guardar unidad con la identidad que el área refleja a través de su imagen como puede ser el color, tipografía, tipo de abstracción, etc.

e. Materiales: lograr integración con la ambientación, resaltar sobre el fondo y lograr rentabilidad a través de la resistencia del material según los factores ambientales.

f. Soporte: guardar distancias, medidas, y alturas según las necesidades y

objetivo del lugar a desarrollar el sistema de señalética.

5.2. Características de la señalética:

- 1) Identificar y facilitar dentro de un lugar la orientación.
- 2) Es adaptado a cada lugar específicamente.
- 3) No requiere códigos universales.
- 4) Se crean según las características del entorno.
- 5) Refuerzan la imagen visual de lugar.
- 6) Facilitan el ahorro del tiempo, que influye así con no requerir de mucho personal en el lugar.

5.3. Tipos de señalética:

a. Señalética exterior:

Este tipo de señalética logra un vínculo entre el consumidor al llegar al establecimiento que debe lograr un acceso fluido, por medio de los módulos. Las principales características deben ser percibidas por el receptor para lograr un panorama de donde está situado. Se puede clasificar según forma, contenido y normativa del lugar.

Elementos según la forma:

Ubicación:

- Estructura de establecimiento de forma simple.
 - Información sobre las áreas que consta el establecimiento.
 - Signos direccionales para darle orientación y dirección a las personas.
 - Información sobre el nombre de establecimiento, horarios, precios, etc.
- Toda la información básica para su acceso.

Elementos según contenido:

- 1) Nombre del establecimiento.
- 2) Horario de atención.
- 3) Dirección.
- 4) Teléfonos.

Elementos según la normativa:

- 1) Señalización de seguridad y emergencia dentro del establecimiento.
- 2) Señalización de las normas del establecimiento (prohibiciones).

b. Señalética interna:

Son aquellas que se encuentran para lograr orientar dentro de las instalaciones del establecimiento, deben ser claras y precisas y lograr una unidad en cada una de las piezas a través de color, iconos, tipografía, soporte para apoyar la identificación de la imagen corporativa.

5.4. Elementos de diseño que conforman una señalética:

a. Tipografía

Este es un elemento básico Puy, V (2008) indica "se debe de partir desde los signos, imágenes y palabras de forma reducida para generar símbolos, la señalización ideal es la que permite al ojo humano identificar un símbolo o pictograma antes de leer o descifrar el sentido de la palabra o la imagen". Debido que se debe utilizar símbolos comprensibles por el grupo objetivo cierta homogeneidad por lo que se recurre a generar un tipo de señalética propia del establecimiento acompañada por algún texto para la transmisión del mensaje.

Según Mitzi, S. (1991), texto debe ser claro, consistente los más corto, positivo, y sin ambigüedad. Con respecto al primer punto no se puede utilizar abreviaturas, ya que puede causar confusión, la puntuación no hay que usar subrayados, comas, puntos, etc. Legibilidad caracteres vistos y comprendidos. El tipo de letra condensada es menos legible que una normal. Se debe considerar la elección de peso o punto de letra "espesor", contraste y proporción es muy importante, ya que las letras de caja baja con contornos más irregulares son preferibles que las mayúsculas. La separación entre las palabras debe conseguir un equilibrio entre la excesiva proximidad. Es necesario evaluar el esparcimiento entre las líneas.

Parámetros para una señalética:

1. Dimensión y proporciones.
2. Tipografía (estructura entre cajas bajas y altas). Se debe tomar como base la ubicación del grupo objetivo (1 cm. de altura por cada metro de distancia).
3. Lenguaje dirigido al grupo objetivo (claro) que no genere incoherencia lingüística al generar contradicción de imagen y texto.
4. No se usa abreviaturas.
5. Símbolos concretos que no generen confusión.
6. El proceso debe resolver gradualmente el proceso de aproximación a la información a través de la jerarquía.

Se debe tomar en cuenta los siguientes incisos para evitar errores en el proceso de un sistema de señalética:

1. Falta de señales en elementos susceptibles de ubicar.
2. Utilización de distintos materiales.
3. Exceso de información las zonas reservadas.

- d) Diversidad en el lenguaje.
- e) Señales con falta de visibilidad.
- f) Falta o exceso de luz.
- g) Acción de fenómenos naturales.
- h) Mal uso o colocación.
- i) Falta de claridad del gráfico.
- j) Contaminación visual.

b. Color

Entre las característica del color existe el contraste, lo cual no es recomendable ya que ópticamente pierde legibilidad el mensaje. Comenta Mitzi (1991), el color puede utilizarse como instrumento de codificación informativa o direccional, distinguiendo las categorías. El efecto de tono y contraste crea la ilusión de distancia o de proximidad. Los colores tienen un significado simbólico inherente, es por ello que hay que establecer una conexión directa en su aplicación y los significados culturales del color. En el siguiente cuadro se puntúa de mayor a menor las mejores combinaciones entre el color de los signos y el color de fondo, según Puy, V. (2008) aunque hay colores con connotaciones implícitas como rojo (peligro o prohibición) y verde (acceso).

Signo	Fondo	Puntuación
Negro	Amarillo	5
Negro	Blanco	4
Verde oscuro	Blanco	4
Azul oscuro	Blanco	4
Rojo	Blanco	3

Signo	Fondo	Puntuación
Amarillo	Negro	3
Blanco	Azul	2
Blanco	Rojo	1
Rojo	Amarillo	1

6. Clasificación de las señales por medio de su función en el entorno:

Se refiere a las características que ejerce sobre el usuario, se divide en según Mitzi (1991):

Orientadoras: orientar al usuario en un entorno como mapas, visitas esquemáticas, planos en puntos de entrada y puntos cruciales.

Informativos: ayudan a evitar confusiones y preguntas al personal.

Direccionales: instrumentos explícito de circulación.

Identificativos: instrumentos de designación que confirman destinos o establecen reconocimiento de una ubicación concreta. Identificador interno sirven para ayudar la localización interna.

Reguladores: exigen normas de orden para la conducción o para la prohibición de actividades, dados por las órdenes o normas locales. La función es la seguridad del usuario frente al peligro. Ayuda también para informar a la gente sobre procedimientos en casos de emergencias.

Ornamentales: adornan, realzan o embellecen el aspecto de un ambiente como las banderas y placas conmemorativas.

6.1. Clasificación por medio del sistema de sujeción:

El sistema de sujeción se refiere a la forma de colocación, es por ello que se debe saber si el uso será permanente (no desmontable como soldadura) o temporal (desmontable como pegamento, tornillos, tuercas, etc.), los más utilizando dependiendo los fines y entorno pueden ser Quintana, R. (s.f.):

Adosada: pegada o apoyada en una pared. Es la que está unida indirectamente al muro mediante tornillos o unidas con adhesivo a la superficie.

Autotransporte: anclada en el piso o detenida con dos postes o uno solo.

De banda: la señal está sujeta a dos paredes, columnas o postes de manera perpendicular, ésta permanece fija al techo.

De bandera: es la que se ensambla indirectamente mediante otro elemento como sería un ángulo, perfil o ranura.

Auto soporte: es la que se sostiene por sí solo mediante la fijación al piso o por tubos cilíndricos.

Colgante: la señal cuelga de arriba hacia abajo, generalmente del techo.

Estela de identidad: señal con volumen.

Estela directorio: señal con volumen pero solo es de directorios.

Tijeras: señal doble, se pone provisionalmente.

Rótulo de caja: una caja de luz o un bastidor que tiene una luz interior.

Exhibidores reflectores de luz: se forma por medio de discos de color que responden a una corriente eléctrica.

De cristal líquido: son para leerse a distancias cortas, y se maneja una tipografía digital.

De cátodo frío: como luz neón y el color va a depender del tipo de gas.

Se debe tomar en cuenta el sistema de sujeción en base al nivel de visión del usuario.

Nivel de visión: se toma un ángulo de visión humana, siendo una norma útil evitar una desviación superior al 10% de dicho ángulo. La altura promedio del nivel de ojo o nivel visual medido desde el suelo de una persona de pie es aproximadamente de 1.60 m en promedio. Comenta Mitzi (1991) la ubicación debe ser adecuada no solamente de distancia sino también de posición. La ubicación debe ser dentro del campo de visión y líneas visuales de una persona normal.

7. Proceso de reducción gráfica:

En concreto la semiología es la ciencia que estudia los sistemas de signos: lenguas, códigos, señalizaciones, etc. Se basa en los signos (lingüísticos) o semióticos (no lingüísticos; humanos y de la naturaleza) indica Mitzi (1991).

Iconos: proviene del griego, eikon que significa imagen, mantiene una relación directa con lo que representa. Al conjunto de iconos es reconocido como los pictogramas que logran simplicidad y claridad sin importar la lingüística y la etnia. Los pictogramas se basan en una información estructura, modular, ordenada y unitaria para representar cada imagen.

Reducción gráfica: según Grajeda (1986) puede mencionar la *eliminación* se suprime alguna parte de la construcción de una imagen, *simplificación* consiste en resolver una imagen a través del uso de figuras geométricas simples y *abstracción* por medio de generando una fórmula de la imagen sintetizada. Cada uno de estos procesos son independientes, es decir cada proceso de reducción gráfica tiene su objetivo.

8. Clasificación de materiales:

Según indica Quintana (s.f.) se debe tener en cuenta en la selección del tipo de material y el soporte basado la implementación en que se va utilizar.

Características del material:

- Resistentes a los cambios de ubicación, al vandalismo e intemperie.
- Inalterables con el paso del tiempo y con los cambios de luz y temperatura.
- Materiales de acabado que no produzcan deslumbramientos.
- Tipos de soporte y de rotulación adaptables a futuros cambios.
- Sistema constructivo flexible que permita al personal cambiar su contenido.
- Sistemas de instalación de fácil manejo.

Tipos de materiales:

1. Madera: se puede combinar con otros materiales, se puede imprimir y transferir, es un material muy dócil.
2. Plástico: material susceptible de modelarse mediante procesos térmicos. Entre los plásticos más utilizados para el señalamiento se encuentran, los acrílicos, el PVC, el policarbonato (resistente para áreas exteriores), el estireno, el polipropileno, el plástico reforzado con fibra de vidrio (GRP), el nylon poliéster fibrareforzado y el vinilo.
3. Metales: es resistente y versátil en su forma. En señales se utiliza el acero y el aluminio.
4. Cerámica: fabricado con barro. En el área de señales se utiliza a partir de un molde. Se usa loza y cuando es sin barniz se llama terracota.

5. Vidrio: se debe tener buena iluminación y analizar su ubicación ya que se puede romper.
6. Laminados: existen diversos tipos para adaptarse a los fenómenos naturaleza y utilizar tanto en el interior como exterior.

9. Parámetros de colocación:

Es básica una localización dentro del campo visual de los usuarios. El campo de visión se encuentra determinado por un ángulo de 60° hacia la derecha y hacia la izquierda en el plano horizontal y de 50° hacia arriba y 70° hacia abajo en el plano vertical. La altura debe adecuarse al tipo del grupo objetivo tiene que ubicarse en relación al movimiento del mismo. Deben evitarse obstrucciones visuales producidas por elementos arquitectónicos y mobiliario (pilares, luminarias, estanterías, etc.).

1. Visión a corta distancia: es una distancia menor a 10 metros. Su colocación respecto al suelo será entre 1.5 y 2.5 metros.
2. Visión a media distancia: es una distancia entre 10 a 15 metros la separación entre el observador y la señal. El tamaño del letrero o cartel no puede ser menor de 1 x 1 metros.
3. Visión a larga distancia: se sitúan a una altura superior. En este caso han de ser de un gran tamaño, y a ser posible estarán iluminados por focos, o serán luminosos de material translúcido e iluminación interior, para hacerlos más visibles durante la noche.

10. Material Informativo:

Según Jorge Frascar (2002) el material informativo tiene como propósito ordenar contenidos a través de su presentación visual para ser atractiva al lector.

De igual manera indica Dabner (2005), es necesario establecer parámetros como formato, material, retícula, color, tipografía, imágenes y la identidad que refleja según la empresa, institución o ente que realiza el material informativo, para facilitar la diagramación en el espacio.

Por su parte Twemlow (2007) señala el principio fundamental del diseño de información es lograr la transmisión de datos complejos de una forma inmediata, accesible y sobre todo compresible a un determinado público. Un diseño informativo es funcional cuando la lectura a través del diseño de la estructura pasa a primer plano. Entre el tipo de piezas que se pueden diseñar en un material informativo se encuentran; libro, periódico, boletín, suplementos, folleto, catálogo, revista, cartel y despegable.



Definición del grupo objetivo

Definición del grupo objetivo

6.1. Perfil Demográfico

El grupo objetivo fue definido a través de un estudio por medio del un instrumento (anexo 1), con una serie de preguntas con distintos aspectos para determinar el material a realizar. Este instrumento fue pasado en 30 encuestas a hombres y mujeres universitarios, en el área Metropolitana por la ubicación de las universidades así como en la Antigua Guatemala ya que es aledaño a Mayatenango.

Sexo: Femenino/Masculino

Edad: 20 a 25 años de edad.

Estado Civil: en su mayoría solteros

Nivel educativo: universitario

Ocupación: estudiante / trabajan

Acceso a medios de comunicación: alto

Nivel socioeconómico: medio-alto

6.2. Perfil Psicográfico:

El grupo objetivo fue entrevistado entre un rango de 18 a 29 años de edad, con un 64% entre 22 a 25 años. El estado civil en su mayoría solteros con un 80%. Son personas que buscan aspiración y obtener metas a través de la educación. Son personas activas, que les gusta la interacción social.

El grupo objetivo con un 47% indica que tiene ingresos de Q.1,000 a Q.5,000 por lo que indica que empieza a ser independientes económicamente, sin embargo aún viven con sus padres ya que un 67% indica que en su hogar viven de 4 a 6 personas.

El 90% poseen acceso a internet en sus hogares, sin embargo al ser universitarios logran acceder en su sitio de estudio. El 60% indica poseer carro por el tipo de actividades que realiza, y entre sus actividades que señalan con preferencia en un fin de semana son recreativas.

El grupo objetivo recalca con un 73% que no le gusta visitar museos debido a los intereses, pero sin embargo el 60% asisten por fines educativos. Recalca Oscar Ramos, encargado administrativo de la Azotea comenta: "en el transcurso del año, viene mucho estudiantes con fines educacionales" de área como agronomía, nutrición, arquitectura entre otras por necesidades investigativas".

La mayoría no conoce el Centro Cultural la Azotea, sin embargo han visto publicidad en algunas revistas. En función a la imagen estética analizada por medio del tipo de revista que prefieren 43% afirma que es la National Geographic y Selecciones por lo que reflejan una estructura ordenada en los contenidos. La muestra afirma que el 77% relaciona el color café con museo. El tipo de ejes y líneas con la que afirman relacionar un museo son ejes rectos con quiebres.

El tipo de imagen que recuerdan más Nike con un 56% ya que es una marca posicionada por los jóvenes sin embargo se puede determinar que un isotipo los identifica. La tipografía con la que relacionan la palabra museo es un Serif por sus rasgos con un 43%. La legibilidad de letra que prefieren con un 80% es Sans Serif.



Proceso de conceptualización

Proceso de conceptualización

1. Lluvia de ideas:

El proceso de conceptualización se llevo a cabo con diversos métodos con el fin de retomar puntos como: la identidad del lugar y la imagen que se quiere reflejar. Dentro de los métodos utilizados están: lluvia de ideas, visualización, ide+art. Se utilizó 3 métodos, con el fin de generar diversas frases conceptuales preliminares. En la metodología de "lluvia de ideas", se logró en base a la temática, el grupo objetivo y la ambientación del lugar.

Vivienda	Mundo	Guía	Costumbres	Popular	Hombre	Visite
Casa	Planeta	Tour	Vestido	Contadores	Galería	Expedición
Hogar	Lugar	Región	Idioma	Historia	Exposición	Tour
Domicilio	Azotea	Territorio	Celebración	Museo	Etnográfico	Espectador
Morada	Terrazo	Zona	Comida	Musa	Raza	Observación
Residencia	Tejado	Área	Creencias	Mitología	Naturaleza	Interés
Habitación	Materiales	Cultura	Religioso	Inspiración	Sitio	Atención
Raza	Mimbre	Conocimientos	Diversidad	Educación	Monumento	Trasmisión
Sociedad	Madera	Creencias	Multiétnica	Impulso	Institución	Sentido
Grande	Adobe	Costumbres	Artesanías	Organismo	Espacio	Preservación
Monumental	Block	Grado	Cerámica	Internacional	Contexto	Evidencia
Enorme	Temascal	Desarrollo	Tejidos	Nacional	Arte	Perspectiva
Gigantesco	Arboles	Artístico	Fiestas	Humanitario	Ciencias	Enfoque
Cultura	Tierra	Grupo social	Bailes	Conservación	Decoración	Valores
Sabiduría	Grama	Características	Mercado	Comunicación	Elementos	Acciones
Instrucción	Recorrido	Propio	Feria	Presente	Eje	Democracia
Ilustración	Pasadizo	Tradiciones	Ceremonia	Tangible	Conexión	Sistema
Civilización	Aventura	Leyendas	Música	Intangible	Aprendizaje	Dialogo

Frasas conceptuales (lluvia de ideas):

1. Vivienda en expansión
2. Vida que vive
3. Hogar en exposición
4. Raza real que reside
5. Raza que enmarca
6. Sociedad monumental que crece
7. Sabio de cultura
8. Ilustración en pared
9. Civilización que trasciende
10. Lugar en el mundo cultural
11. Azotea la culturalidad
12. Tejado en la cima
13. Temascal que protege
14. Techo de tierra entre cumbres
15. Techo que cultiva
16. Crecimiento en un tour
17. Zona territorial bajo techo
18. Grado en el área cultural
19. Desarrollo artístico social
20. Rutina de vida
21. Costumbre a las costumbres
22. Suelo de tradición propio
23. Visitando la montaña cultural
24. Idioma en unión
25. Diversidad en el mimo punto
26. Tour por regiones
27. Regiones en punto
28. Tiempo en el espacio de vida
29. Tejiendo la tradición
30. Techo que cumbre la cultura
31. Inspiración cultural
32. Contador de historia
33. Relato viviente
34. Hombre en diversidad
35. Maya en imperio
36. Imperio cultural con contexto
37. Sitio que marca la cultura
38. Espacio de tierra con techo
39. Eje de arte que trasciende
40. Visita creciente de origen
41. Espectador que guía
42. Guión creciente de tradición
43. Sentido de transmisión cultural
44. Casa de cubre la tradición
45. Muro de perímetro cultural
46. Viaje a otro dimensión en un paso
47. Paso en el tiempo
48. Costumbres en expansión
49. Vida diaria en un momento
50. Monumento en perspectiva
51. Difusión de cultura
52. Historia en la pared

53. Trabajo en el arte
54. Poder cultural en tierra
55. Tejido que viste la tradición
56. Valor de tierra que vive
57. Extensión de cultura bajo techo
58. Viaje de zona cultural
59. Suelo de origen en el tiempo
60. Figura en el suelo de partida

Selección preliminar de frases conceptuales de lluvia de ideas:

Zona territorial bajo techo: hace énfasis a la zona territorial la temática de Mayatenango ya que es una zona por el recorrido territorial del país, "bajo techo" ya que muestra la cultura y como viven las personas en cada región.

Tejiendo la tradición: lograr generar una acción de atarse a la raíz y a la tradición.

Sitio que marca la cultura: un lugar que deja huella por su fin de promover la cultura y expenderla.

Poder cultura en tierra: por la potencia que genera la tierra de Mayatenango de expandir la cultura.

Tejido que viste la tradición: la unión de la temática en base al a comparación de que cada región y cada persona es un hilo y lograr vestir la tradición por medio de la cultura.

Espacio de tierra con techo: se marca el área de lugar por medio de un techo que es la muestra de cómo viven en cada región.

Extensión de cultura bajo techo: hace énfasis al lugar que genera gran ampliación de cultura, bajo techo "ya que es la unificación de cada región".

2. Visualización:

Por medio de generar la aplicación de los diversos sentidos, a través de la “visualización” en base a comida, tema y grupo objetivo, para lograr un reto de crear mayor interés gráfico en las propuestas.

1. Agua-potable-trasparencia: cultura que derrama conocimiento
2. Nacho-duro-irregular= porción de tierra que transmite
3. Chicle-lijoso-pegajoso = unión que pega el origen
4. Sandia-semilla- rojo = crecimiento bajo techo cultural
5. Papa-cumbres-cascara = cumbre en el horizonte
6. Pan-leña-café-tierra = enterrando tradición en el paso
7. Café-taza-tarde- sabor = trago en la cultura
8. Pollo-cocido-limón- textura = Origen natural de vida
9. Sal-condimento = acompañamiento a una dimensión cultural
10. Té-diferente-tradicional = momento de monumento cultural
11. Agua-lluvia-caída-empapado-tierra = tierra de vida fresca
12. Uva-vino-copa-circulo = circuito de visita cultural
13. Fambre-condimento-tradición = Día de trascurso cultural
14. Fambre-día-tradición = Momento de vida bajo techo
15. Pachón jugo-tapadera = Tapa de capsula de vida
16. Taco-rollo-lugar = Región de paso cultural
17. Tomate-jugoso-circular = Expansión de cultura en circuito
18. Espagueti-gusanos-tierra = Lazos que enreda la cultura
19. Pastel-pedazo- celebración = Porción de región cultural
20. Dona-hoyo-terreno-cumbre = Espacio de costumbre
21. Maíz-cosecha-trabajo-duro = Trabajo de mañana
22. Frijol-siembra-lugar = Lugar en tiempo del sabio
23. Arveja- circulo-dulce = Tesoro de la costumbre regional
24. Hortalizas-color-sabor = Diversidad de texturas culturales
25. Rábano-raíz-textura = Contacto con la raíz regional
26. Lasaña-capas-envoltura = Tierra que enlaza la región
27. Berenjena-verdura-irregular = Raza en la vivienda
28. Ensalada-variedad-verduras = Diversidad en crecimiento
29. Cocktail-frutas-mañana = Poción de conocimiento temprano
30. Frutas-frescas- diarias = Vida diaria a través de una paso
31. Pepino-largo-verde = Terreno entre cumbres
32. Aguacate-semilla- verde = Sitio natural de origen
33. Melón-agua-suave = Introducción a las costumbres
34. Papaya-larga-naranja-cascará = Protección cultura que crece
35. Piña-hojas-largas- acidez = Encuentro de diferencia cultura
36. Brócoli-árbol-pequeño = Bosque de vida en tradición
37. Plátano-largo-tesoro = Valor territorial en expansión
38. Durazno-dócil-semilla = Riqueza que enlaza la raíz
39. Ejote-verde = Terreno monumental que enseña
40. Zanahoria-naranja-dulce = Riqueza de tierra regional
41. Coco-exótico-fruta = Pedazo único cultural
42. Apio-hojas-verde = Frescura en un recorrido natural
43. Puré-mezcla = Mezcla en expansión tradicional
44. Tocino-carné- duro = Hombres de maíz bajo techo
45. Jamón-carné-sándwiches = Unión de horizontes
46. Pavo-celebración-cena = Noche bajo techo
47. Carne asada-quemado-tostado = Tierra que tuesta la tradición
48. Fresa-jugo-semilla = Desunión de encuentro
49. Naranja-textura-cascara = Envolviendo el sabor tradicional
50. Limón-acido-acidez = Extremo de territorio regional

51. Semilla-espacio-natural-origen=Riqueza cultural en un espacio natural
52. Camarón- pez- mar = Grandeza de tierra bajo la unión
53. Crema-acompañamiento = Pureza cultura en el sitio
54. Sopa-caliente-cuchara = Ardiendo tradición en una porción
55. Caldo – tradición- comida = Comiendo el sabor cultural
56. Queso-fresco-capaz = Capaz Frescas de cultura
57. Chile-pica-arder = Explosión de tradiciones
58. Aderezo- acompañamiento- especial = Especie cultura en expansión
59. Pimienta- condimento- = Tierra en grano cultural
60. Empanada-sorpresa-rellena = Terreno que expresa la imagen
61. Churro-relleno-tradición-feria = Relleno cultural que crece

Frases conceptuales (visualización):

1. Cultura que derrama conocimiento
2. Porción de tierra que trasmite
3. Unión que pega el origen
4. Crecimiento bajo techo cultural
5. Cumbre en el horizonte
6. Enterrando tradición en el paso
7. Trago en la cultura
8. Origen natural de vida
9. Acompañamiento a una dimensión cultural
10. Momento de monumento cultural
11. Tierra de vida fresca
12. Circuito de visita cultural
13. Día de trascurso cultural
14. Momento de vida bajo techo

15. Tapa de capsula de vida
16. Región de paso cultural
17. Expansión de cultura en circuito
18. Lazos que enreda la cultura
19. Porción de región cultural
20. Espacio de costumbre
21. Trabajo de mañana
22. Lugar en tiempo del sabio
23. Tesoro de la costumbre regional
24. Diversidad de texturas culturales
25. Contacto con la raíz regional
26. Tierra que enlaza la región
27. Raza en la vivienda
28. Diversidad en crecimiento
29. Poción de conocimiento temprano
30. Vida diaria a través de una paso
31. Terreno entre cumbres
32. Sitio natural de origen
33. Protección cultura que crece
34. Encuentro de diferencia cultura
35. Bosque de vida en tradición
36. Valor territorial en expansión
37. Riqueza que enlaza la raíz
38. Terreno monumental que enseña
39. Riqueza de tierra regional
40. Pedazo único cultural
41. Frescura en un recorrido natural
42. Mezcla en expansión tradicional
43. Hombres de maíz bajo techo
45. Noche bajo techo
46. Tierra que tuesta la tradición
47. Desunión de encuentro
48. Envolviendo el sabor tradicional
49. Extremo de territorio regional
50. Conjunto regional en un lugar
51. Riqueza cultural en un espacio natural
52. Grandeza de tierra bajo la unión
53. Pureza cultura en el sitio
54. Ardiendo tradición en una porción
55. Comiendo el sabor cultural
56. Frescas de cultura
57. Explosión de tradiciones
58. Especie cultura en expansión
59. Tierra en grano cultural
60. Terreno que expresa la imagen
61. Relleno cultural que crece

Aunque no todas las frases conceptuales resultan concepto se dejaron para poder se combinadas o tomar ideas.

Selección preliminar de frases conceptuales de visualización:

Crecimiento bajo techo cultural: crecimiento hace referencia al grupo objetivo al lograr tener acceso a Mayatenango. Se implementa bajo techo cultural ya que muestra la forma de vida a través de cada región.

Enterrando tradición en el paso: enterrando por la marca de una huella, el poder conocer y aprender a través del recorrido dentro del complejo.

Lazos que enreda la cultura: lazos ya que son las ataduras que nos amarran y enredan a la cultura logrando la identidad.

Encuentro de diferencia cultural: encuentro el cual es un punto donde se genera diversidad a través del grupo objetivo y se expande la cultura.

Hombres de maíz bajo techo: hombres de maíz debido a que reflejan la civilización maya y bajo techo ya que lograr transmitir lo dejado por los antepasados.

Riqueza que enlaza la raíz: muestra la diversidad a través de los colores y textura, y "enlaza la raíz" a la unión de la tradición y costumbres.

Riqueza cultural en un espacio natural: representa el valor que se encuentra en Mayatenango al ser un patrimonio tanto cultural como natural.

3. Ide+art:

Se implementó el proceso de "ide+art", concretando la imagen de un techo ya que es la forma que más identifica Mayatenango. Se implementará además el recurso de la música para estimular otro sentido y lograr conectar frases con mayor impacto visual.

1. Techo grande cultural
2. Techo desarrollado en tradiciones
3. Techo que cubre el origen
4. Techo que envuelve la cultura
5. Techo que expande a la generación
6. Techo que penetra la raíz
7. Techo alto de Mayas
8. Techo en la cima del imperio
9. Techo que estudia la historia
10. Techo que ayuda la expansión
11. Techo que conserva el origen
12. Techo que da vida a la tradición
13. Techo que crece en costumbres
14. Techo en acción al cambio
15. Armando un techo de vida
16. Techo de imperio de fuerza
17. Techo de los mayas en la región
18. Techo guatemalteco en la porción
19. Techo indígena que viste
20. Techo étnico que envuelve
21. Techo cultural que crece
22. Techo tradicional en relatos
23. Techo gigante del mapa
24. Grandeza de techo en la tradición
25. Techo en explosión cultural
26. Cultura en acción diaria
27. Cultura de paso
28. Cultura de paseo
29. Paseo por la cultura
30. Cultura que envuelve
31. Cultura que enlaza la raíz
32. Raíz de cultura en desarrollo
33. Raíz cuadrada en expansión
34. Área cultural de conocimiento
35. Cultura en el museo artístico
36. Arte cultura en crecimiento
37. Zona de diversidad cultural
38. Punto de encuentro cultural
39. Democracia cultural en el sitio
40. Tierra entre cumbres
41. Tierra en el recorrido al pasado
42. Galería cultura expuesta
43. Techo expuesto a la cultura
44. Impulso a la acción cultural
45. Grupo social en vida
46. Eje de cultura étnica
47. Conservación cultura nacional
48. Cultura de hoy en el espacio
49. Cultura natural situada
50. Cultura de leyendas
51. Cultura de fiestas enlazadas
52. Cociendo cultura tradicional
53. Unión de cultura que identifica
54. Cultura de hilo
55. Cultura de grado con fuerza
56. Cultura popular bajo techo
57. Cultura elementos populares
58. Vistiendo la cultura de raíz
59. Cultura que inspira el origen
60. Cultura en el habla tradicional

Selección preliminar de frases conceptuales de ideart:

Techo alto de mayas: enfatiza la altura del poder cultura que genera el complejo y mayas, dando la identidad de tradición y costumbres.

Armando un techo de vida: hace énfasis a la acción de armar, crear, crecer por medio de un techo que es el complejo y vida ya que es la cultura que torna vida a través de la tradición.

Techo étnico que envuelve: techo el cual se refiere a la finalidad del complejo, étnico ya que logra envolverlo a través de Mayatenango, envolviendo así al grupo objetivo.

Cultura que enlaza la raíz: la cultura se refleja a través de los colores y enlazando la raíz ya que es el origen de todas personas, logrando enlazar al grupo objetivo como el nuevo complejo Mayatenango.

Punto de encuentro cultural: punto intermedio que es Mayatenango de lograr expandir la cultura a través de "encuentro" entre el complejo y el contacto con la naturaleza.

Vistiendo la cultura de raíz: vistiendo lo cual describe amarrar y cubrir la tradición y costumbre lo que refleja la cultura a través de la unión entre las personas y Mayatenango.

Se generó un análisis bajo la selección de las principales frases obtenidas. Se combinó con algunos sinónimos otras se frases se unieron entre sí. Se buscaba un concepto que logrará reflejar el tema, grupo objetivo y el lugar.

1. Separando la mezcla cultural: énfasis a la metáfora entre la separación y mezcla, "separación es que esta distribuido por bloques el lugar" y mezcla por que tiene en fin cultura de la expandir Guatemala y su identidad.

2. Techo alto de mayas: describe la altura del poder cultura que genera el complejo y mayas ya que nos dan la identidad de tradición y costumbres.
3. Armando un techo de vida: da prioridad a la acción de armar, crear, crecer por medio de un techo que es el complejo y vida ya que es la cultura que torna vida a través de la tradición.
4. Techo étnico que envuelve: techo ya que hace énfasis a la finalidad del complejo, étnico ya que logra envolverlo a través de Mayatenango, envolviendo así al grupo objetivo.
5. Cultura que enlaza la raíz: la cultura se refleja a través de los colores y enlazando la raíz ya que es el origen de todas personas, logrando enlazar al grupo objetivo como el nuevo complejo Mayatenango.
6. Punto de encuentro cultural: punto intermedio que es Mayatenango de lograr expandir la cultura a través de "encuentro" entre el complejo y el grupo objetivo.
7. Vistiendo la cultura de raíz: vistiendo lo cual describe amarrar y cubrir la tradición y costumbre lo que refleja la cultura a través de la unión entre las personas y Mayatenango.
8. Enterrando tradición en el paso: enterrando por la marca de una huella, el poder conocer y aprender a través del recorrido dentro del complejo.
9. Lazos que enreda la cultura: lazos ya que son las ataduras que nos amarran y enredan a la cultura logrando la identidad.
10. Encuentro de diferencia cultural: encuentro ya que es un punto donde se genera diversidad a través del grupo objetivo y se expande la cultura.
11. Hombres de maíz bajo techo: hombres de maíz ya que reflejan la civilización maya y bajo techo ya que lograr transmitir lo dejado por los antepasados.

Proceso de conceptualización

12. Zona territorial bajo techo: hace énfasis a la zona territorial la temática de Mayatenango ya que es una zona por el recorrido territorial del país, "bajo techo" ya que muestra la cultura y como viven las personas en cada región.
13. Tejiendo la tradición: lograr generar una acción de atarse a la raíz y a la tradición.
14. Sitio que marca la cultura: un lugar que deja huella por su fin de promover la cultura y expenderla.
15. Poder cultura en tierra: por la potencia que genera la tierra de Mayatenango de expandir la cultura.
16. Tejido que viste la tradición: la unión de la temática en base al a comparación de que cada región y cada persona es un hilo y lograr vestir la tradición por medio de la cultura.
17. Riqueza cultural en un espacio natural: representa el valor que se encuentra en Mayatenango al ser un patrimonio tanto cultural como natural.
18. Crecimiento bajo techo cultural: crecimiento hace referencia al grupo objetivo al lograr tener acceso a Mayatenango que se define a través de bajo techo cultural ya que muestra la forma de vida a través de cada región.

7.1. Concepto Central:

Por medio del análisis de las diversas frases obtenidas en cada uno de los métodos utilizados, se seleccionó:

Riqueza cultural en un espacio natural

El concepto enfatiza la expansión de la diversidad de cultura en las regiones de Guatemala.

Riqueza: combina la diversidad y abundancia de sus cualidades como lo son las regiones, materiales, texturas, flores y fauna dentro del mismo lugar. Se representará a través de la forma en su tamaño y posición.

Espacio natural: contextualizando Mayatenango. Tierra ya que define el origen y la cultura de una área, también la distancia recorrida o tiempo transcurrido. El espacio se representará a por medio de la integración de todos los elementos bajo un "soporte o techo" para delimitar el espacio, además de acentuarlo con el color.

Cultura: transmite un modo de vida de una cultura, y cultiva el conocimiento. Identifica al grupo objetivo a mezclar la identidad de encontrar en un solo lugar una riqueza cultural y natural, los cuales son parte del patrimonio cultural que puede tener una persona. Cultura se reflejará a través de la reducción gráfica de simplificación adaptada por el grupo objetivo, el color y la variedad en los elementos gráficos de cada una de las piezas. Se implementará un recurso retórico "blanco", el cual consiste en suprimir un espacio para que visualmente el grupo objetivo pueda darle sentido descubriendo su significado.



Contenidos del material gráfico

Contenidos del material gráfico

8.1. Contenido del texto

1. Identidad gráfica (Isologotipo de Mayatenango)

2. Manual de Isologotipo

1. Índice

2. Introducción

3. Antecedentes de la empresa

4. Isotipo

- a) Trazo geométrico
- b) Logotipo (tipo de letra)
- c) Retícula de reproducción
- d) Áreas de respeto y tamaños de producción
- e) Usos correctos
- f) Usos incorrectos

5. Slogan

- a) Tipo de letra (proporción y ubicación)
- b) Usos correctos
- c) Usos incorrectos

6. **Pleca** : posición, grueso, tamaño y relación con isotipo.

7. **Tipografía Corporativa**: tipo de letra, estilo y aplicaciones.

8. **Tipografía secundaria**: tipo de letra, estilo y aplicaciones.

9. **Color**:

- a) Colores proceso
- b) Colores patone
- c) Escala de grises
- d) Usos correctos
- e) Usos incorrectos

3. Sistema de señales (señalización)

a) Directorio de entrada (orientadores). Mapa de ubicación

b) Señalización identificativos-direccionales

Áreas que se identifican:

- 1. Iglesia - Church
- 2. Temascal - Temascal
- 3. Tierras Bajas - Lowlands
- 4. Altiplano - Highlands
- 5. Región del Sur - South Region

c) Fichas de información (informativos)

- 1. Bienvenida
- 2. Altiplano
- 3. Tierras Bajas
- 4. Región del Sur

4. Material Informativo

Tiro:

- Isologotipo
- Mapa
- Dirección
- Correo electrónico
- Teléfono

Retiro:

- ¿Qué es Mayatenango?
- Tierras Bajas
- Región Sur
- Altiplano

Contenidos del material gráfico

8.2. Tabla de requisitos:

Elementos gráficos para guardar consistencia en material informativo, señalética, isologotipo y el manual:

Elemento de diseño	Función	Tecnología	Expresión
Retícula	Integración entre el texto e imagen	Retícula proporcional con ejes rectos.	Orden
Tipografía	Generar peso visual.	Tipografía tipo Sans Serif. Combinación de cajas altas y bajas. Con una separación de dos puntos.	Fuerza
Color	Apoyar el entorno del lugar y la identidad de la Azotea.	Colores planos 100% (CMYK) Colores tierra - integración del color corinto que identifica la Azotea.	Sensación natural Armonía Riqueza

Isologotipo:

Retícula	Integración entre el texto e imagen	Estructura proporcional entre columnas y filas con ejes rectos.	Expresar amplitud
Tipografía	Generar peso visual.	Tipografía tipo Serif Combinación de cajas altas y bajas. Con un interlineado de cuatro puntos.	Seguridad
Imagen	Punto focal	Simplificación de un techo, con el recurso retórico blanco.	Fuerza

Manual de Isologotipo:

Formato	Fácil manejo.	Parámetro entre 8" x 13"" con un espiral en la parte superior.	Durabilidad
Soporte	Crear integración con la imagen reflejada en el isologotipo.	Portada y contraportada de plástico con unas portadas internas de un papel de café. Las hojas del material laid natural de 90 gramos.	Integración Sensación natural

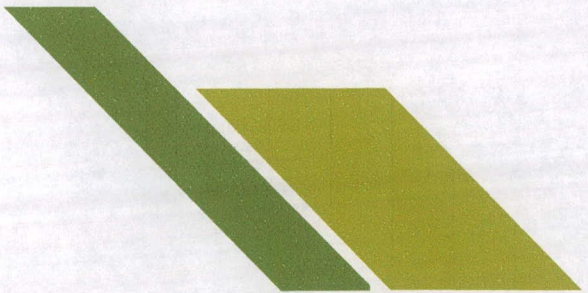
Contenidos del material gráfico

Sistema de señales (señalización):

Elemento de diseño	Función	Tecnología	Expresión
Formato	Práctico para manejar.	<i>Fichas informativas</i> parámetro entre 11" x 25" <i>Señales Identificadores</i> parámetro entre 12" x 18" <i>Directorio de entrada</i> parámetro entre 17" x 35"	Durabilidad
Soporte	Crear integración con el entorno.	Impresión en sticker con laminado mate, adosado a PVC. <i>Fichas informativas</i> : con un auto soporte de metal. <i>Señales identificadores</i> : con un auto soporte de hojalata. <i>Directorio de entrada</i> : con un soporte adosado a madera con tornillos.	Diversidad Unión con el entorno
Tipografía	Facilitar la lectura del mensaje.	Tipografía con rasgos Sans serif. Caja de texto entre 14-21 puntos. Para titulares entre 22-28 puntos, en relación al formato. Combinación de cajas altas y bajas.	Limpieza Legibilidad
Color	Apoyar el entorno del lugar y la identidad de la Azotea.	Colores planos. Manejo de un full color CMYK Color corinto corporativo de la Azotea.	Sensación natural Riqueza
Signos	Complementar la información del mensaje.	Simplificación de cada una de las fachadas, con el recurso retórico blanco.	Atención Unidad

Material informativo:

Formato	Fácil manejo y durabilidad.	Tamaño con un parámetro entre 8.5" x 11", con doblez, guillotinado. Tiro y retiro.	Variedad
Soporte	Crear integración con la imagen reflejada en el isologotipo.	Papel laid natural 90 gramos con una impresión CMYK.	Integración Sensación natural



Medios y formas de distribución



Medios y formas de distribución

9.1. Estrategia de implementación:

La estrategia de implementación se basa en el desarrollo de la identidad gráfica del nuevo complejo “Mayatenango” en del Centro Cultural la Azotea, se iniciará en diciembre, la introducción a través de la página de internet, y se apoyará al mismo tiempo con la señalización en el lugar. Se implementará las diversas piezas del sistema de señales (señalización).

1. Directorio de entrada

Isologotipo / Mapa de ubicación

2. Señalización identificadores

Se implementarán 10 señales, que identifican las cinco áreas.

3. Fichas informativas:

Se implementarán cada una de las fichas a un lado de cada una de las fachadas proporcionando detalle informativo de lo observado.

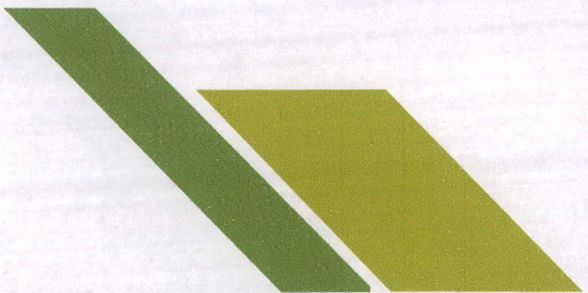
En la estrategia de implementación es necesario renovar el material en las piezas del sistema de señales (señalización), cada año si éste sufre algún daño para mantener la imagen de lugar en las mejores condiciones. El isologotipo se introducirá por medio de una presentación en una reunión que incluye un video del Centro Cultural la Azotea que ellos poseen. Se expondrá el objetivo de la importancia de la creación de la identidad gráfica y cómo deben proyectarla al grupo objetivo por lo cual es presentada a la junta directiva y como el personal que trabaja en el lugar. El manual será entregado a Oscar Ramos como responsable del manejo de la imagen.

El material informativo estará en la entrada principal del Centro Cultural la Azotea, donde la persona encargada brindará a cada persona que visite Mayatenango, para poder complementar la información, se iniciará con un tiraje de 20,000 ejemplares del material informativo.

Medios y formas de distribución

9.2. Descripción de cada pieza:

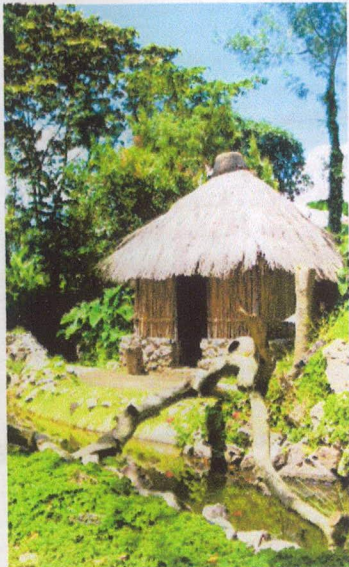
Pieza	Medio		Distribución		
Propósito	Medio	Carácter	Responsable	Duración	Lugar
Manual de Isologotipo Guardar los parámetros de uso y aplicaciones del isologotipo.	Impreso	Identidad gráfica	Sr. Samuel Franco	Se utilizará hasta que se requiera algún rediseño.	Mayatenango Centro Cultural la Azotea, su aplicación dentro del área así como las piezas que requieran la imagen.
Sistema de señales (señalización) para lograr orientar y ubicar al grupo objetivo de Mayatenango	Impreso	Señalización	Sr. Oscar Ramos	1 año y se renovará en el caso de maltrato de algunas piezas.	Mayatenango Centro Cultural la Azotea dentro del complejo en la entrada así como en la ruta de lugar.
Material informativo para complementar la visita con algunos datos de Mayatenango.	Impreso	Informativo	Sr. Oscar Ramos	Será brindado el primera año de Mayatenango.	Entrada del Centro Cultural la Azotea al pagar la entrada.



Bocetaje y propuesta preliminar



Bocetaje y propuesta preliminar

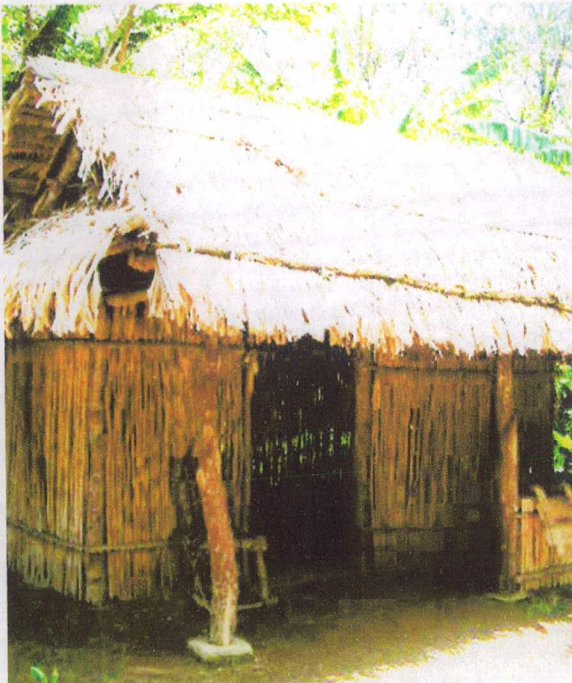


El bocetaje inicia bajo el concepto de "riqueza cultural en un espacio natural". En esta etapa se generó una serie de fotografías para tener una adaptación de la forma y las dimensiones, con el fin de reflejar una imagen que demuestre la personalidad de "Mayatenango" a través sus características arquitectónicas y su entorno.

Se observó que el común denominador es el *techo*, en las diversas construcciones, pero cada una de ellas son diversas por los materiales y el modo de vida de cada región.

Bocetaje y propuesta preliminar

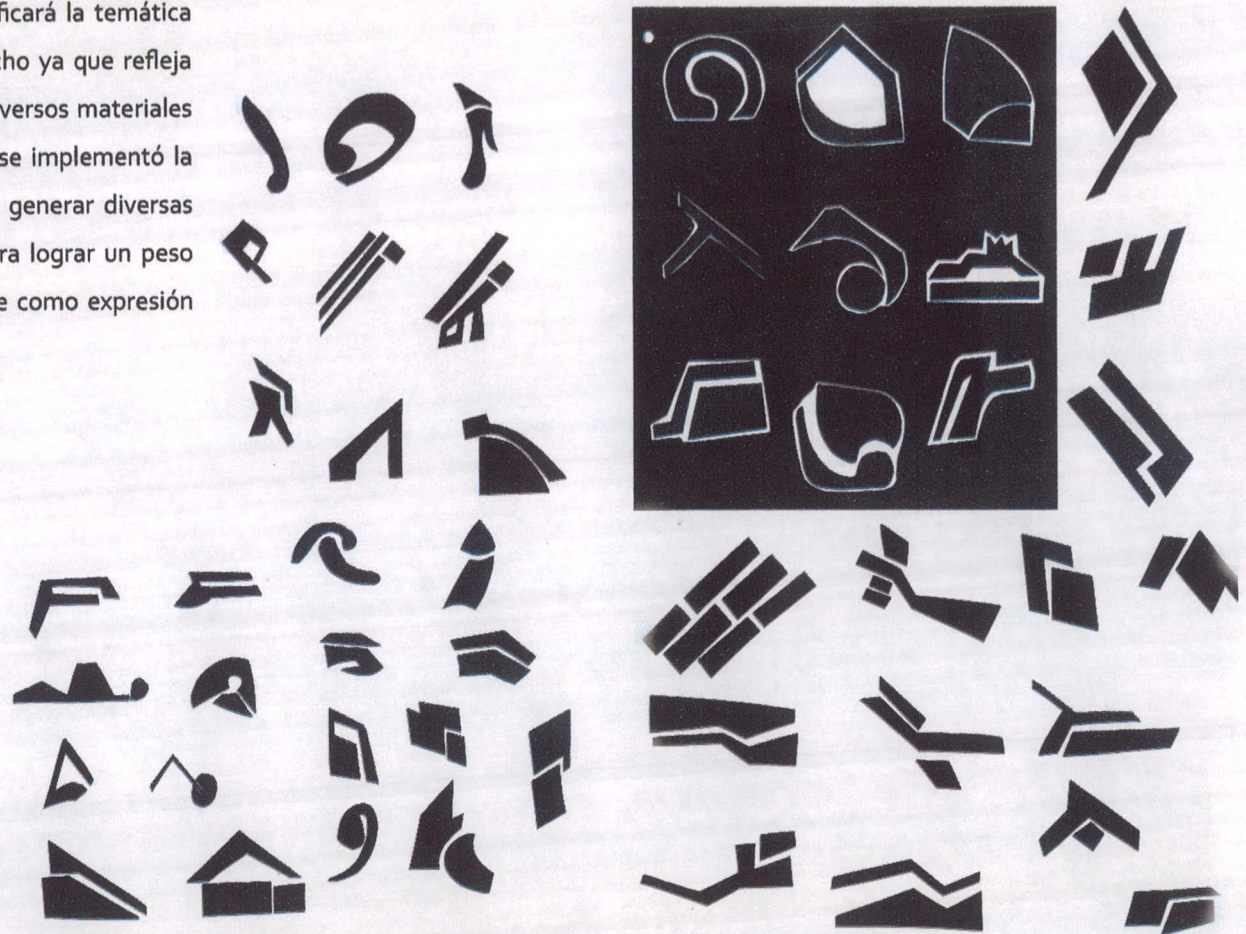
Con respecto a cada fachada se observó su estructura para delimitar espacios e identificar las principales áreas además de conocer el proceso de interacción en el lugar. Se observó que las ardillas son muy características del lugar por lo que se busca una referencia para poder integrarlo como elemento representativo.



Bocetaje y propuesta preliminar

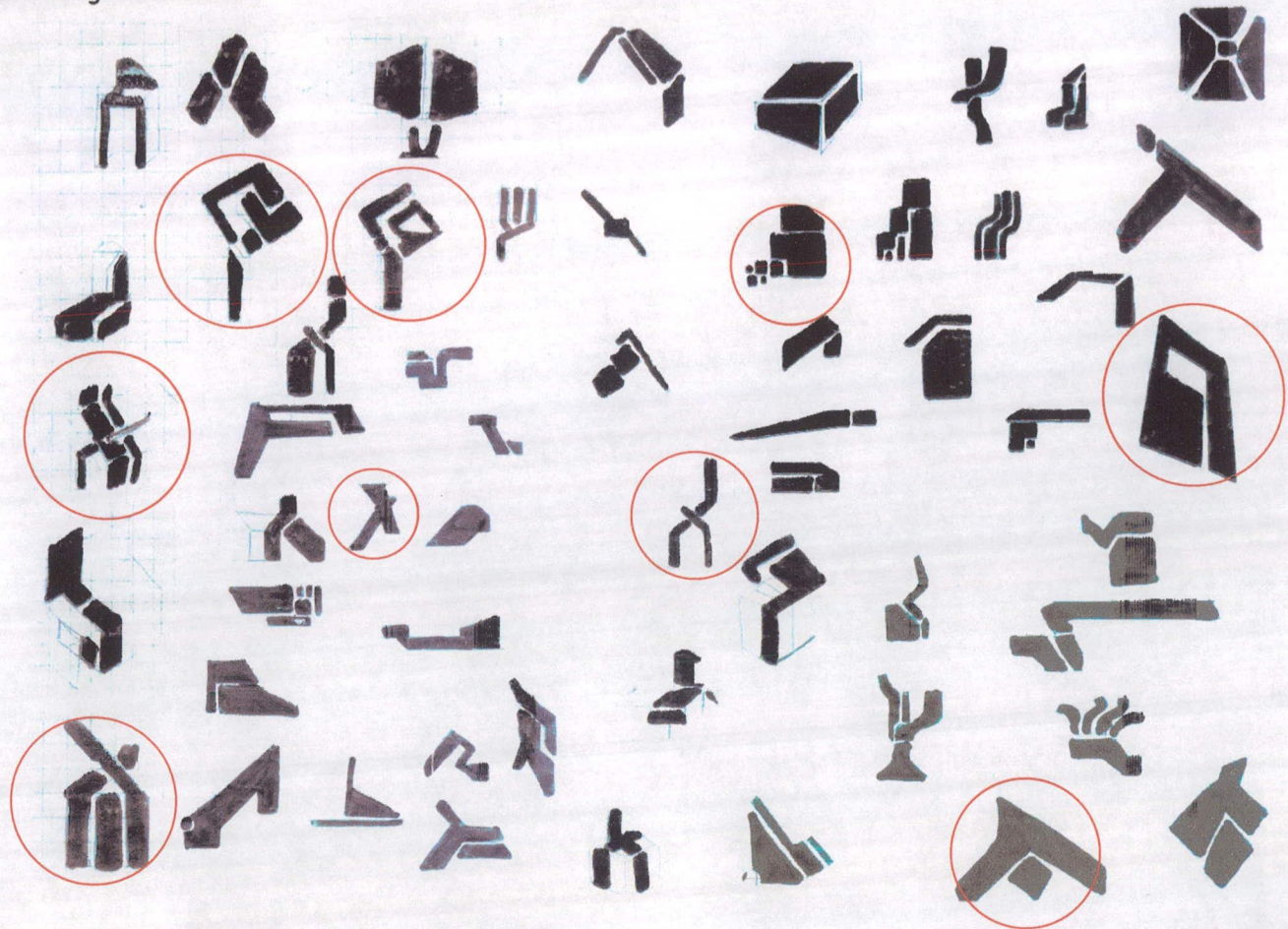
Isotipo:

Se buscó un elemento que identificará la temática y el entorno. Se tomó como forma el techo ya que refleja por su forma irregular la riqueza de los diversos materiales reflejando así el concepto. Por otro lado se implementó la técnica de corte y pegado, con el fin de generar diversas formas con el uso de cartulina negra, para lograr un peso visual de contraste ya que el isotipo tiene como expresión lograr fuerza en la tabla de requisitos.

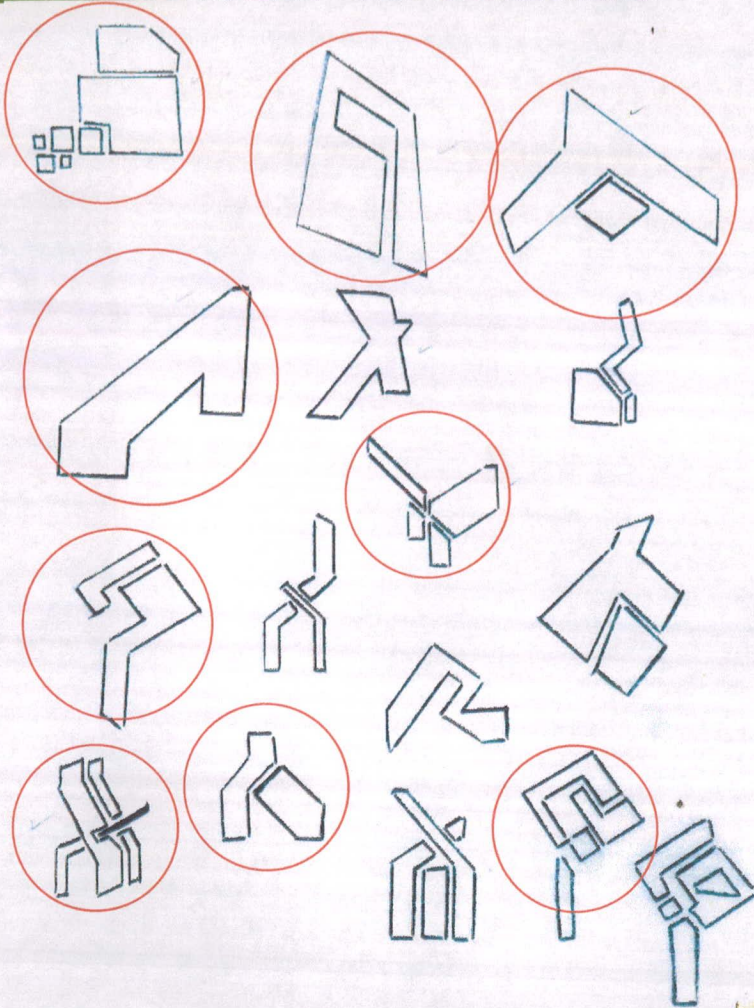


Bocetaje y propuesta preliminar

Al mismo tiempo se consideró utilizar la técnica de marcador para lograr una aplicación con mayor definición en los bordes. Se circularan con rojo, ciertas formas que logran interés y atracción por su estructura. Con el objetivo de tener una preselección para integrar con el texto.



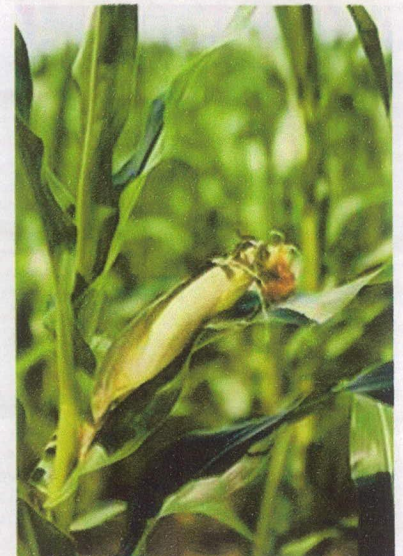
Bocetaje y propuesta preliminar



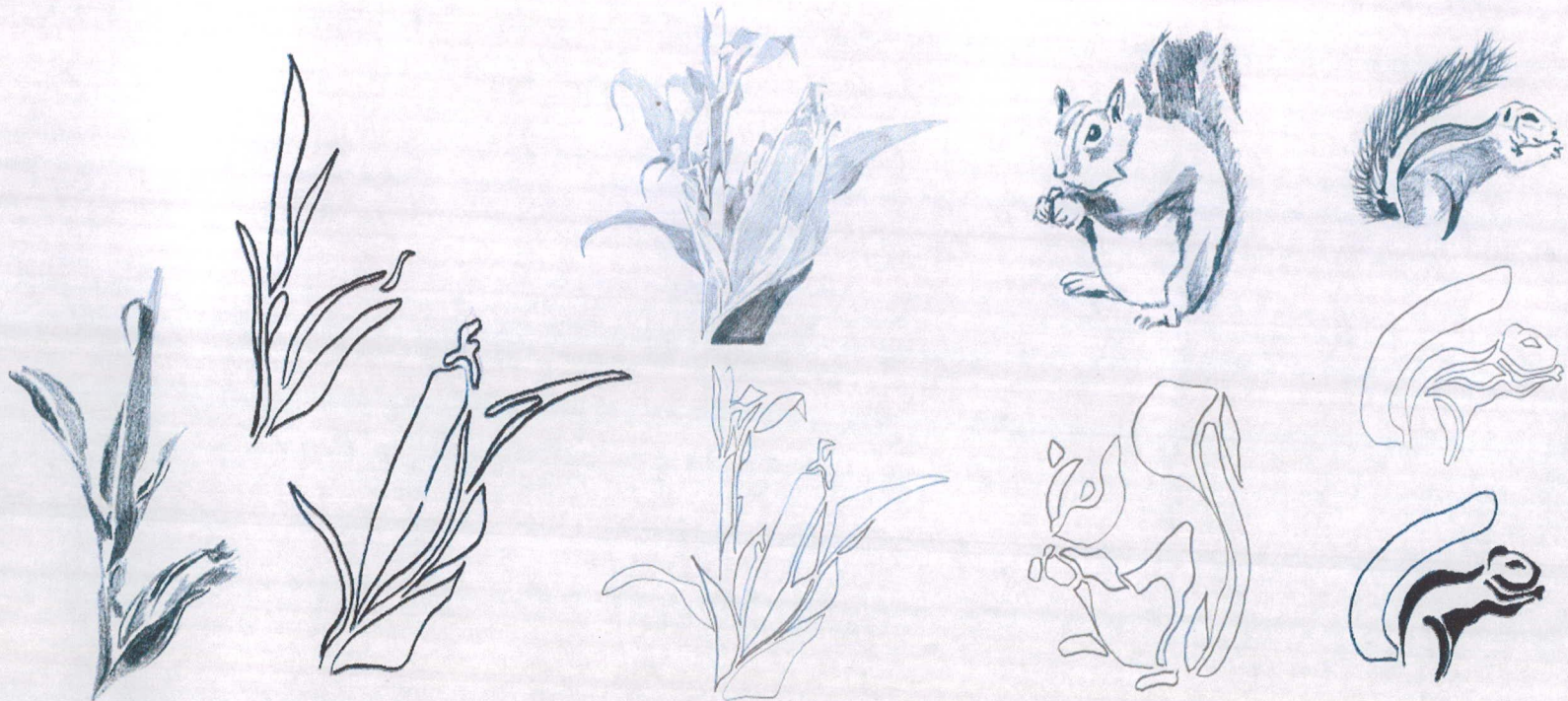
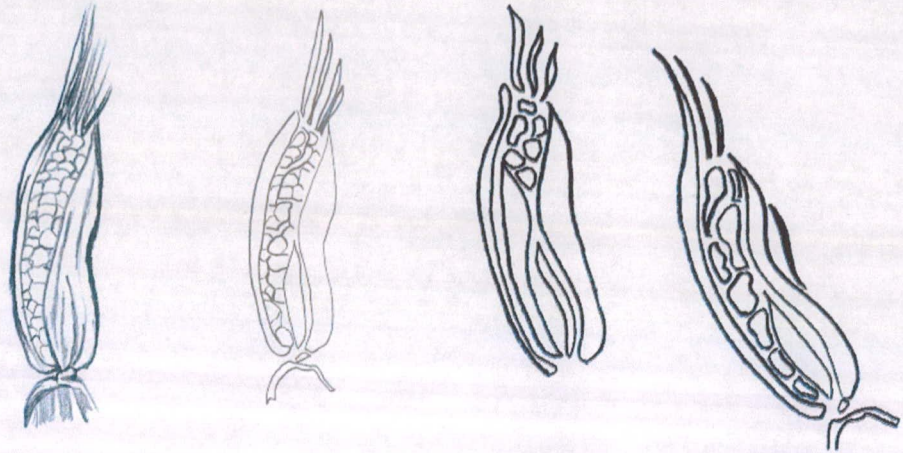
En esta etapa sólo se definió con técnica de lápiz los bordes de cada elemento, para determinar los trazos gruesos y delgados del isotipo tomando los circulados como preselección.

Por otra parte se inicia una etapa alterna para integrar elementos como maíz y una ardilla. Se hizo referencia a la ardilla que es un animal característico del lugar. El maíz, define culturalmente al apoyar "Mayateanango" que son los mayas hombres de maíz.

Se buscan referencias para poder iniciar el proceso de simplificación.



En esta opción se aplicó un proceso de reducción gráfica de simplificación, para poder integrar tanto el maíz como la ardilla.

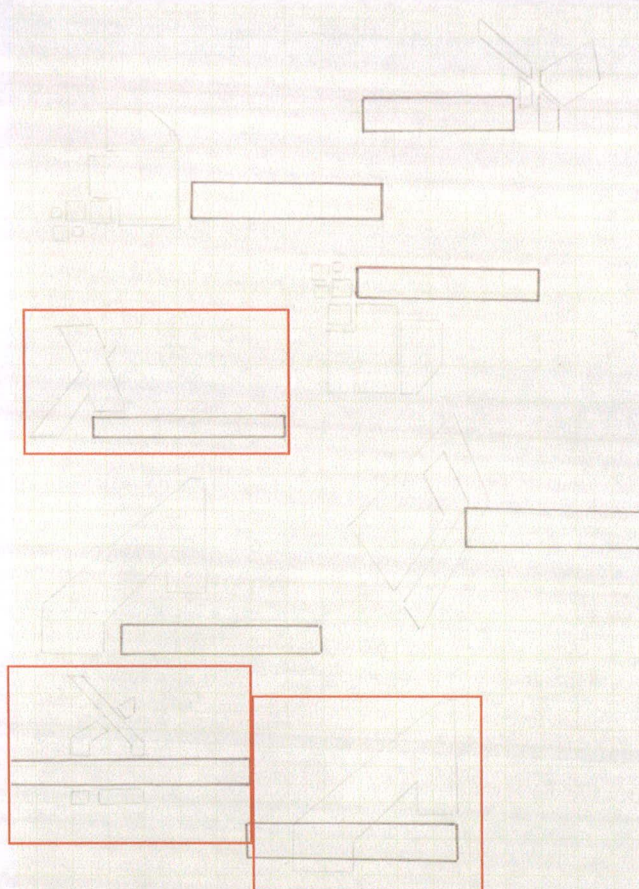


Bocetaje y propuesta preliminar

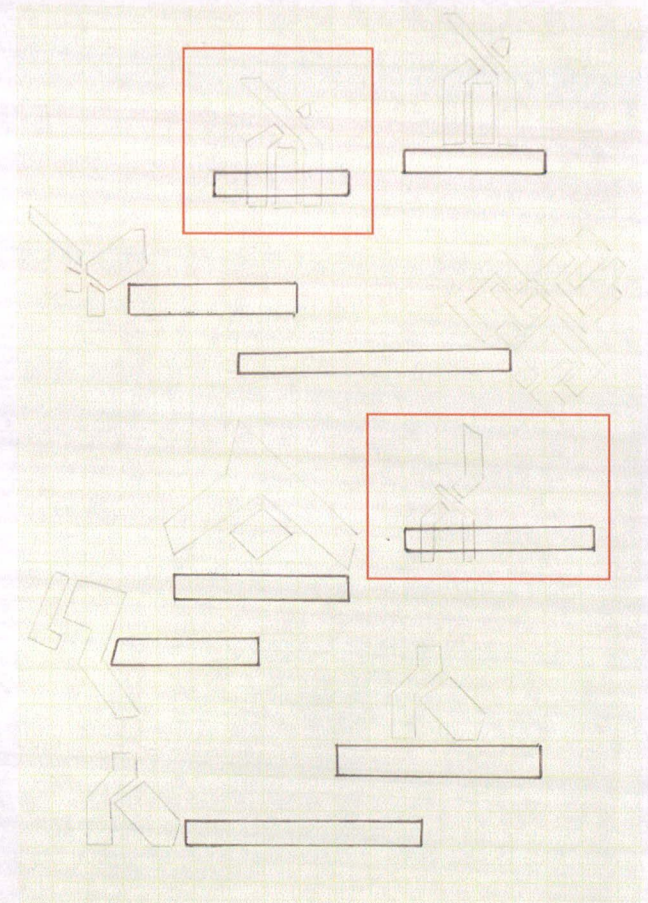
Retícula

La retícula se inició de una estructura proporcional marcado por los ejes horizontales y verticales, se maneja diversas pruebas lograr esa unión entre el texto e isotipo.

Considerando la preselección de forma se maneja la posición y dirección del texto para enfatizar en su expresión de generar amplitud.



* Las opciones marcadas en rojo fueron las preliminares para integrar texto.



Bocetaje y propuesta preliminar

Tipografía

En la tipografía se planteó la utilización de cajas altas y bajas para lograr una expresión de fuerza. En el logotipo se requiere destacar un peso visual intermedio que se integre con el isotipo. Se maneja una separación 2 puntos para logra legibilidad y evitar confusión. Aunque se busca implementar una tipografía serif, también se consideran algunas sans serif para integrar las terminaciones, ya que se desea generar fuerza como lo son las seleccionadas en rojo.

Paleta de tipografía para logotipo:

Mayatenango

Kozuka Gothic Pro

Mayatenango

Tunga

Mayatenango

Trebuchet MS

Mayatenango

Verdana

Mayatenango

Vrinda

Mayatenango

Teen

Mayatenango

Shruti

Mayatenango

Sylfaen

Mayatenango

MoolBoran

Mayatenango

Ubahn-Light

Mayatenango

Segoe UL Symbol

Mayatenango

Arial

Mayatenango

Corbel

Mayatenango

Vani

Mayatenango

Mongolian Baiti

Mayatenango

Berlin Sans FB

En esta etapa se logró unir la tipografía con las retículas seleccionadas para tener una mejor visualización de la dirección, proporción y posición de cada elemento.

Mayatenango

Mayatenango

Mayatenango

Mayatenango

MAYATENANGO

MAYATENANGO

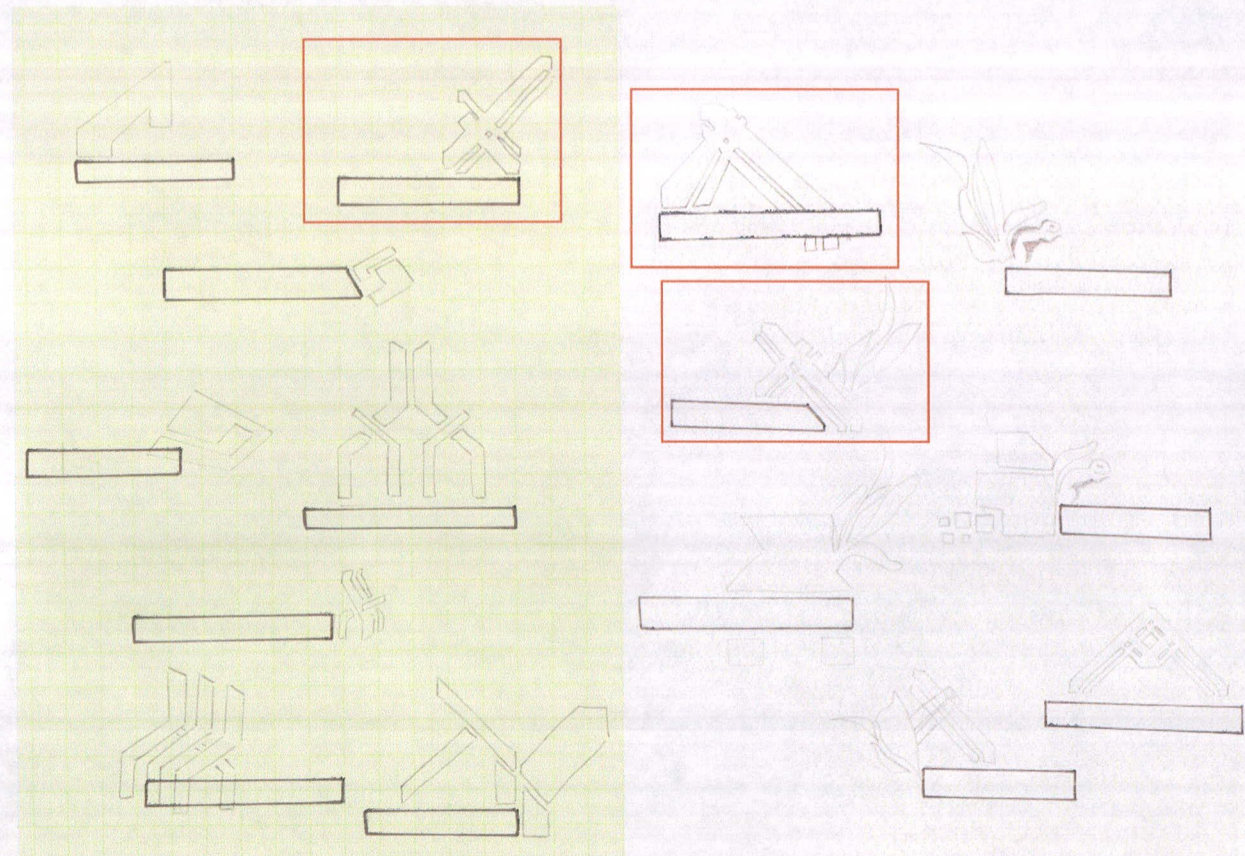
Mayatenango

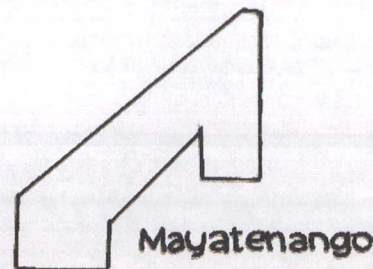
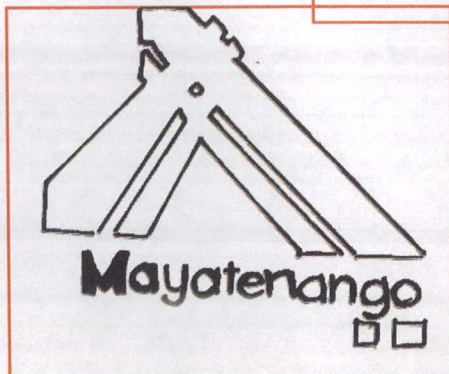
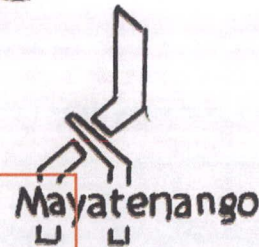
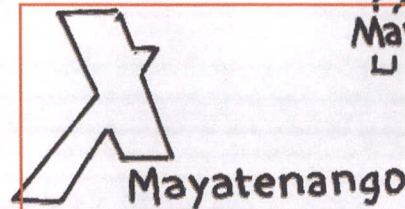
Mayatenango

Bocetaje y propuesta preliminar

En esta etapa se generó una selección de tipos de retícula que logren generar mayor unión entre el texto e isotipo. Se combinaron algunas formas de isotipo para crear mayor interés.

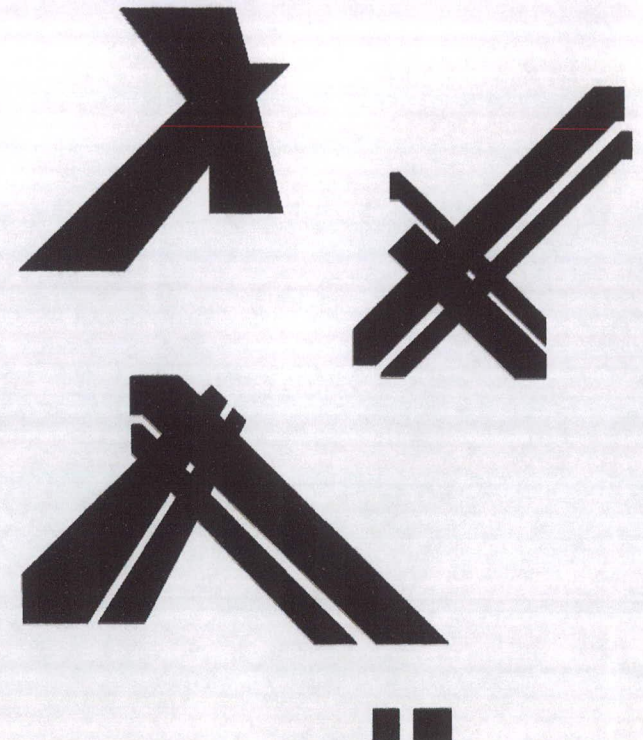
Las opciones marcadas en cuadro rojo fueron las preliminares para iniciar la adaptación de las diversas propuestas, las demás fueron rechazadas ya que no genera esa unión y ese peso visual buscado para el isologotipo.





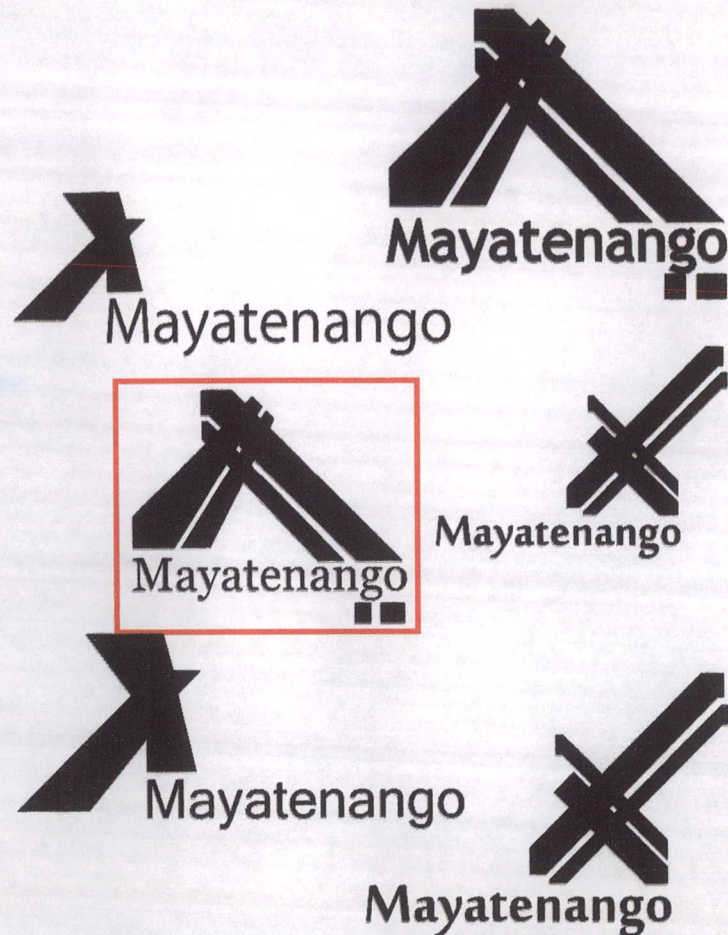
Se parte a digitalizar los isotipos seleccionados en color rojo, para poder determinar con mayor precisión la tipografía a seleccionar.

La selección se llevó por medio de su calidad gráfica genérica que se adapta al grupo objetivo además que logra enfatizar la suficiencia la cual es el parámetro de error por defecto o error por exceso. Las otras propuestas fueron descartas de acuerdo a que no logran reflejar tanto la expresión como la funcionalidad de identidad que requiere Mayatenango.



Bocetaje y propuesta preliminar

En esta etapa inicia la integración del isotipo de la selección preliminar de la tipografía, donde se genera diversas propuestas tanto en forma como tamaños.



Considerando que se llevó a cabo la selección preliminar del isotipo, el cual es el marcado con un cuadro rojo. Debido a que logra reflejar el "techo" que caracteriza el lugar, además que demuestra la diversidad por las formas irregulares. Se integra con los textos seleccionados, sin embargo que se puntualiza el inferior ya que logra expresar esa amplitud.

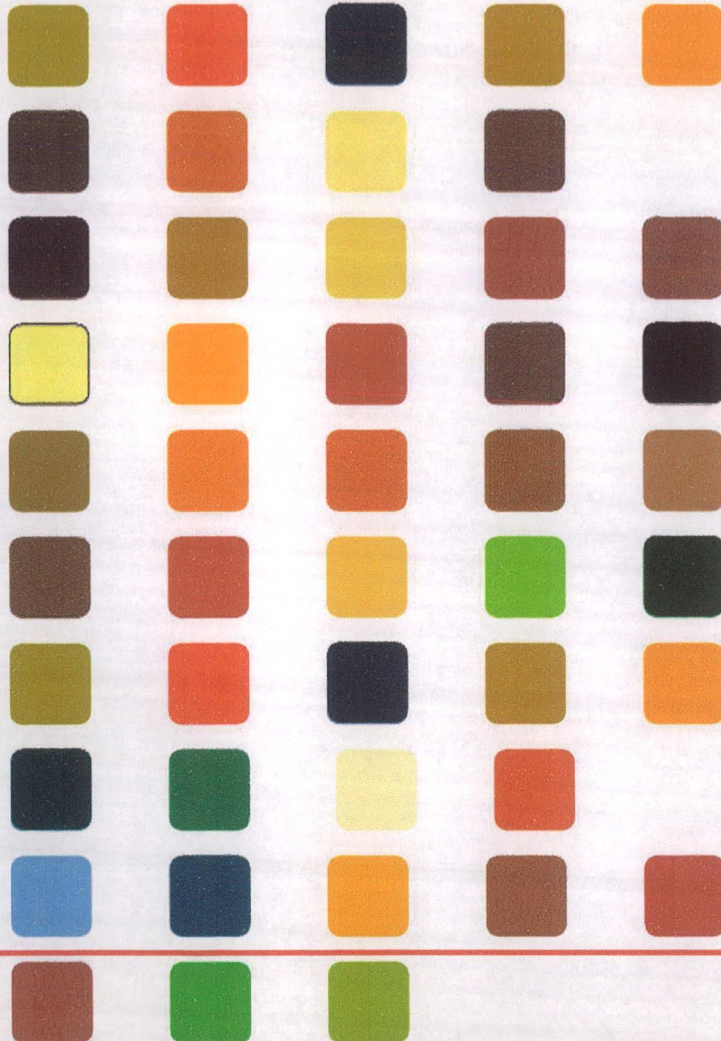
Bocetaje y propuesta preliminar

Paleta de color:

Se integró a esta etapa el manejo de colores planos, para determinar cuál de ellos, logra reflejar el concepto. Se aplican 3 colores para observar su conexión en el isotipo y texto.

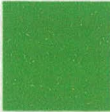


Bocetaje y propuesta preliminar



La paleta de color fue determinada por medio de la expresión de naturalidad y reforzar la identidad por medio del corinto utilizada por el Centro Cultural la Azotea. En la parte izquierda se maneja la combinación de colores de forma horizontal

La paleta seleccionada es la siguiente:

 C = 39 M = 0 Y=96 K=57
R = 84 G= 111 B=27
Pantone 575C

 C =10 M = 0 Y=72 K=57
R = 122 G= 125 B=55
Pantone 582C

 C =0 M = 90 Y=95 K=57
R = 127 G= 26 B=2
Pantone 485C

Se determinó dicha paleta porque su combinación de tres colores visualmente integra el entorno, temática y personifica lo que "Mayatenango" quiere expresar al grupo objetivo.

Bocetaje y propuesta preliminar

Pruebas de color digital
integrando los tres colores
representativos para
Mayatenango.



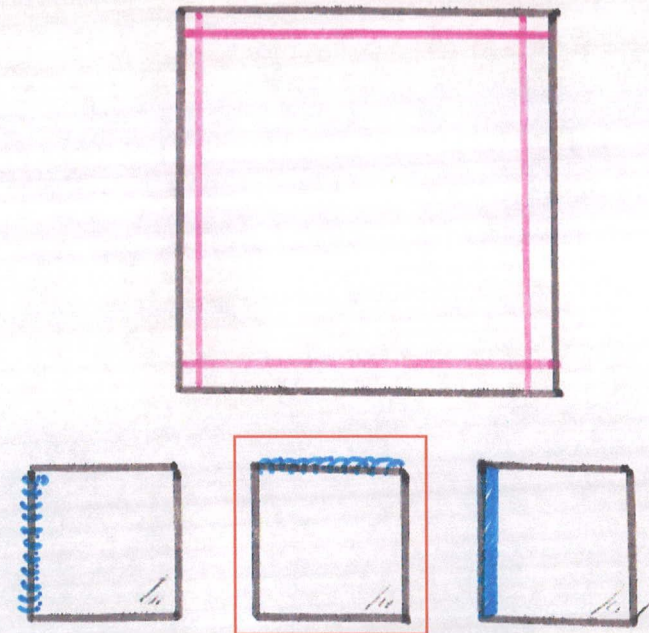
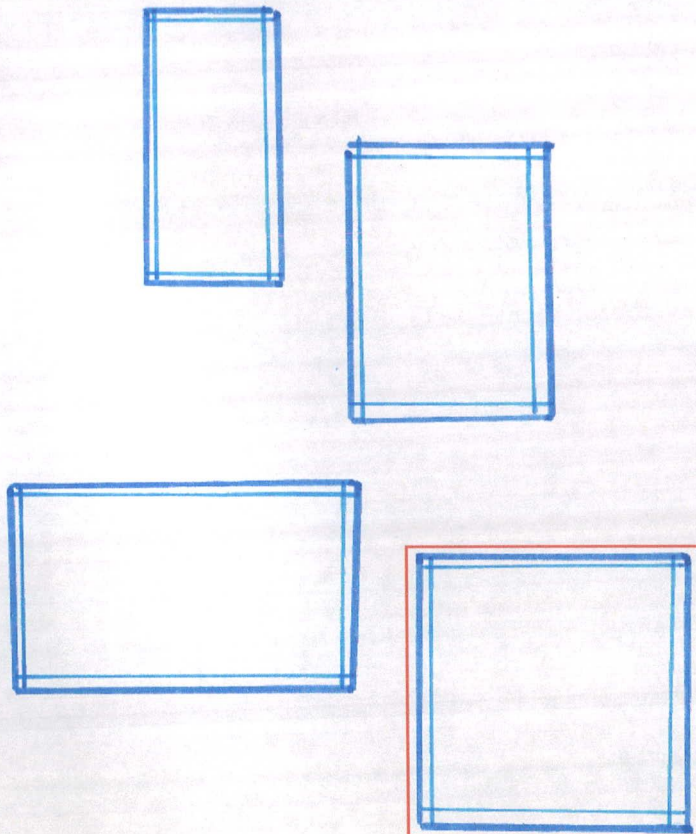
Isologotipo final:



Bocetaje y propuesta preliminar

Manual de isologotipo

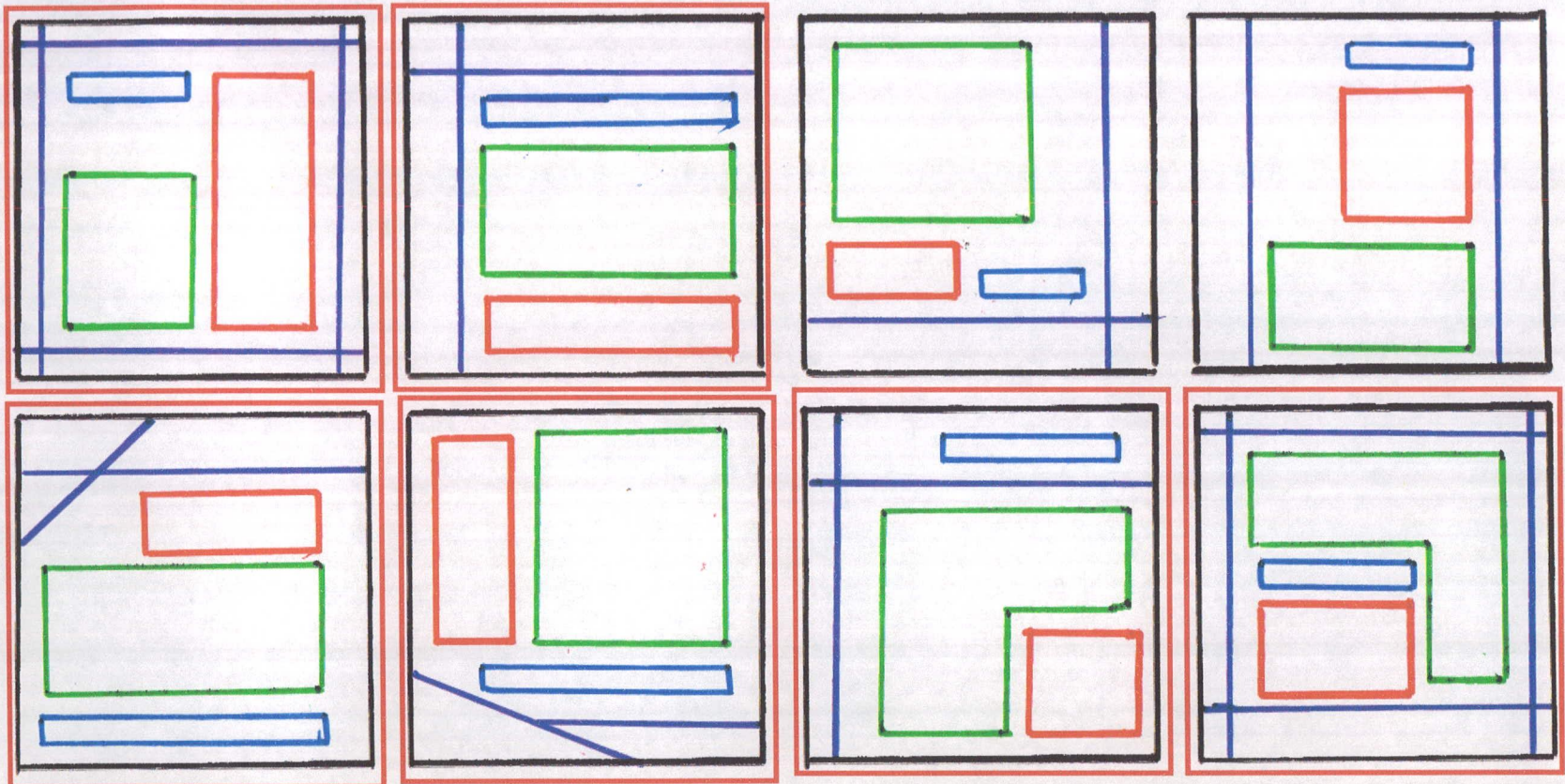
Con respecto al manual del isologotipo se determina un formato que guardar las proporciones para destacar tanto su formato como el fácil manejo. Se inició con la implementación de las variaciones en relación al tamaño y la orientación del mismo.



El formato seleccionado fue elegido debido a que guarda relación con reflejar un "espacio" proporcional con el espiral en la parte superior para ser funcional en el momento de implementarlo.

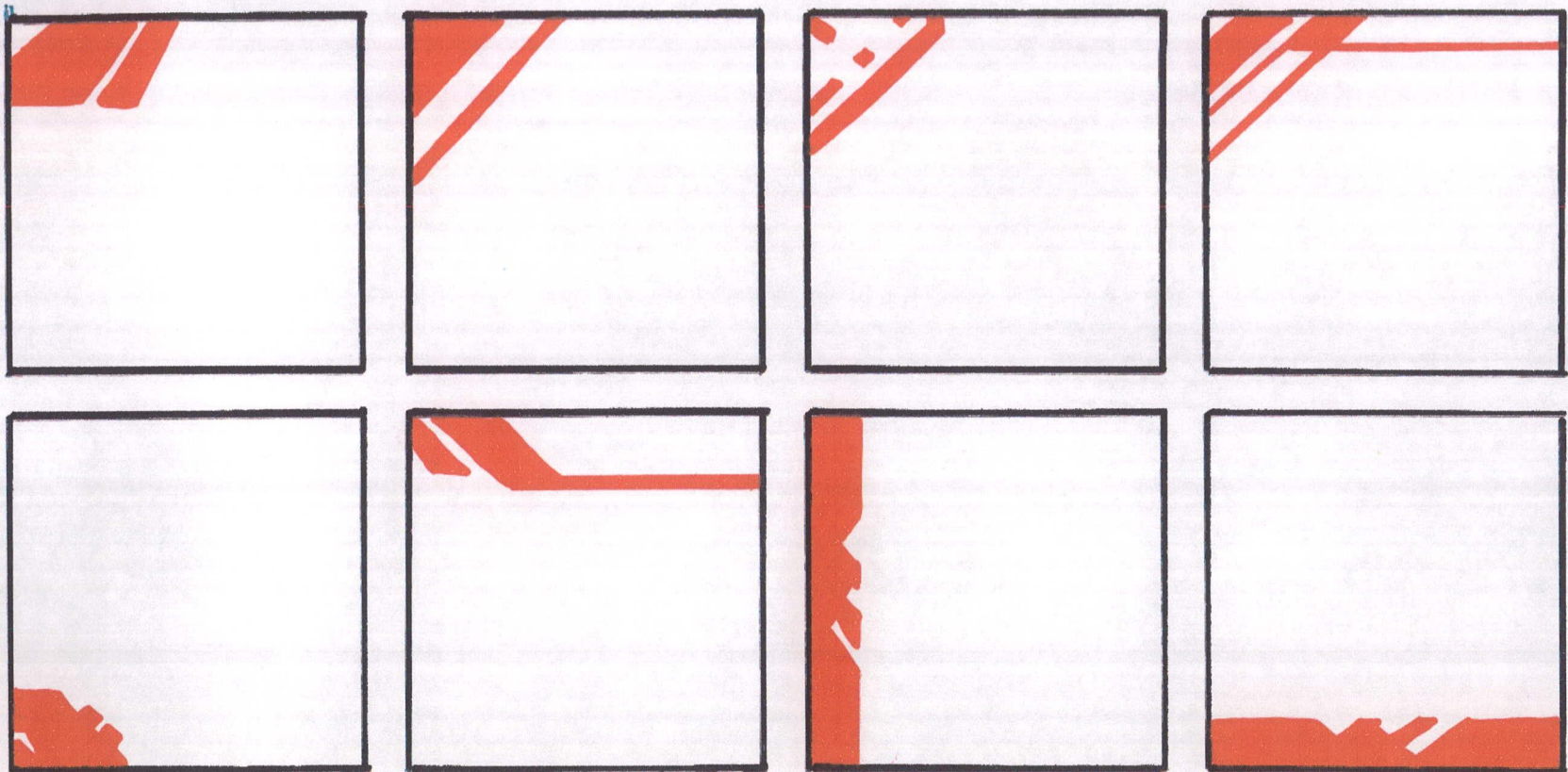
Bocetaje y propuesta preliminar

Se parte a integrar el área de la representación gráfico de como se aplicará el isotipo marcado por el color verde, el titular en azul y en rojo la explicación puntual de lo que representa la imagen. Se lleva a cabo una selección preliminar, con énfasis en guardar el orden a través de su jerarquía visual requerida para el manual.



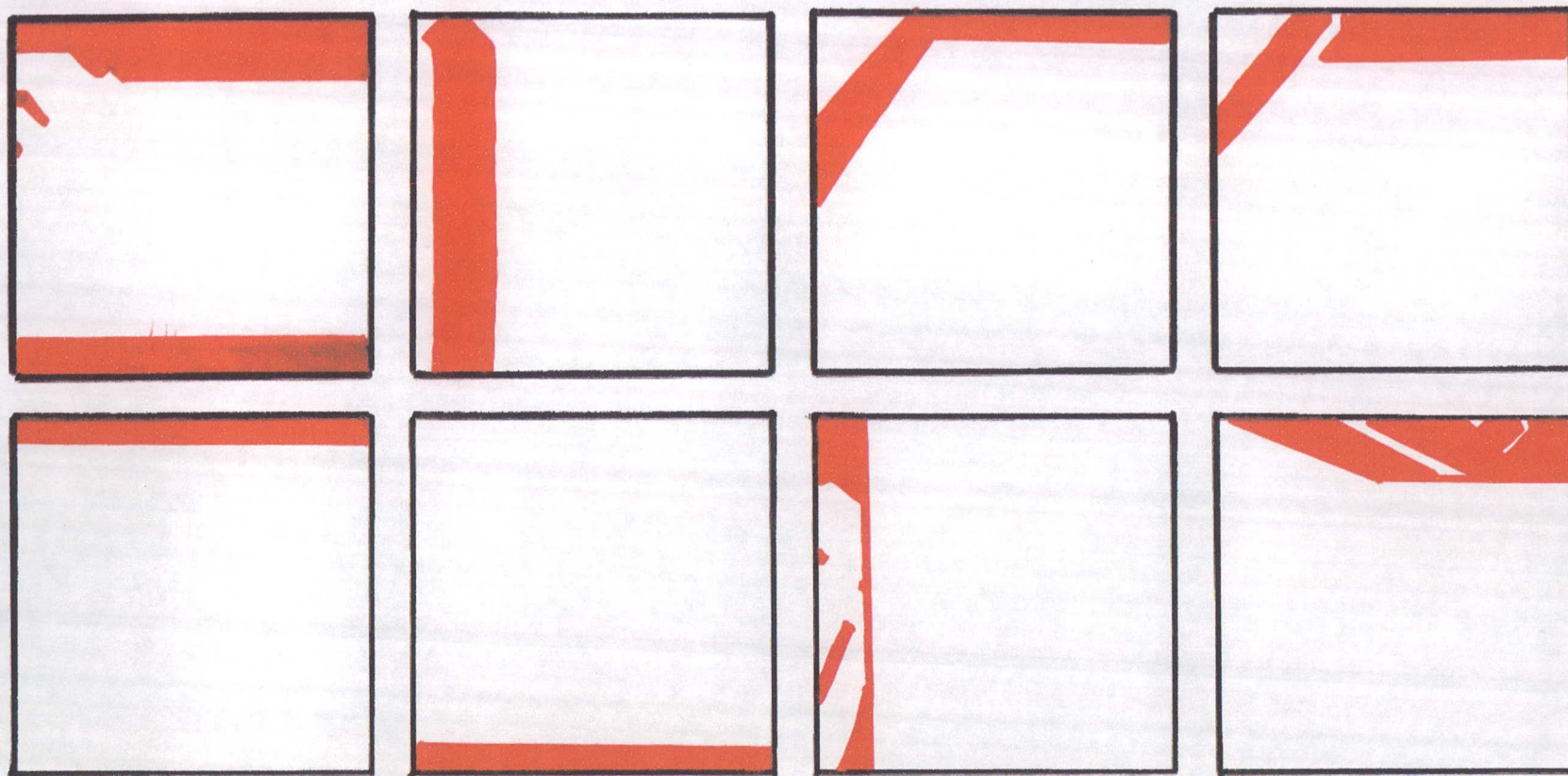
Bocetaje y propuesta preliminar

Se posiciona en diversas formas y direcciones el isotipo para determinar como elemento gráfico de apoyo en las páginas internas del manual, considerando la retícula preliminar seleccionada para no obstruir visualmente con el texto e imagen de la explicación.



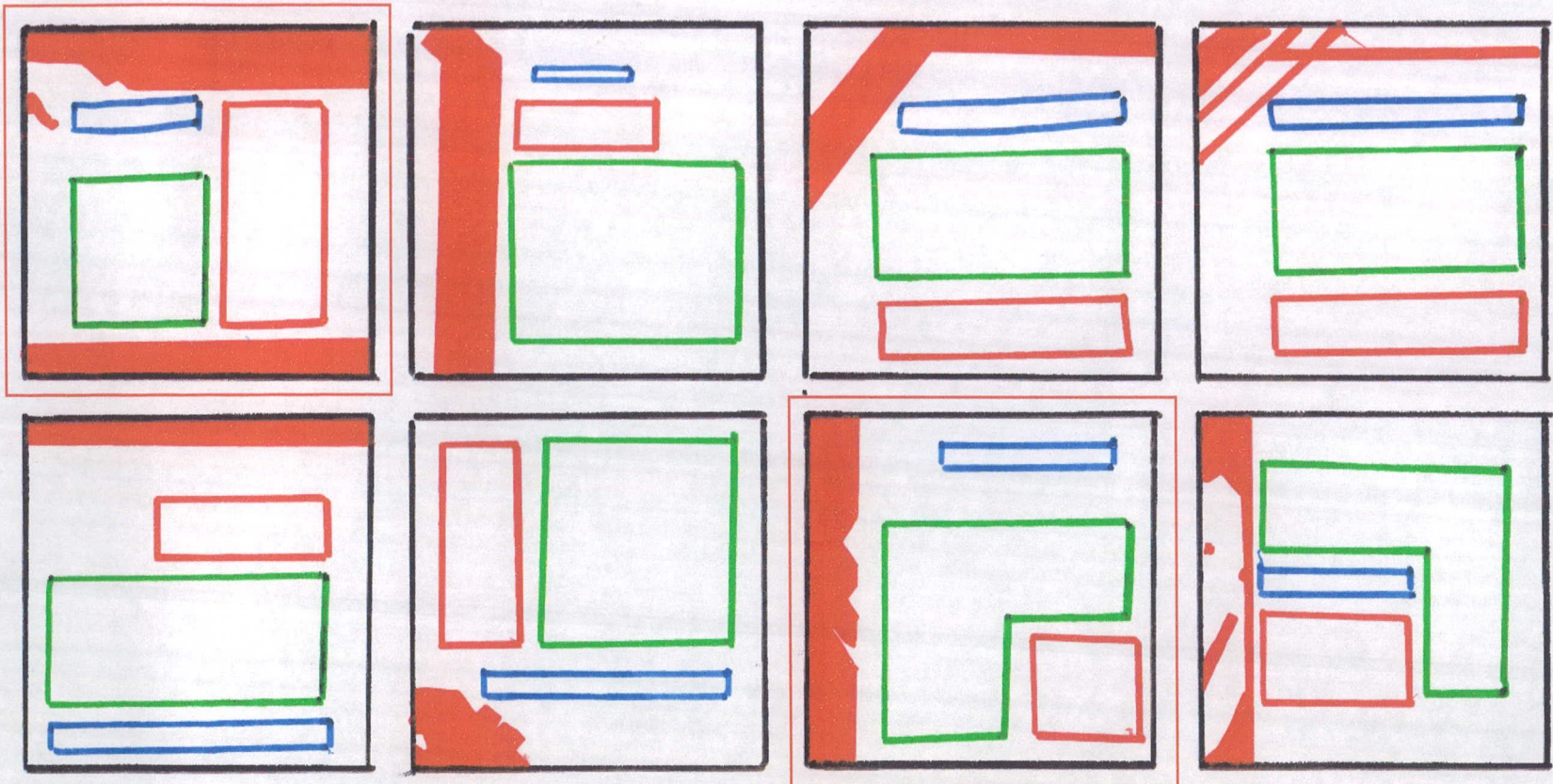
Bocetaje y propuesta preliminar

En esta etapa se sigue explorando la dirección, forma y posición del elemento gráfico que logre reflejar esa consistencia del isotipo reflejado en el manual.



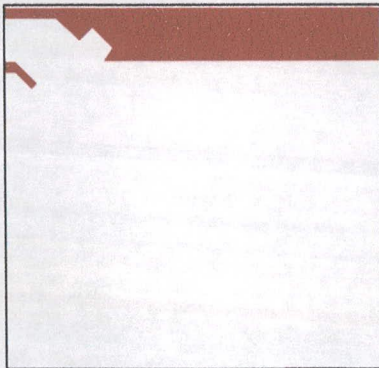
Bocetaje y propuesta preliminar

Se implementó la retícula preliminar seleccionada para integrarlo con el elemento de apoyo de las páginas internas. Visualizando el orden y equilibrio, teniendo así dos propuestas preliminares que logran adaptarse y reflejar el isotipo en su manual.



Bocetaje y propuesta preliminar

Se digitalizan las dos propuestas para poder visualizar el área, implementando así el cuerpo de texto y los titulares.



Tipografía secundaria

Se determina una paleta de tipografía sans serif para poder lograr énfasis sobre la imagen, ya que el texto complementa la información de la aplicación del isologotipo.

Mayatenango

Advent Pro

Mayatenango

Tw Cen MT Condensed Extra

Mayatenango

Ubahn

Mayatenango

GemFont One

Mayatenango

Folks-Light

Mayatenango

Florima

Mayatenango

Estrangelo Edessa

Mayatenango

Eras Light ITC

Mayatenango

Century Gothic

Mayatenango

Tunga

Mayatenango

Futurist Fixed-width

Mayatenango

Latha

Mayatenango

Mangal

mayatenango

Faucet

Mayatenango

Agency FB

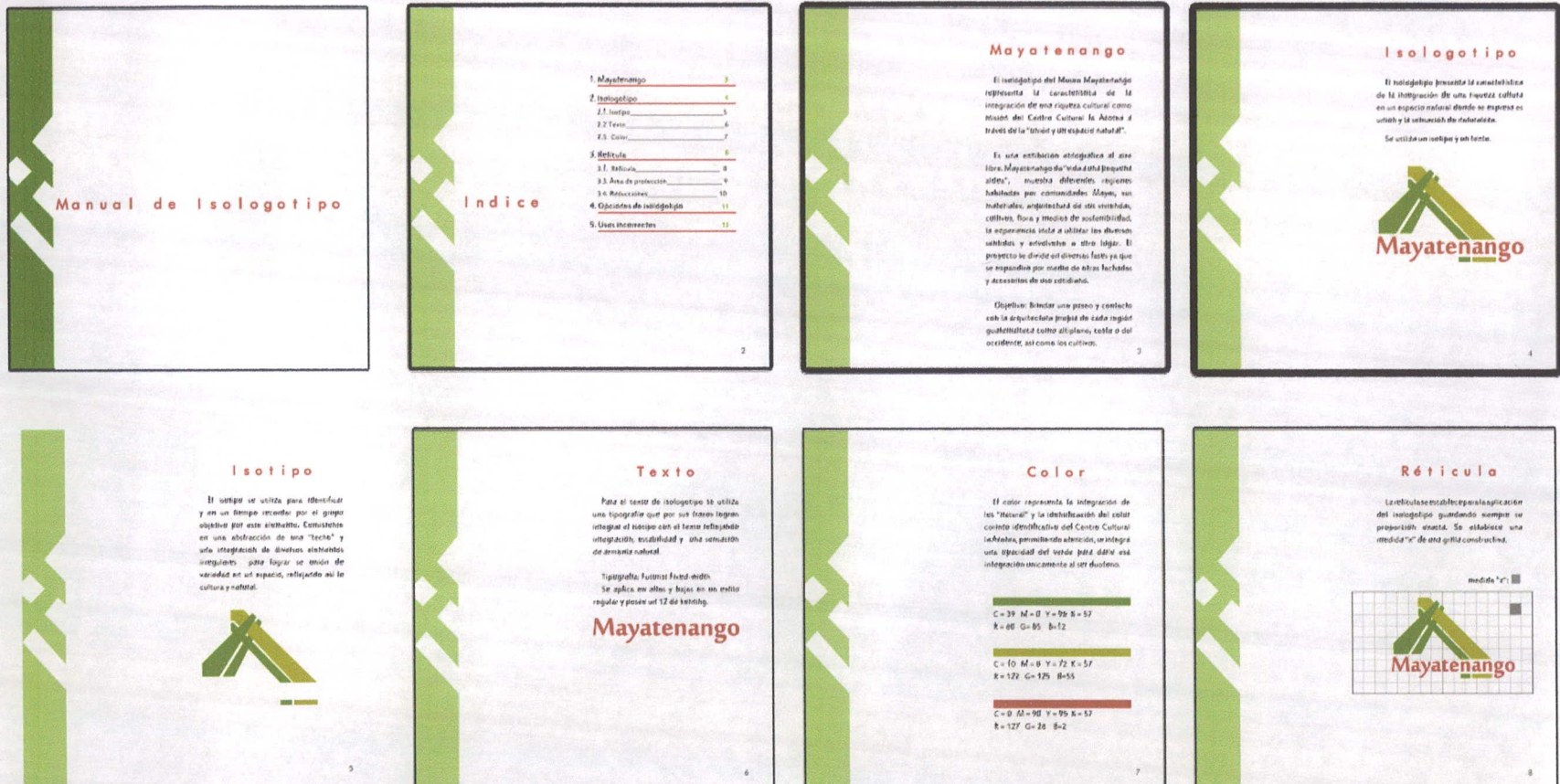
Mayatenango

Calibri

Se seleccionó la opción en rojo, ya que la tipografía *Futurist Fixed-width* logra con su kerning una ampliación que apoya el concepto además que de ser claro y directo. Para el cuerpo de texto se selecciona *Estrangelo Edessa* debido a sus rasgos tipográficos logra una legibilidad efectiva para el material.

Bocetaje y propuesta preliminar

Propuesta final de las páginas internas del manual del isotipo, con la integración de los parámetros de aplicación del isologotipo.



Bocetaje y propuesta preliminar

Signos indentificadores:

En esta etapa se inicia el proceso para lograr los signos identificadores para cada área de Mayatenango. Que tiene como función el complementar información y generar la expresión de atención. Se determinó la simplificación bajo el uso retórico *blanco* por las características del desarrollo perceptivo del grupo objetivo.

Las áreas a identificar son:

1. Temascal
2. Altiplano
3. Iglesia
4. Región del Sur
5. Tierras Bajas

Se inicia con tomar fotografías de las fachadas, para determinar las proporciones, tamaños, formas, texturas, y ubicación

1.



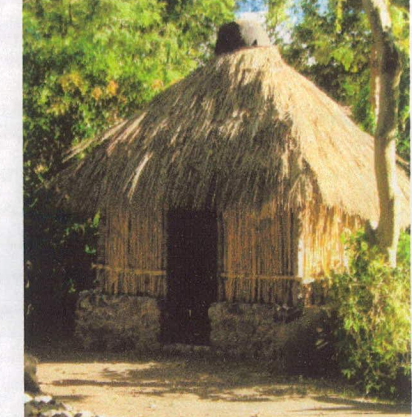
2.



3.



4.



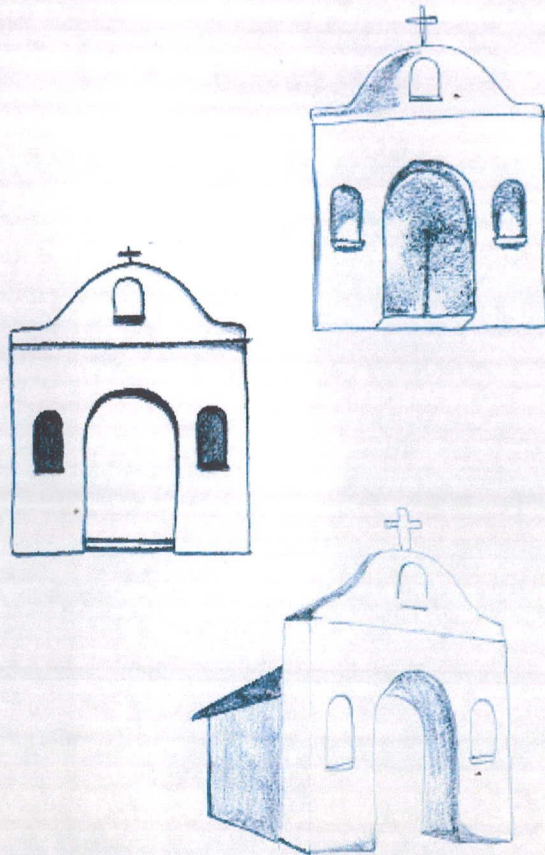
5.



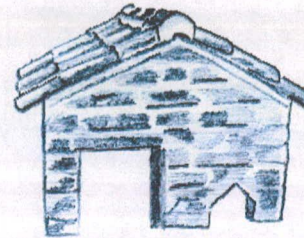
Bocetaje y propuesta preliminar

En esta opción se utilizó la técnica de lápiz a través de pintar las áreas de los signos para determinar la posición de la fachada, para generar el mayor contraste y dar jerarquía para tener una simplificación efectiva.

Iglesia:



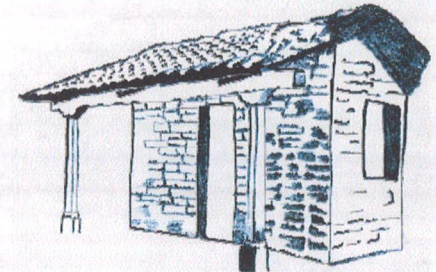
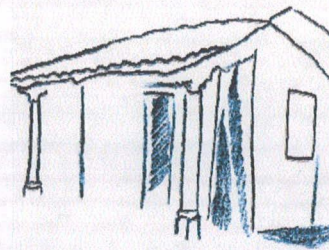
Temascal:



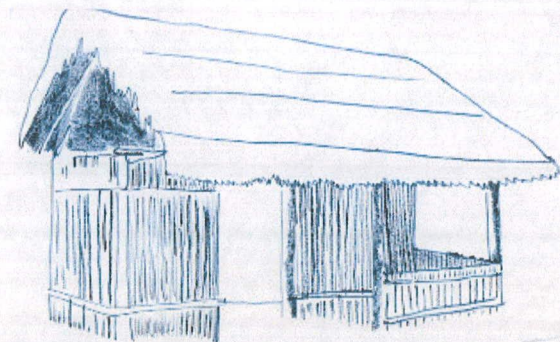
1



Tierras Bajas:



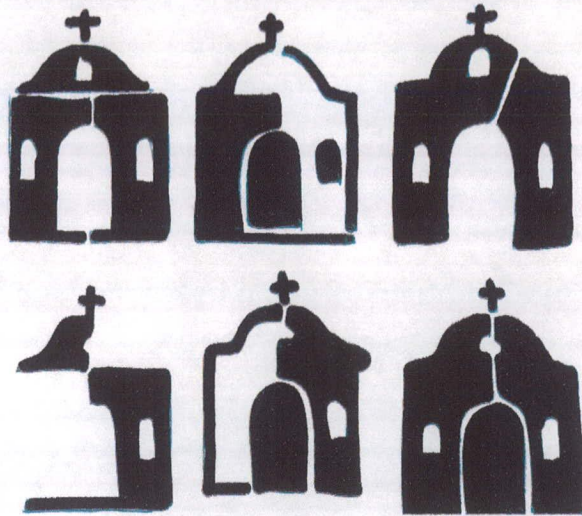
Altiplano:



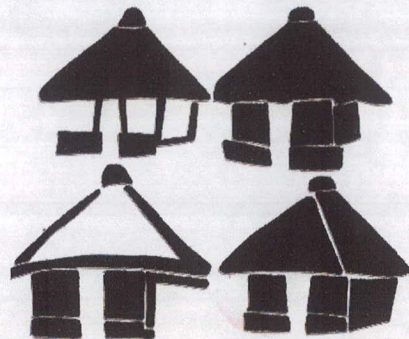
Bocetaje y propuesta preliminar

Se implementó la técnica de marcador para observar su complejidad gráfica y el peso visual a través del contraste

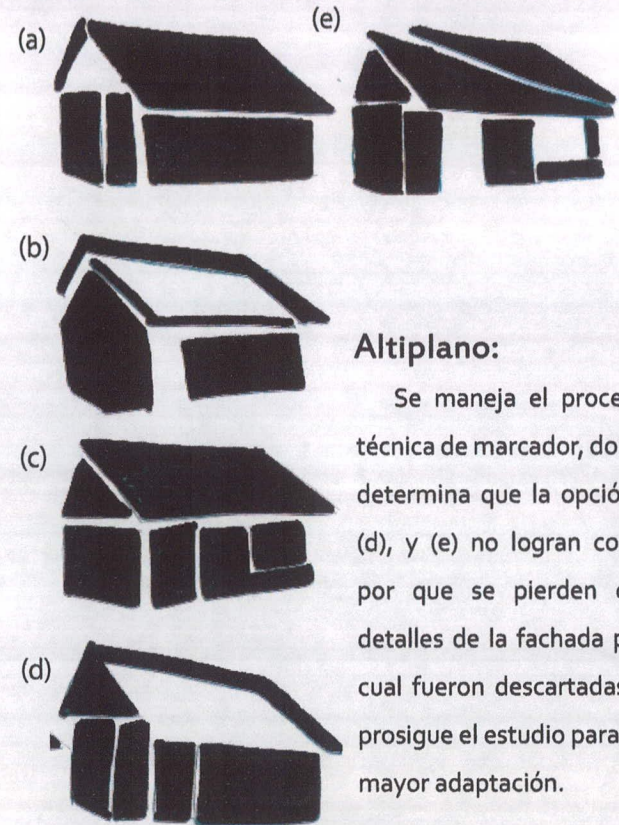
Iglesia:



Región del sur:



Temascal:



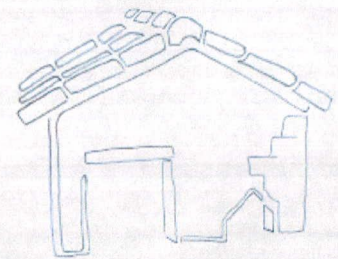
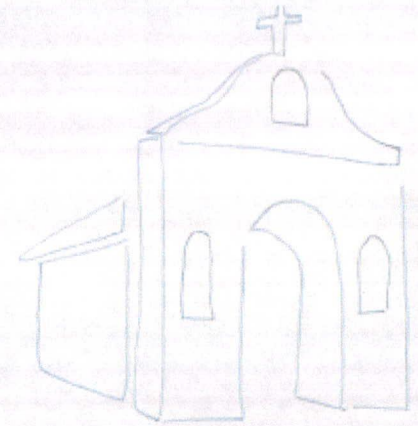
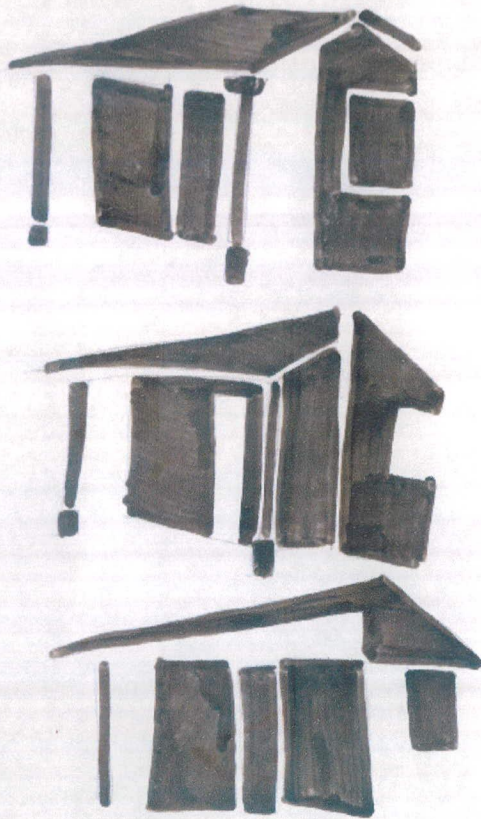
Altiplano:

Se maneja el proceso de técnica de marcador, donde se determina que la opción (c), (d), y (e) no logran conectar por que se pierden ciertos detalles de la fachada por los cual fueron descartadas, y se prosigue el estudio para lograr mayor adaptación.

Bocetaje y propuesta preliminar

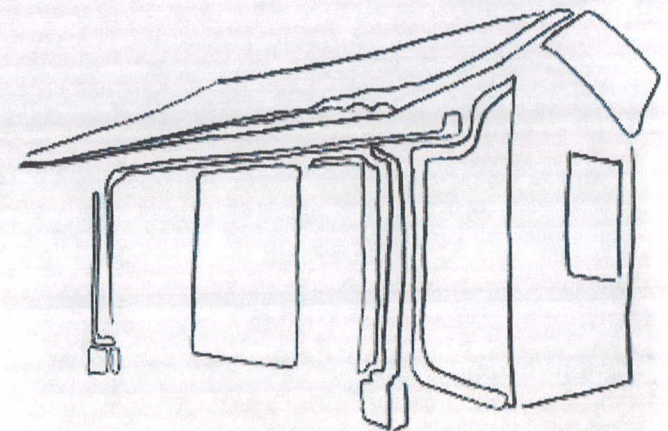
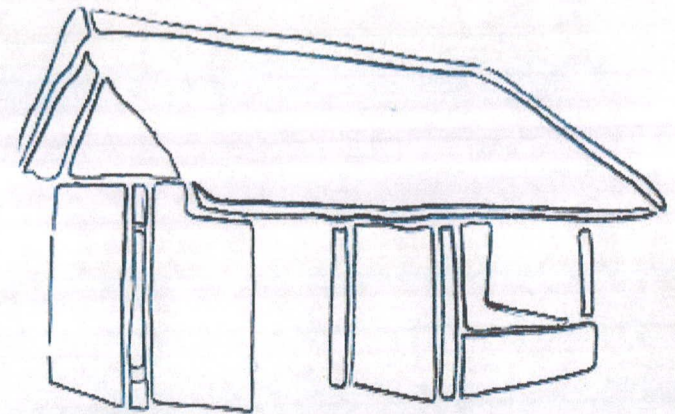
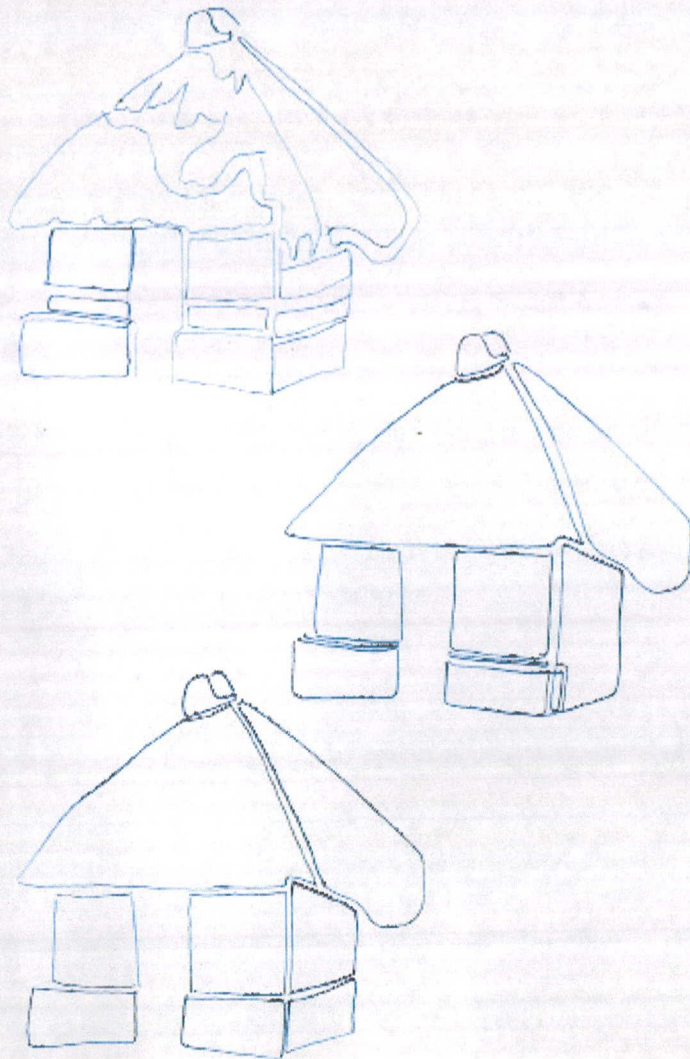
Tierras bajas:

En esta opción se retoma la técnica a lápiz para generar mayor énfasis en los planos de las fachadas así como la posición y dimensión.



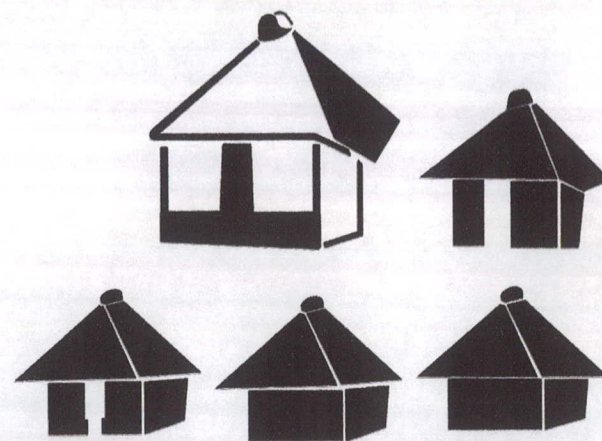
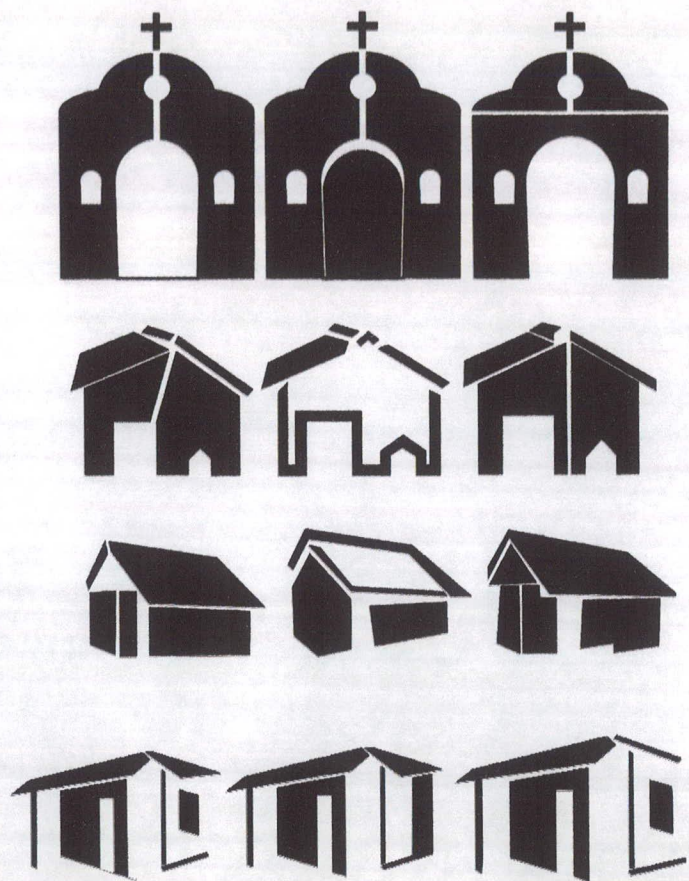
Bocetaje y propuesta preliminar

Se continúa el proceso de la técnica anterior con las demás fachadas.



Bocetaje y propuesta preliminar

Se inicia con la digitalización de cada uno de los signos para determinar su calidad gráfica.



Bocetaje y propuesta preliminar

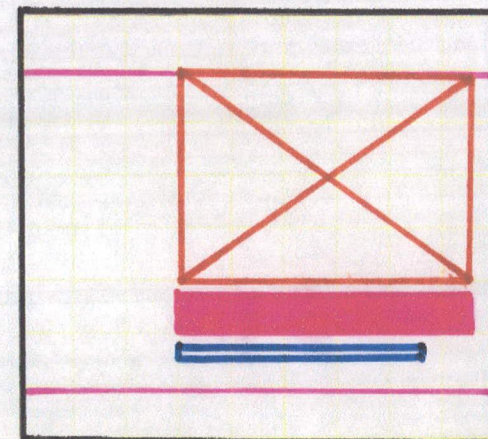
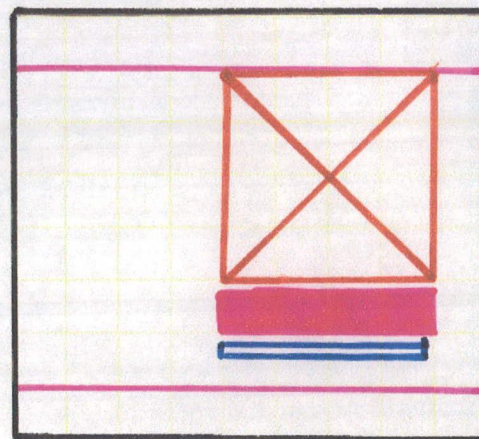
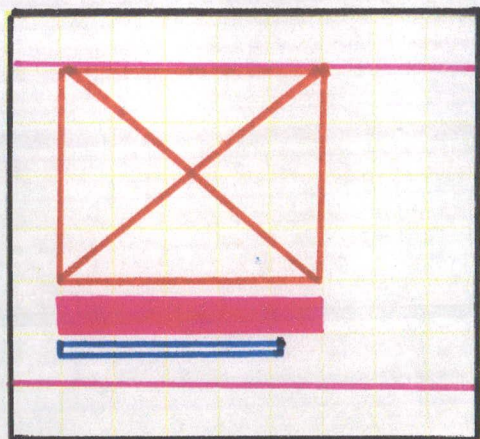
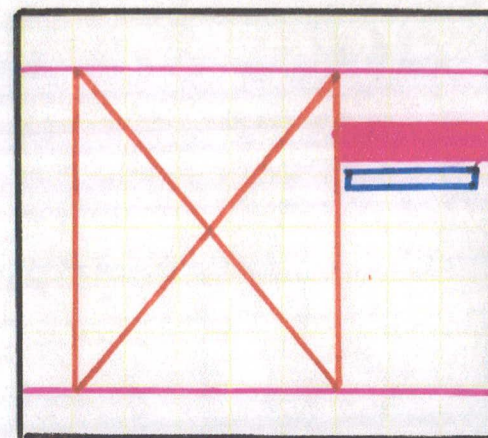
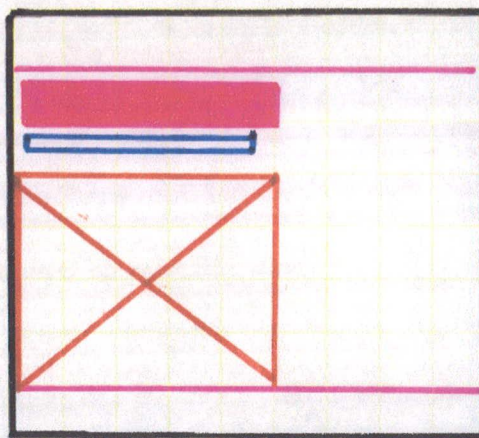
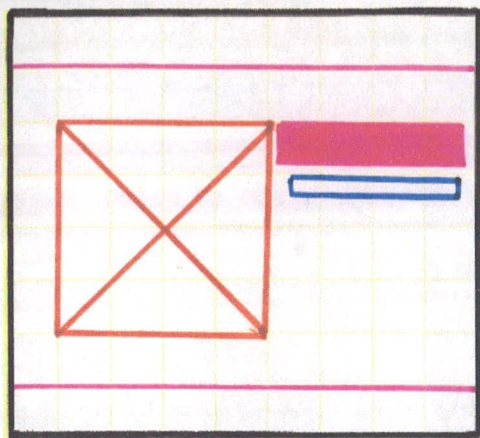
Se inicia con la digitalización de cada uno de los signos para determinar su calidad gráfica, logrando los signos preliminares para el sistema de señales (señalización), en base a los rasgos y su calidad de la reducción gráfica apta para el grupo objetivo. Se procede a integrar el signo con el texto.



Señales orientadoras

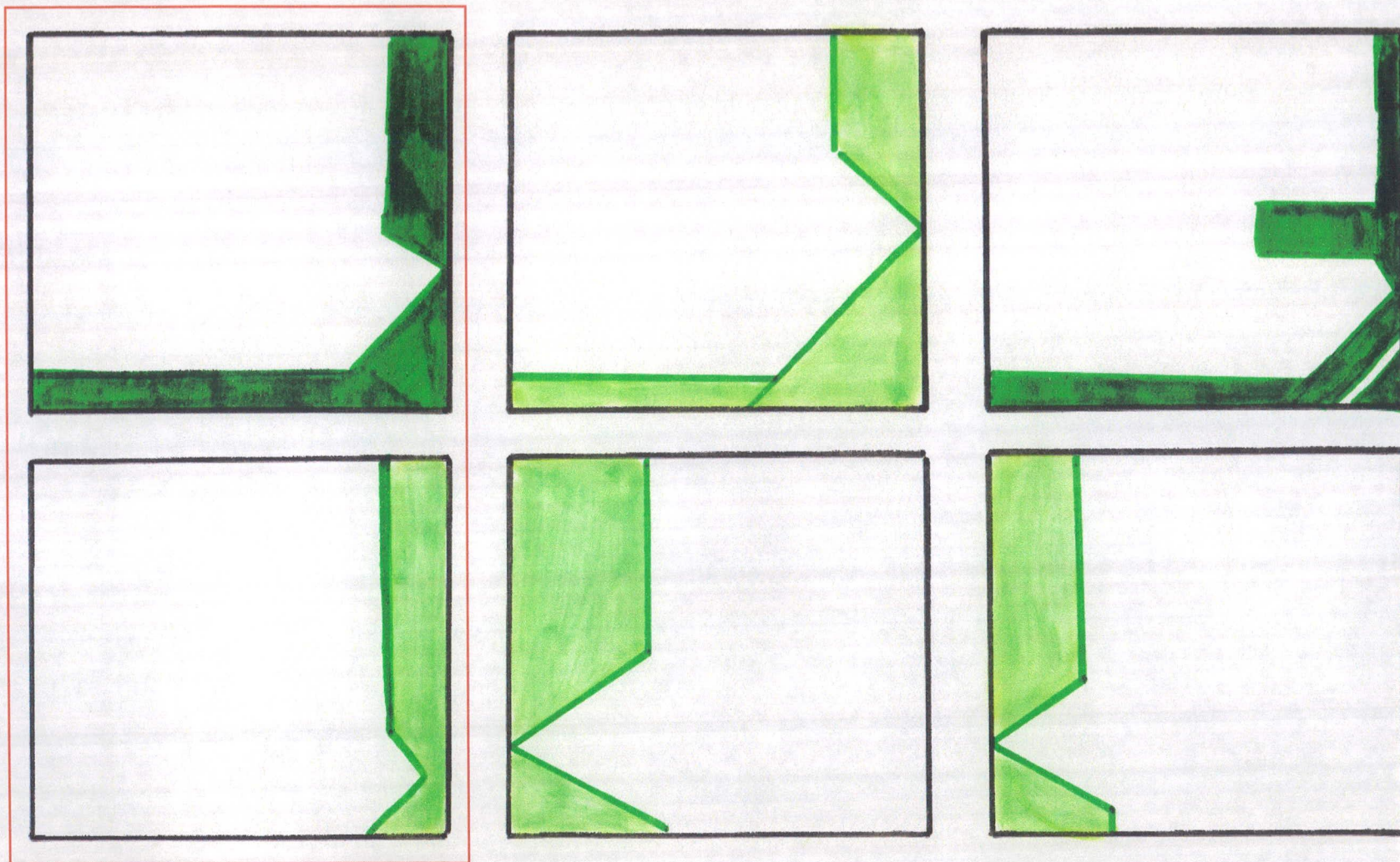
Con respecto a las señales orientadoras se determina un formato que guardar las proporciones para poder integrar el signo que identifica cada fachada, así como el nombre en español-inglés, además de una flecha de apoyo para indicar la dirección al grupo objetivo.

En esta etapa se integra el formato de la señales orientadoras, donde se segmenta en color café la ubicación del signo, en rosado el titular en español, azul el titular en inglés y en rosado los márgenes.



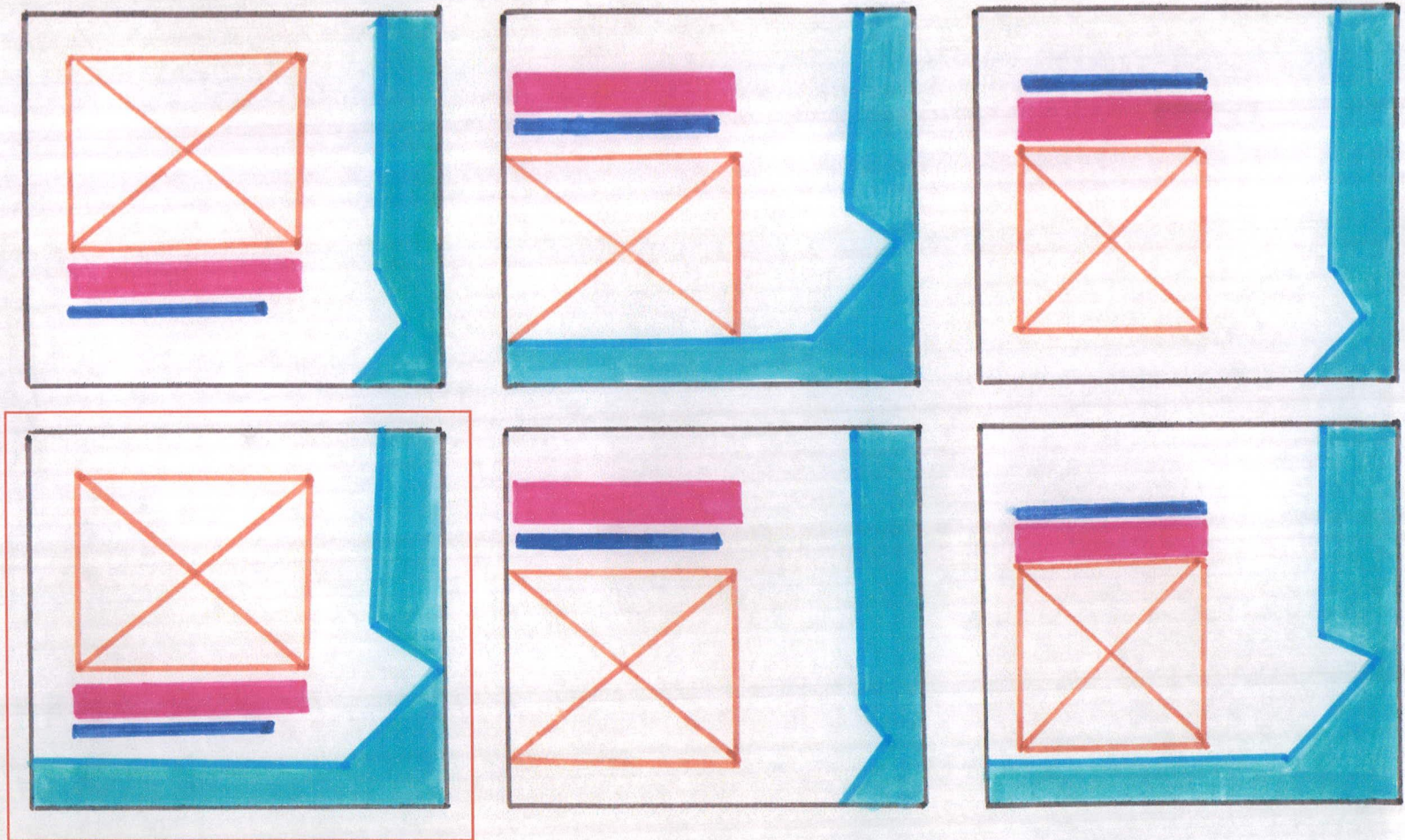
En esta etapa se integra al formato una flecha que logre integrar el diseño a través de los ángulos del isotipo y pueda lograr la función de orientar direccionalmente al grupo objetivo.

Preseleccionando en rojo las que mayor logro cumplir la función y se integran como elemento gráfico dentro de la composición.



Bocetaje y propuesta preliminar

Se integra la preselección de la forma de la flecha además de la retícula que logra mayor orden y jerarquía de los elementos. Se determina utilizar la tipografía secundaria y la paleta de color para poder guardar unidad y consistencia en cada una de las piezas digitalizando con la opción en rojo.



Bocetaje y propuesta preliminar

Integrando el texto de titular con las proporciones determinadas por el formato se considera como opción preliminar la seleccionada en rojo, ya que logra ser legible y mantiene el orden de cada uno de los elementos dentro de la composición.

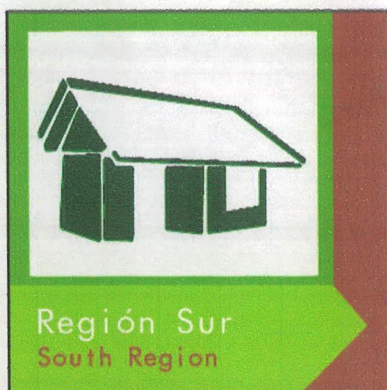
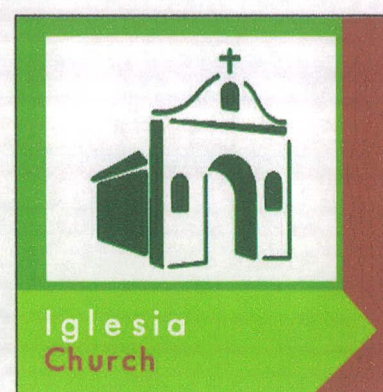
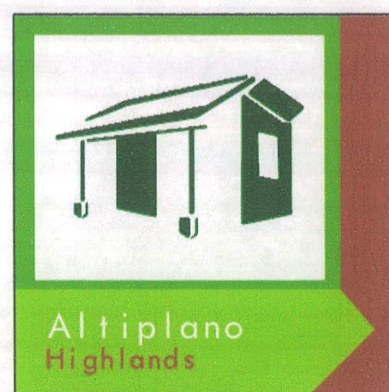
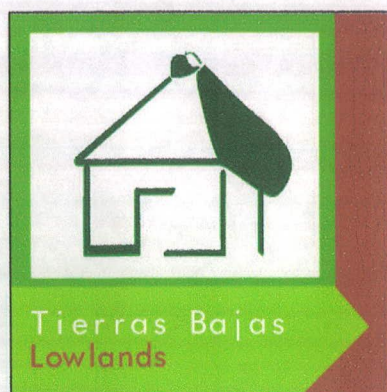


Se integra el color de la paleta preliminar para observar el interés y acentuación en cada uno de los elementos. Preseleccionado el que mayor tenga contraste del signo y acentuación en la fecha. Se descartan las pruebas de color en invertido con el signo en blanco ya que reduce el tamaño del espacio del signo.



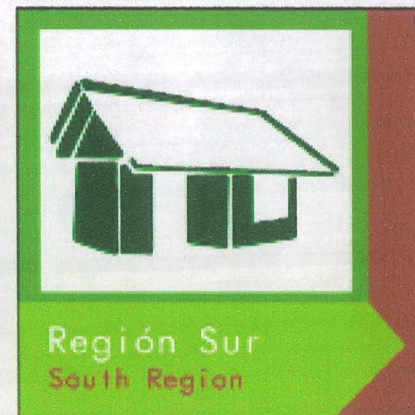
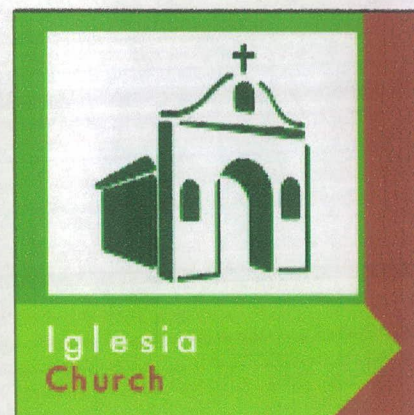
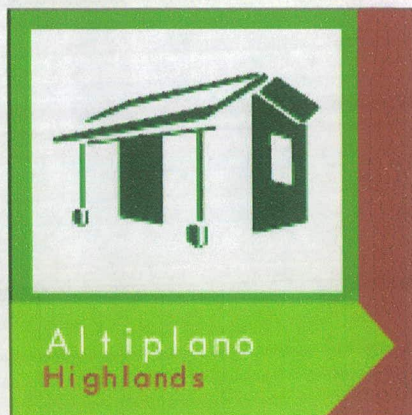
Bocetaje y propuesta preliminar

Propuesta final del sistema de señales orientadoras (señalización).



Bocetaje y propuesta preliminar

Propuesta final de las señales orientadoras del sistema de señales (señalización).



Bocetaje y propuesta preliminar

Mapa de ubicación

Con respecto al mapa de ubicación se realizó un boceto a lápiz para determinar las dimensiones del lugar apoyado por fotografías. Se determinó las distancias de algunos puntos de referencia los cuales se necesita mayor prioridad para indicar el recorrido con fluidez.

(a)



Esta etapa se partió al diseño del mapa de ubicación, donde en la opción (a) se marcan los puntos claves de desarrollar y la proporción de las dimensiones.

En la opción (b) se realizó una técnica tipo collage para determinar las áreas de las señales identificadores dentro del entorno.

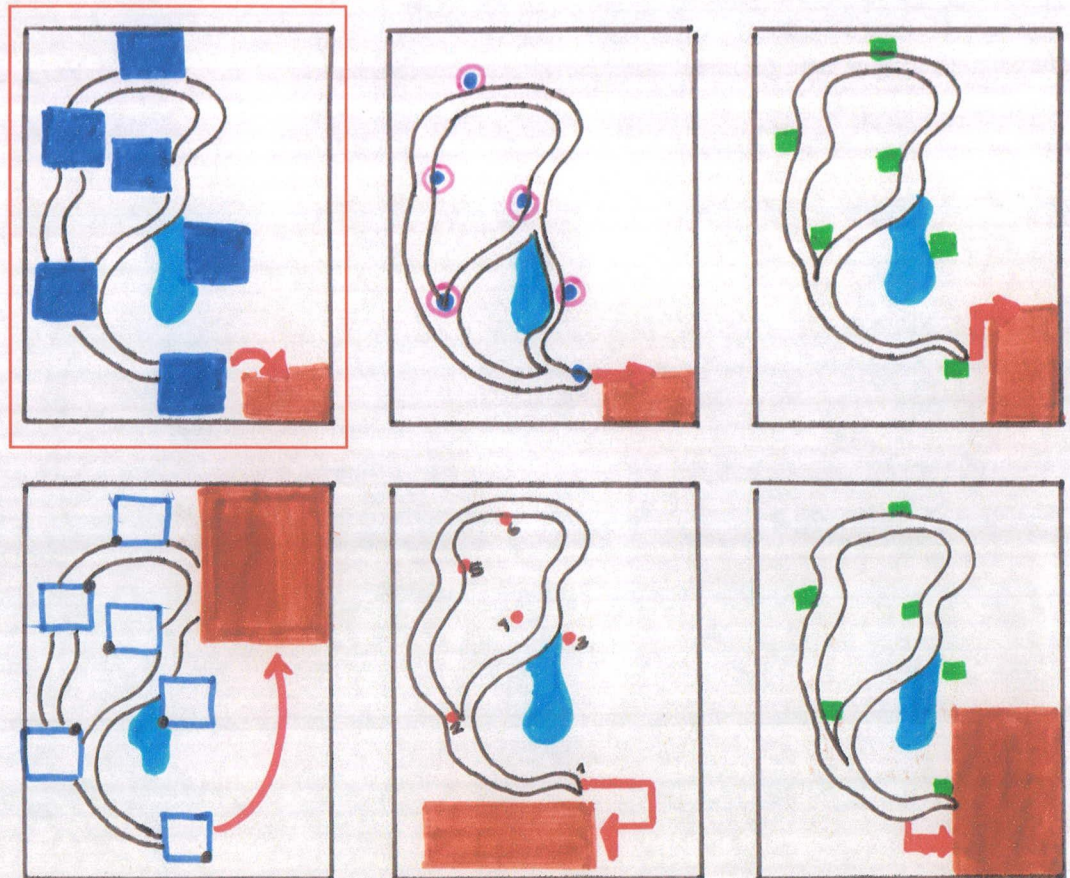
(b)



Bocetaje y propuesta preliminar

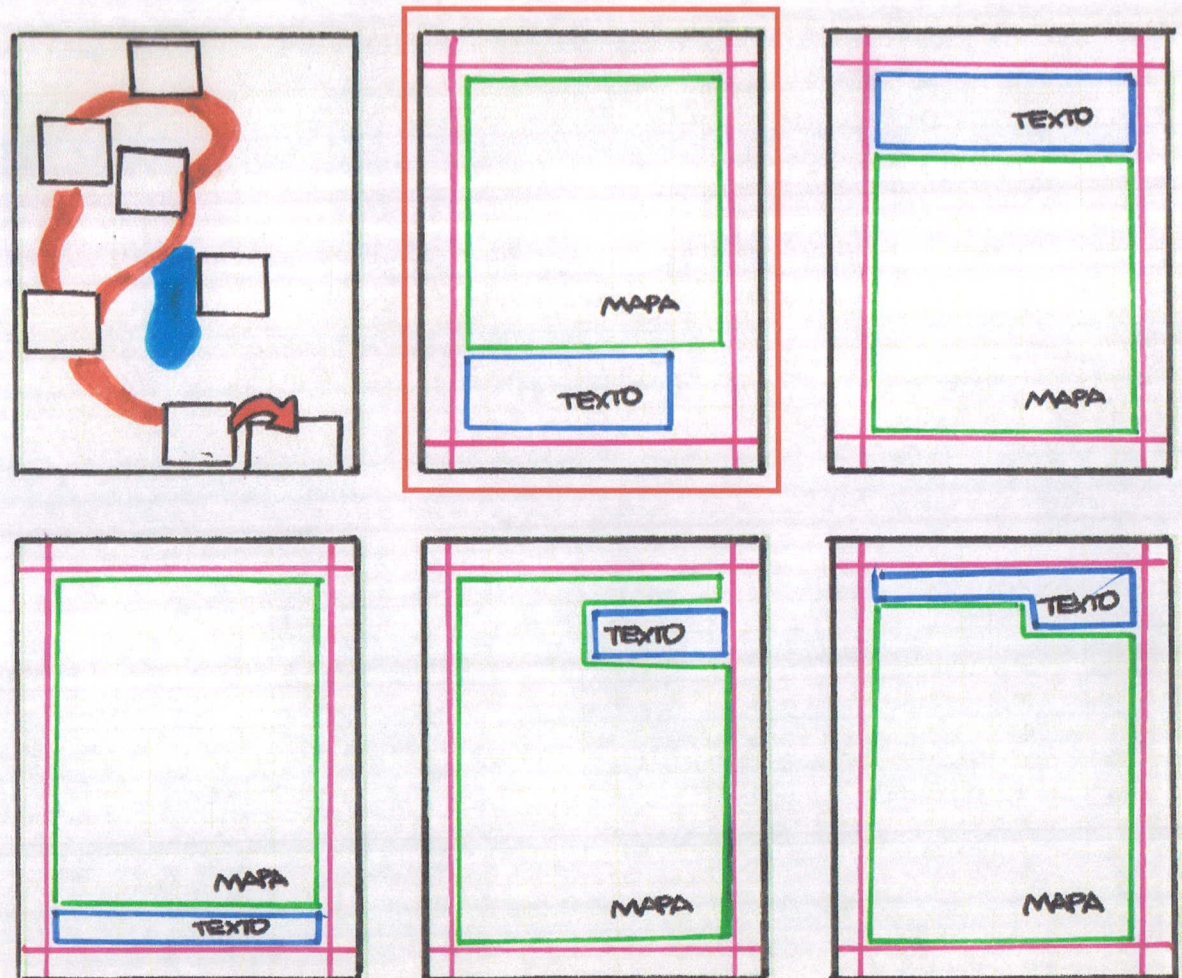
Se determinó un formato en proporción al terreno para poder visualizar el espacio de "Mayatenango". Se implementa un camino del recorrido con los signos orientadores, reservando un área para incluir los nombres de cada área. Se tomó la decisión de utilizar el signo y el nombre separado para poder darle mayor legibilidad y orden al contenido.

Se toma una opción preliminar en color rojo.



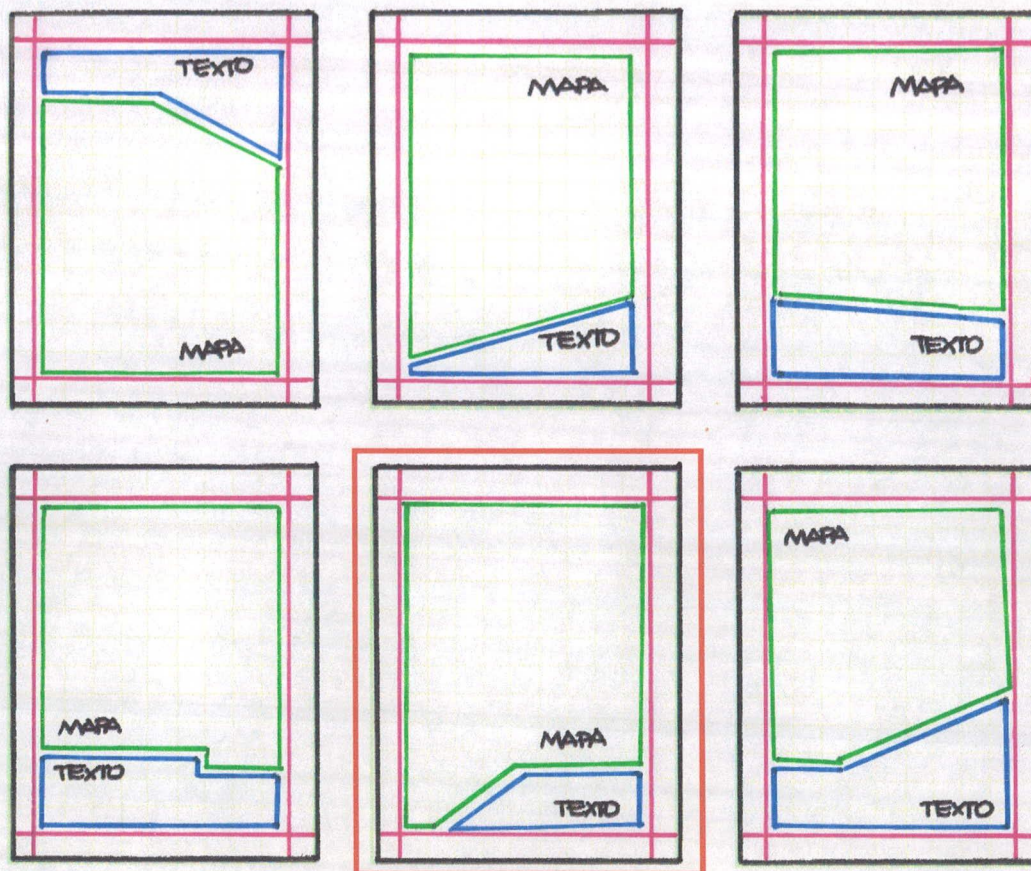
Bocetaje y propuesta preliminar

Considerando seleccionada la distribución del diseño del mapa evaluada por el orden en que se presenta la composición se parte a integrar la retícula del mapa y el texto.



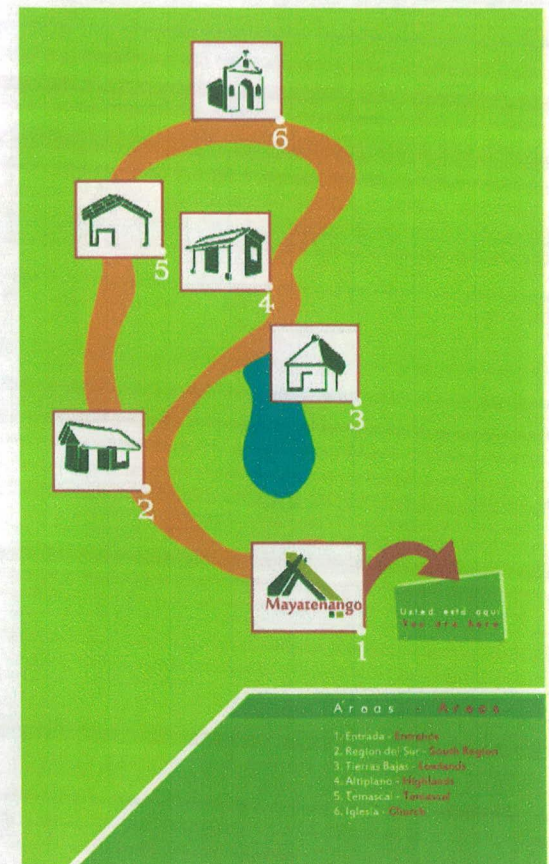
Bocetaje y propuesta preliminar

Al mismo tiempo se integra algunos ejes inclinados en base al isotipo, para poder segmentar la información del contenido.



Bocetaje y propuesta preliminar

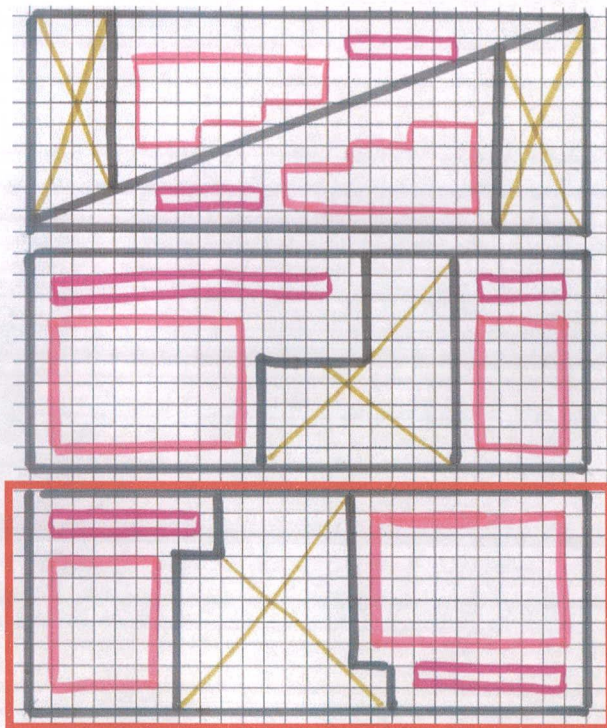
Se digitalizaron las dos propuestas preliminares. Se eligió como mapa de ubicación la opción de lado derecho. Se tomó la paleta de color y la tipografía secundaria para poder guardar unidad apoyando la identidad gráfica requerida para Mayatenango.



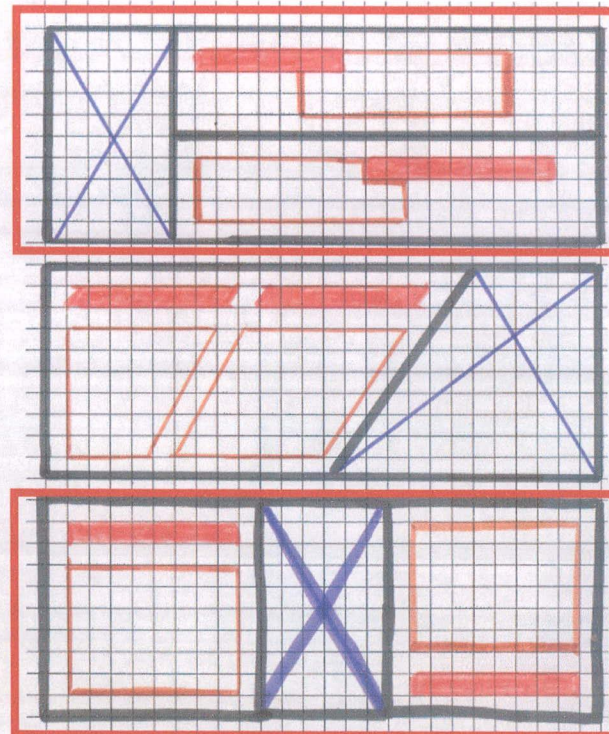
Bocetaje y propuesta preliminar

Señales (fichas informativas)

En esta etapa se generó una retícula que marca ejes verticales y horizontales, jugando con las proporciones. Se determinó un área con una "X" donde está ubicado el mapa, y se manejó 2 bloques por el uso de español-inglés.

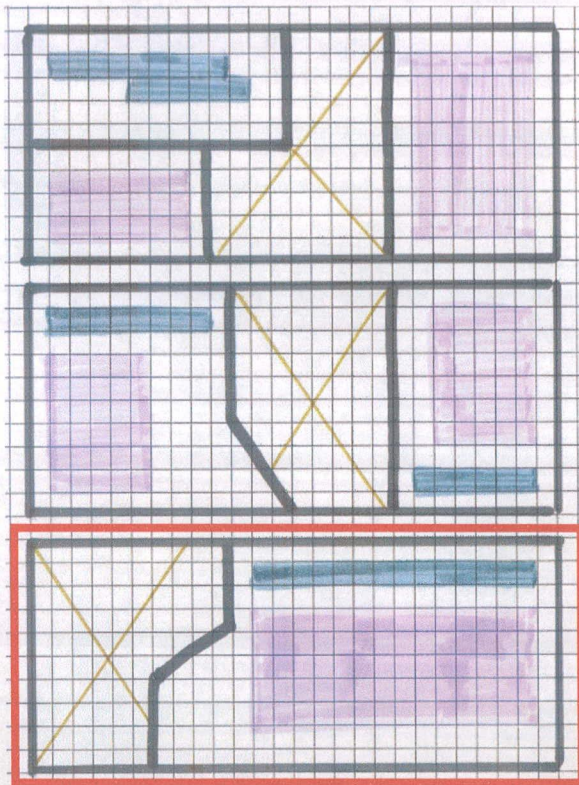


Se realizó en base a una cuadrícula en la parte de abajo y la aplicación de marcador separando por color la función de fotografía, títulos y cajas de texto. Se buscaba generar la expresión de orden. Se considera una preselección en cuadro rojo en base a que cumplan tanto la expresión como la función.

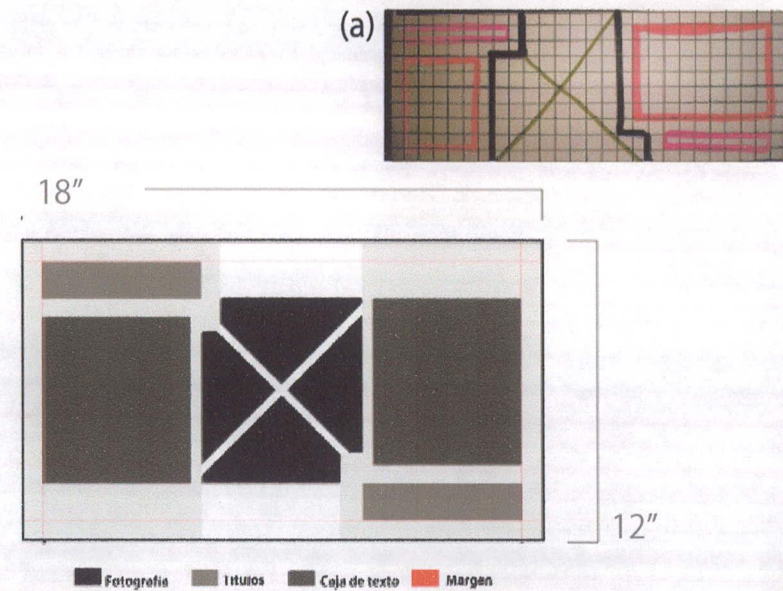


Bocetaje y propuesta preliminar

Se utilizó distintas pruebas para determinar, cuál genera mayor la expresión de orden e integración. Se llevó a cabo una elección por medio de un cuadro rojo de las propuestas que más enfatizaron en su forma y proporción, distribución de elementos.

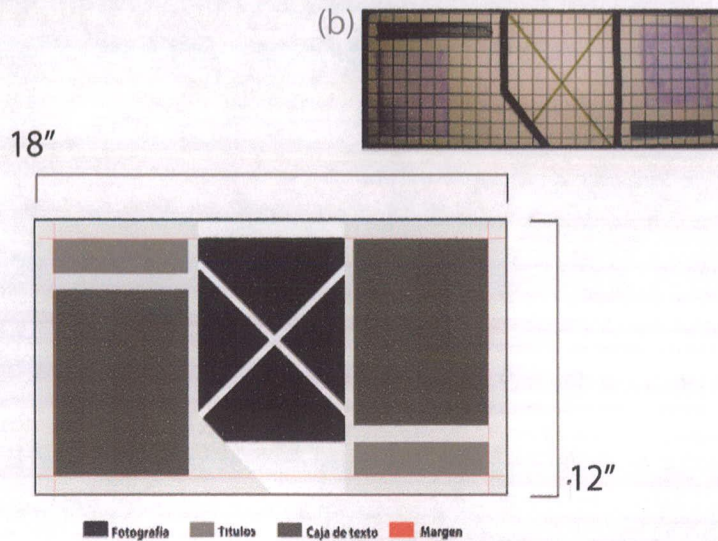


En esta etapa se digitaliza las opciones marcadas por un cuadro rojo, para determinar con mayor detalle la segmentación de cada área de información.



Esta opción (a) se rechaza debido a que no logra la integración entre la información y la imagen, provocando desorden.

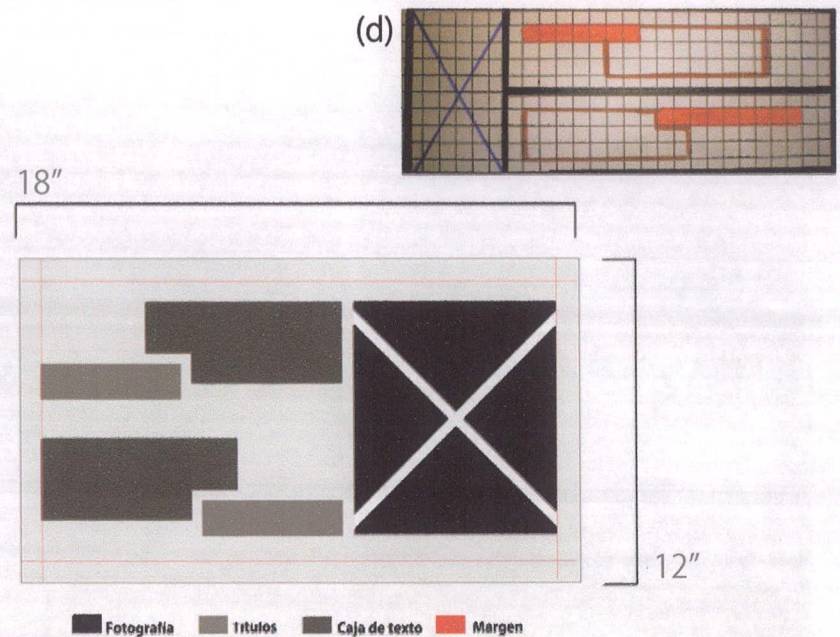
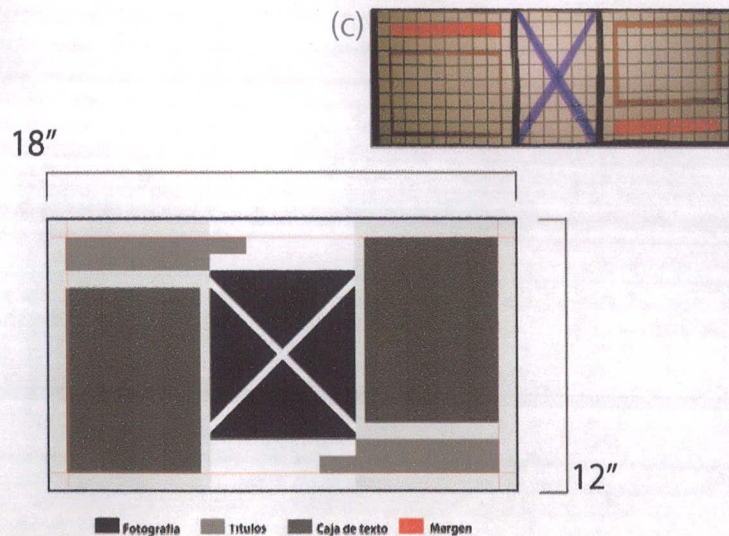
Bocetaje y propuesta preliminar



La opción (b) es rechazada debido a que no logra equilibrio en los dos bloques.

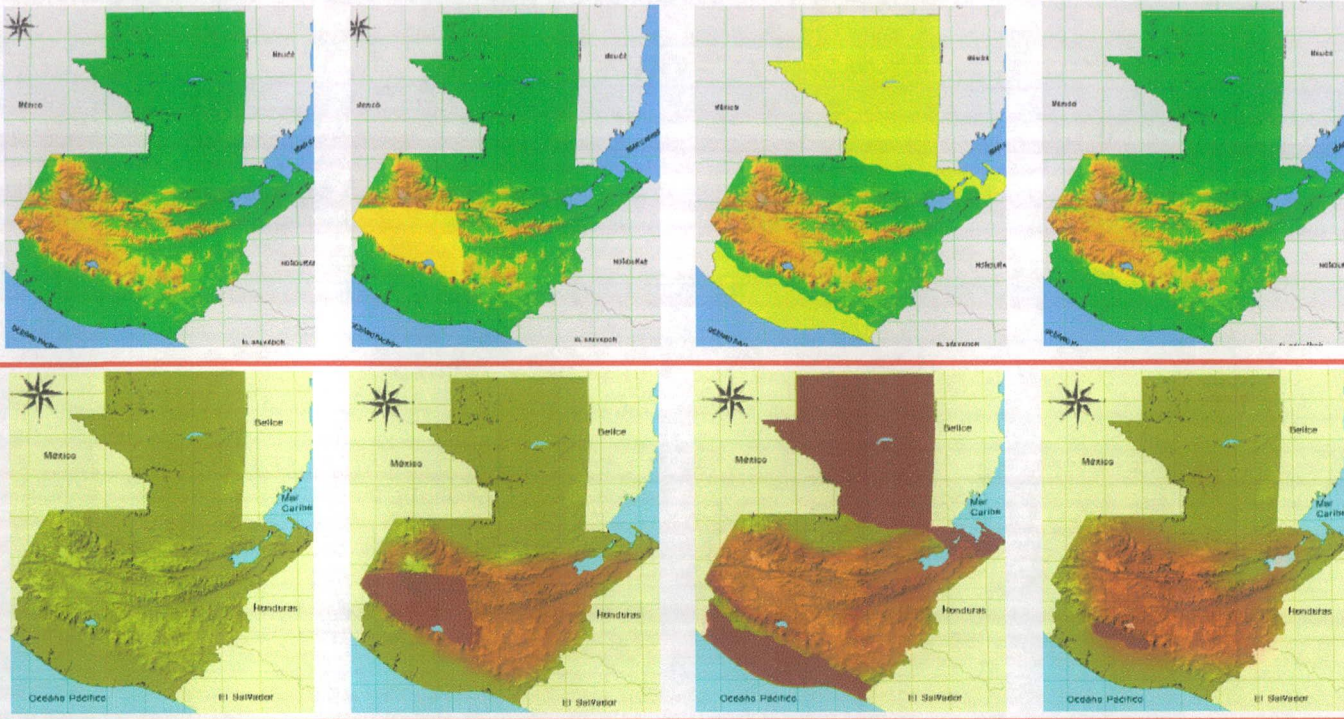
La opción (c) es rechazada debido a que el exceso en la parte de los títulos genera cierta distracción.

La opción (d) fue la propuesta seleccionada para poder empezar a integrar los demás elementos. Se logra la integración de los bloques y logran un orden en la jerarquía.



Bocetaje y propuesta preliminar

Se determina la implementación de la paleta de color en los mapas para dar unidad y la manipulación del mismo para dar una información clara y directa.



Bocetaje y propuesta preliminar

Con respecto a la propuesta final de las señales informativas, se parte a implementar el color y tipografía determinada en las otras piezas. Utilizando el color como segmentación entre el idioma español-inglés. Se integran los mapas al igual que los signos identificadores para conectar el área en que se encuentra esa información proporcionada al grupo objetivo.

Bienvenidos - Welcome

Mayatenango

Lugar de Mayas - Place of Mayas

Entiéndase geográficamente al área que constituye el núcleo de un territorio natural rodeado de cultivos de café.

El objetivo de esta señalización es dar a conocer la variedad de cultivos y productos diferentes en la zona que tradicionalmente ha sido conocida por sus diferentes especies vegetales. Se trata de una zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Mayatenango está ubicada en la zona que constituye el núcleo de un territorio natural rodeado de cultivos de café, cacao y productos de la zona.

Cultural information about the area is provided in a natural way surrounded by a coffee plantation.

The official aims to the warning about the variety of crops and products used for traditional architecture in this different geographical region, surrounded by the Mayan communities of Guatemala. That way of life, different activities, crops, crops and traditional things.

Mayatenango is culturally and geographically an important and traditional project of Museo del Café and Museo Casa Mayas, which will be concluded by the end of 2020.

Tierras Bajas - Lowlands

Maya - El área que rodea a la zona de cultivo de café.

Departamento Escudo (Escudo Nacional), Guatemala, Santa Rosa, Santa Rosa y Santa Rosa.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Café, cacao y productos de la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Altiplano - Highlands

Maya - El área que rodea a la zona de cultivo de café.

Departamento Escudo (Escudo Nacional), Guatemala, Santa Rosa, Santa Rosa y Santa Rosa.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Café, cacao y productos de la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Región Sur - South Region

del Lago de Atitlán y Bocacosta - of Atitlán Lake and Bocacosta

Maya - El área que rodea a la zona de cultivo de café.

Departamento Escudo (Escudo Nacional), Guatemala, Santa Rosa, Santa Rosa y Santa Rosa.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Café, cacao y productos de la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Maya es la zona que rodea a la zona de cultivo de café, cacao y productos de la zona.

Bocetaje y propuesta preliminar

Soporte

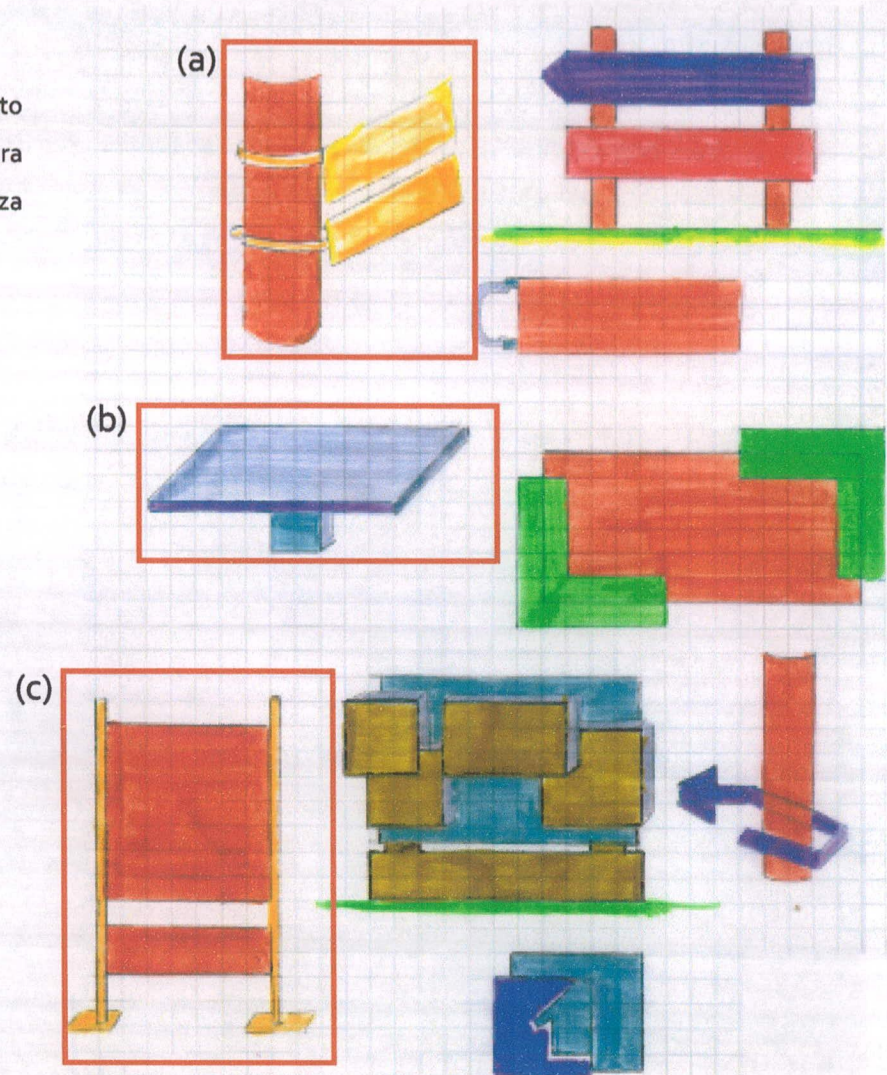
Se realizan ciertas propuestas para la señalización del lugar, en cuanto al soporte tiene como fin genera la expresión de integración al lugar para evitar la contaminación visual, ya que se quiere reflejar el concepto "riqueza natural en un *espacio natural*".

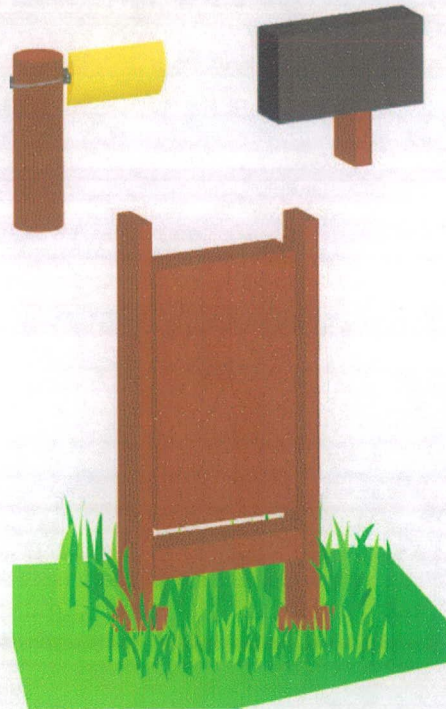
Se preselección según la señal que corresponde a su función:

(a) Señales orientadoras

(b) Mapa de ubicación

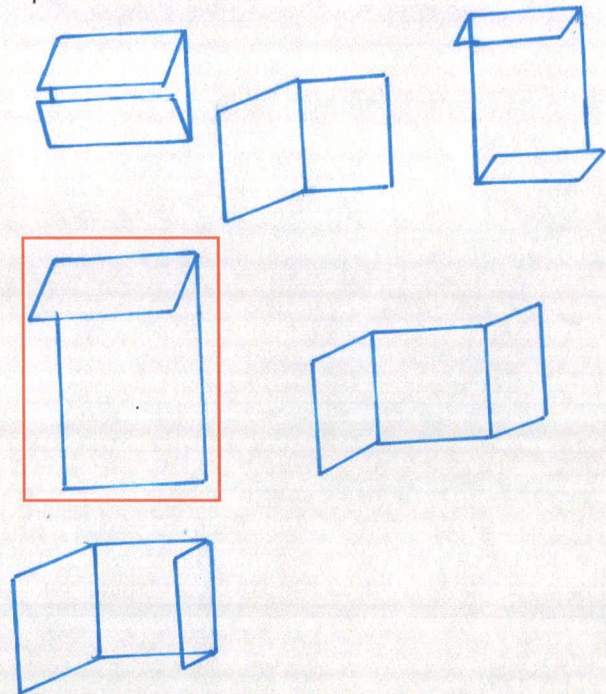
(c) Señales (fichas informativas)





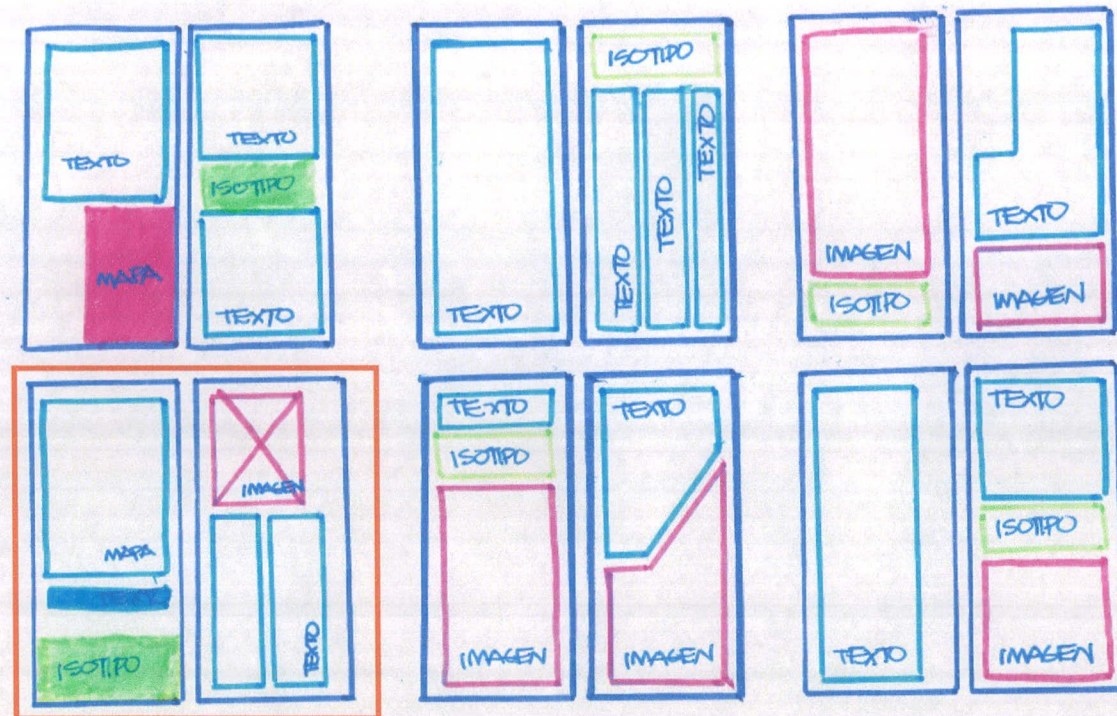
Material informativo

Con respecto al material informativo se determina elementos básico en la composición como el isologotipo así como el mapa de Mayatenango. De esta manera se integra una retícula para guardar las proporciones y se implementan los elementos como color, tipografía, márgenes de las otras piezas para guardar unidad. Se llevo una preselección del formato a través de lograr atracción por medio del doblez.



Bocetaje y propuesta preliminar

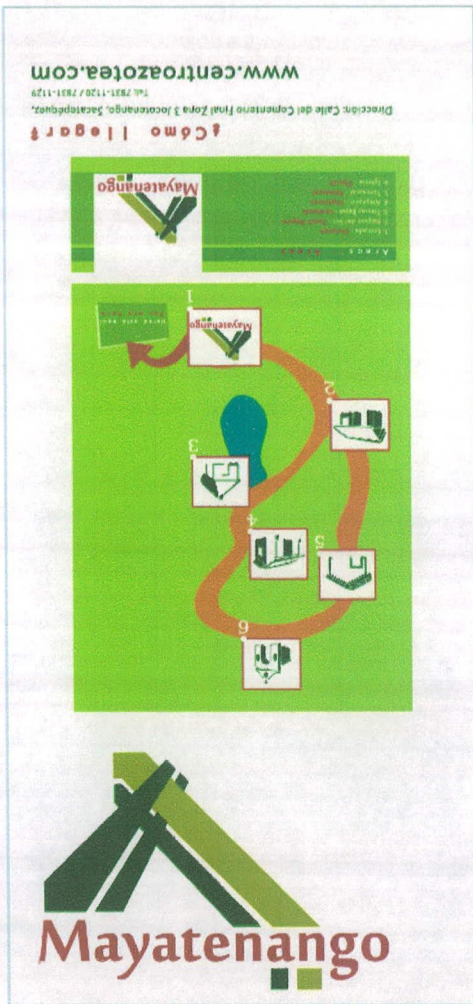
En esta etapa se integra el layout de retícula determinando la selección de color rojo como las opción que mayor funcionalidad tiene de acuerdo a las armonía que crea la pieza al pasar a primer plano el texto sobre la imagen logran comunicar.



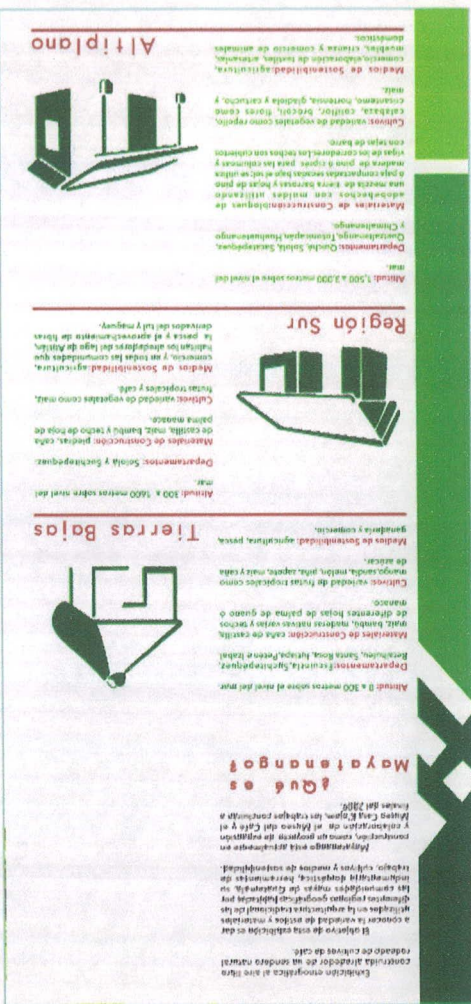
Bocetaje y propuesta preliminar

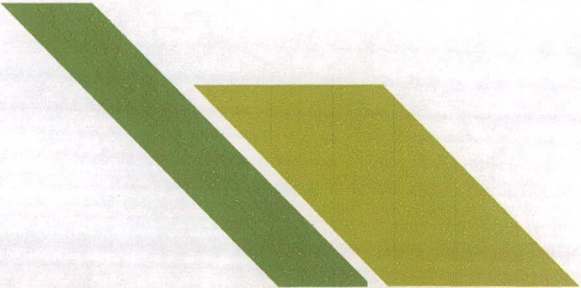
Propuesta final de el material informativo:

TIRO



RETIRO





Validación técnica del diseño preliminar



Validación técnica del diseño preliminar

En base a la propuesta preliminar se llevó a cabo la validación en donde se segmentó entre: expertos (3), diseñadores gráficos (5) y una muestra del grupo objetivo (15), con el fin de generar un análisis crítico en cuanto a la funcionalidad del material. Se realizó un instrumento (ver anexo 2-4), para evaluar los parámetros de la tabla de requisitos, para poder realizar los cambios que sean necesarios.

ISOLOGOTIPO:

Retícula (ejes) En base a la tabulación se demostró con un 66% de los diseñadores marca la opción de causar orden e integración por lo que logra reforzar la expresión que se buscaba de unión entre el isotipo y texto. El 40% del grupo objetivo y un 33% apoya con la expresión de generar unión.

Tipografía: La tipografía en base a sus rasgos y características si esta aplicada de manera efectiva por parte de los diseñadores grupo objetivo 100%, por parte de los expertos 66% enfatizando que es legible a distancia.

Isotipo: El 60% del grupo objetivo apoya la representación de tejas, naturaleza y techo. Apoyado por un 66% tanto expertos como diseñadores. Se observa por parte de un diseñador el mantener la terminación del isotipo exactas para poder enfatizar más la expresión de atención.

Color: El color si está cumpliendo su función en cuanto a transmitir naturaleza, por diseñadores (33%), grupo objetivo (45%) y experto (33%). Por lo que crea armonía ya que el resto tanto entre grupo objetivo y diseñadores eligió naturaleza.

SISTEMA DE SEÑALES (SEÑALIZACIÓN)

Retícula: la retícula es aprobada en un 100% por parte de los diseñadores causando orden.

Formato: el material se enfatiza con un 66% que es liviano al igual que un 33% por parte de los expertos por lo cual se debe determinar un cambio en su reproducción, ya que no logra darle fuerza al mensaje.

Soporte: el soporte utilizado enfatiza un 66% integra el lugar tanto diseñadores como expertos.

Tipografía: es aceptada por un 70% por parte del grupo objetivo y ya que recalca con un 60% por los diseñadores que es legible y un 66% que es fácil y rápido de leer por parte de los expertos.

Color: es aprobado por un 100% por parte de los expertos de complementar la unión con el lugar. Un 55% del grupo objetivo enfatiza que genera la sensación de naturaleza y un 66% coinciden con apoyo a la temática y completa la unión del lugar. Por lo que el color sí es adaptable pero se observa que en los signos se debe bajar la opacidad del fondo para poder definir.

Signos: se entiende cada signo es marcado por un 35% del grupo objetivo. Los expertos marcan que crean atención y relacionan pero por parte de los diseñadores marca apoyan a una 100% a dar unidad, se observa determinar los signos en la fichas informativas mantener las misma línea de diseño, y se recalca con un 33% por parte de expertos que algunos de los signos confunden al grupo objetivo. Se determina evaluar la forma de la flecha ya que es confusosa.

Validación técnica del diseño preliminar

La pieza de apoyo: genera unidad con un 66% por parte de los diseñadores, orienta al grupo objetivo es marcado con un 66% experto, 65% del grupo objetivo considera que sirve para orientar e informar. Por lo que la pieza de apoyo si es adaptable al grupo objetivo pero se debe retomar la información para lograr jerarquía, es recomendado por los diseñadores incluir una fotografía del lugar para contextualizar al grupo objetivo con lo que se puede observar en el lugar.

El manual es considerado por su formato, soporte y retícula adaptable y funcional, sin embargo según los diseñadores observaron que elemento gráfico de las hojas internas rompe con el isologotipo, por lo cual no guarda consistencia.

Validación técnica del diseño preliminar

Isologotipo

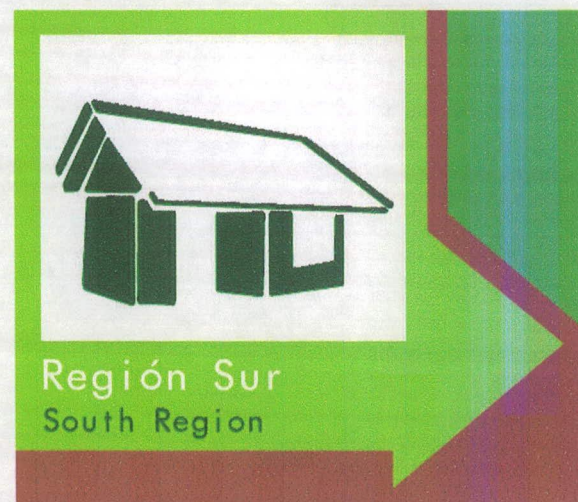


Se determina en base a las observaciones marcadas el trabajar la parte inferior del isotipo para que logre esa fuerza e integración al 100%.

Señales orientadoras

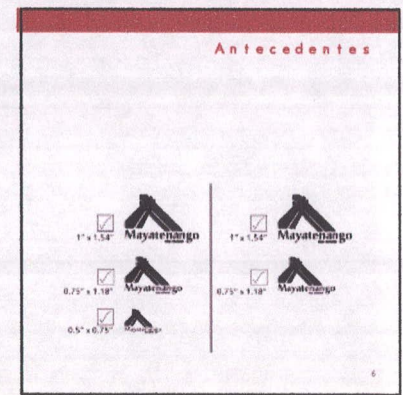
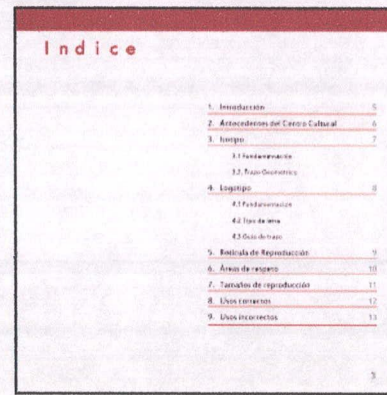
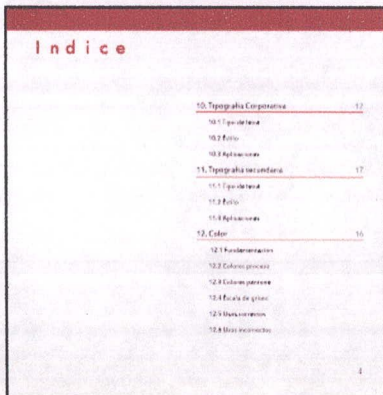
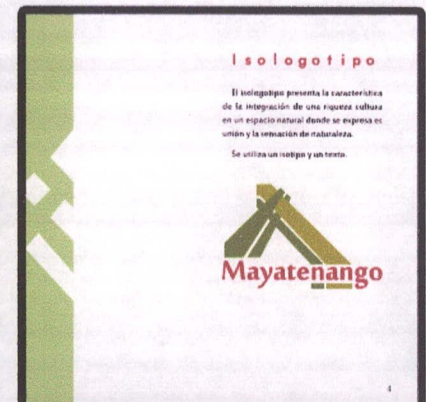
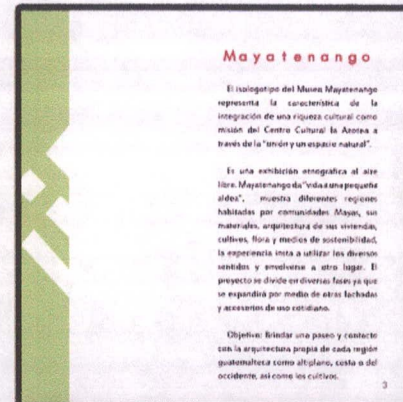
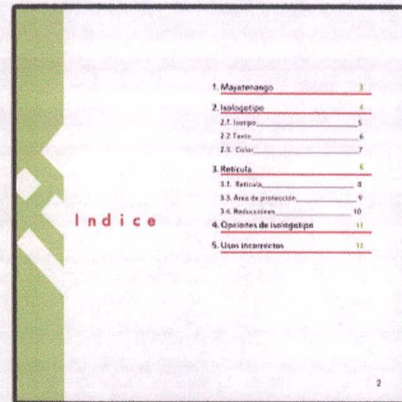
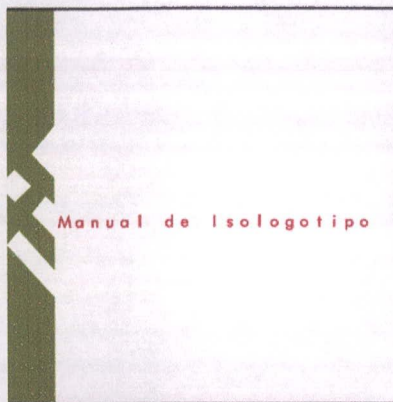


Se cambia el formato para acentuar la forma de la flecha y evitar confusión al direccionar a las personas.



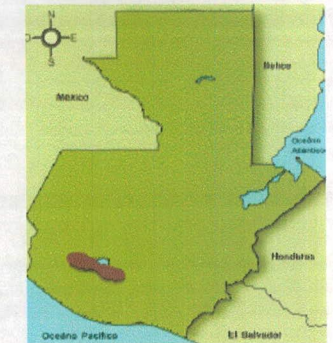
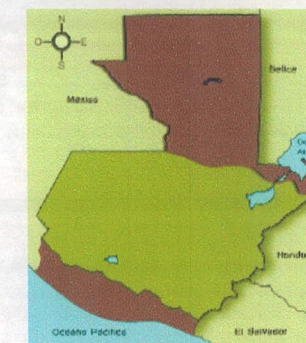
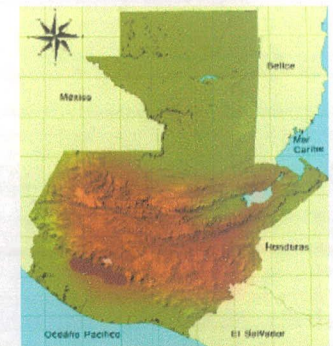
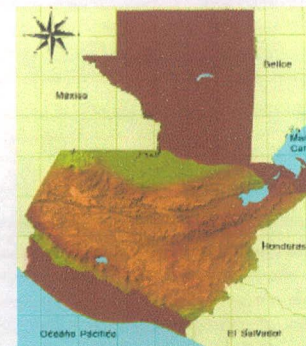
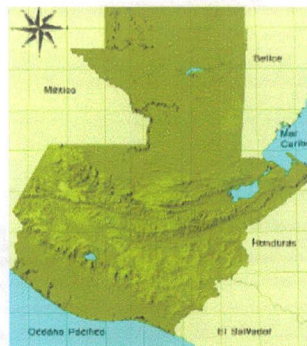
Validación técnica del diseño preliminar

Se determinó evaluar la imagen de las hojas para darle mayor limpieza y orden al texto e imagen.



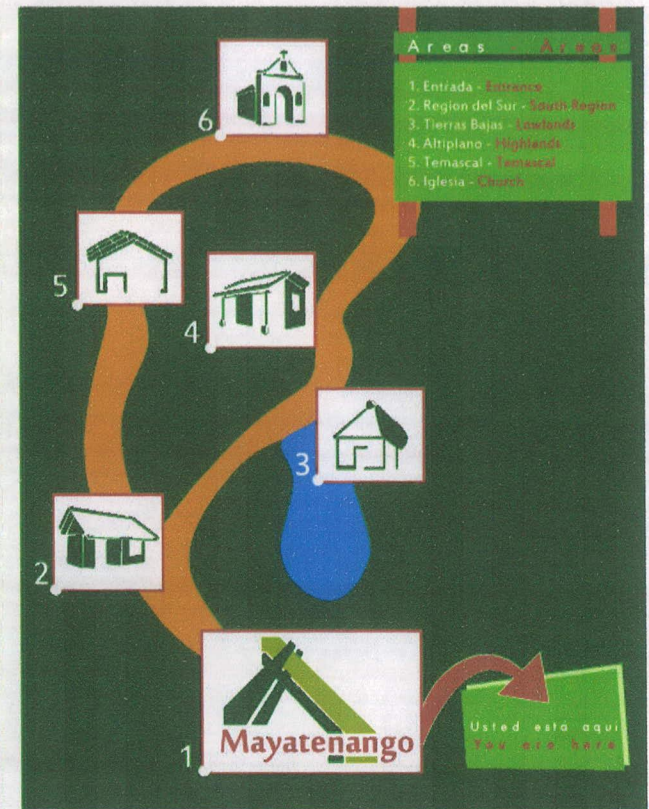
Validación técnica del diseño preliminar

Debido al grupo objetivo se determina sintetizar a línea la imagen para ubicar puntualmente a la persona en el mapa. Además de lograr orden y limpieza en el formato.



Validación técnica del diseño preliminar

Se determinó evaluar el color de fondo para lograr mayor impacto con el contraste de cada signo, además de la integración de los textos para crear armonía en la composición.



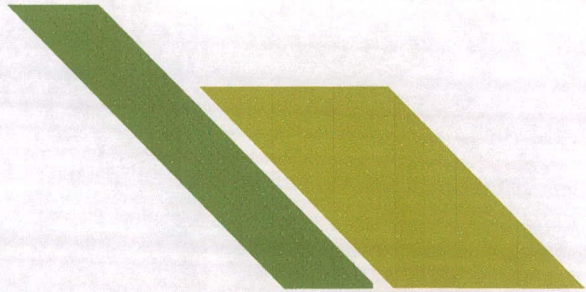
Mapa de ubicación

Validación técnica del diseño preliminar

Material informativo

Se integra los cambios de los elementos como el isologotipo y el mapa, además de integrar una fotografía de lugar para contextualizar al grupo objetivo y logrando tener una muestra de los materiales y la escala manejada en el lugar.





Propuesta final y fundamentación



Propuesta final y fundamentación:

El proyecto de Mayatenango se divide en la integración de diversas áreas donde se interviene el diseño gráfico, para poder llegar a una identidad según Gill es manejada la coherencia al representar cada una de las piezas que en conjunto logran una comunicación de la organización. Por ello se partió de un concepto “riqueza cultural en un espacio natural”, que enmarca la diversidad y el valor cultural que representa el lugar y por sus características naturales que envuelve su esencia al grupo objetivo. El lugar indica Samuel Franco quien es el Director del ICOM en Guatemala al igual que del Centro Cultural la Azotea, como un museo etnográfico donde se enfatiza en el estudio de la cultura y razas bajo la conservación del patrimonio, es por ello que apoya el concepto al unir lo cultural y natural despertando los sentidos del visitante.

Se en lista la aportación de la intervención del diseño,

ISOLOGOTIPO:

Se determinó utilizar un isologotipo para identificar Mayatenango ya que por su imagen que requería representar una calidad gráfica genérica según Chaves y Bellucia, para poder tener una mayor precisión e impacto al grupo objetivo.



Propuesta final y fundamentación:

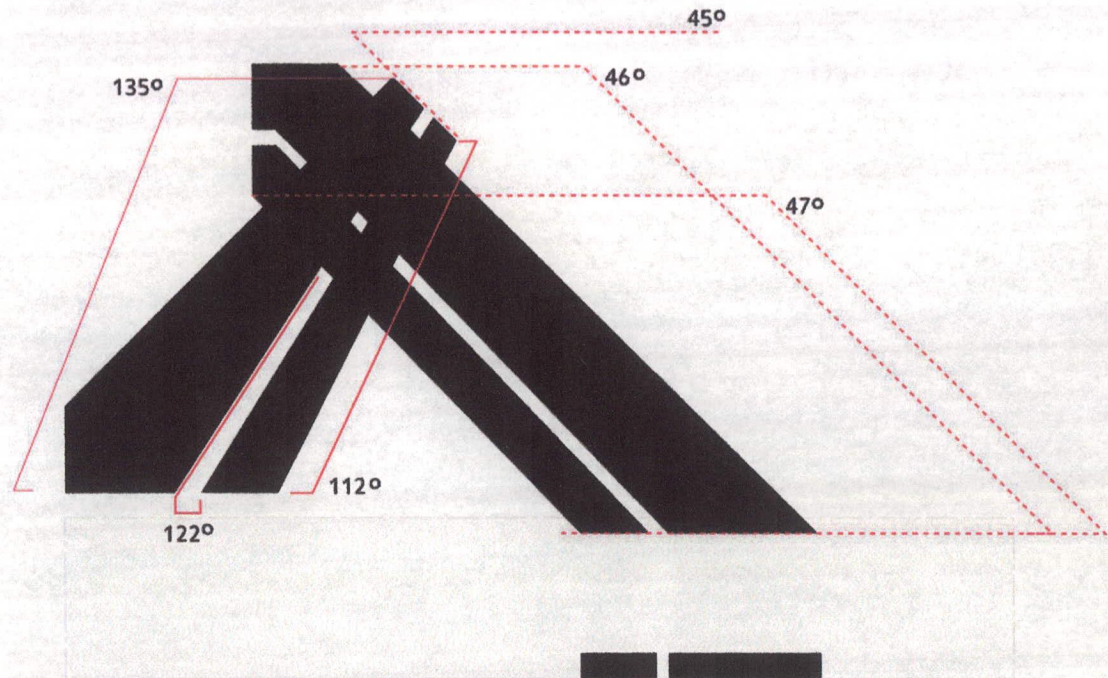


Manual de Isologotipo

Índice

10. Tipografía Corporativa	12
10.1 Tipografía	
10.2 Estilo	
10.3 Aplicaciones	
11. Tipografía secundaria	17
11.1 Tipografía	
11.2 Estilo	
11.3 Aplicaciones	
12. Color	19
12.1 Fundamentos	
12.2 Colores primarios	
12.3 Colores secundarios	
12.4 Escala de grises	
12.5 Otros colores	
12.6 Uso de colores	

Propuesta final y fundamentación:



LOGOTIPO

Propuesta final y fundamentación:



Propuesta final y fundamentación:

ISOTIPO:

Patiendo de la reducción gráfica de simplificación adaptado al grupo objetivo y la temática para ser asimilado, comprendido, recordado y en un futuro posicionado. Se parte de los parámetros de Chavés y Bellucia, al tener una compatibilidad semántica y ser identificado por el consumidor. El isotipo del techo se basa en lograr la vocabilidad para generar esa atención logrando promover interés en el mismo.

POSICIÓN-DIRECCIÓN:

Se determina un grado de suficiencia ya que logra un equilibrio de integración entre el texto e isotipo. Se evalúa la posición en base a generar esa expresión de fuerza y acentuar la amplitud que cuenta el lugar, además utiliza una retícula con medidas proporcionales para guardar singularidad y diferenciar de otros.

COLOR:

La paleta de colores integra la expresión de "sensación de naturaleza" así como guardar el color corinto que utiliza el Centro Cultural la Azotea como color corporativo. Se determina una paleta tierra ya que combina tanto lo cultural como natural, además que apoya lo planteado por Frascar de la integración de tres colores para buscar eficiencia en su reproducción.

TIPOGRAFÍA:

La tipografía utilizada es MoolBoran que tiene rasgos serif ya que según el estudio realizado por el grupo objetivo es el que mayor relaciona con la temática del complejo, la formalidad y el estilo buscado. Se determinó una separación de dos puntos por parámetro perceptual, para ser reconocido efectivamente.

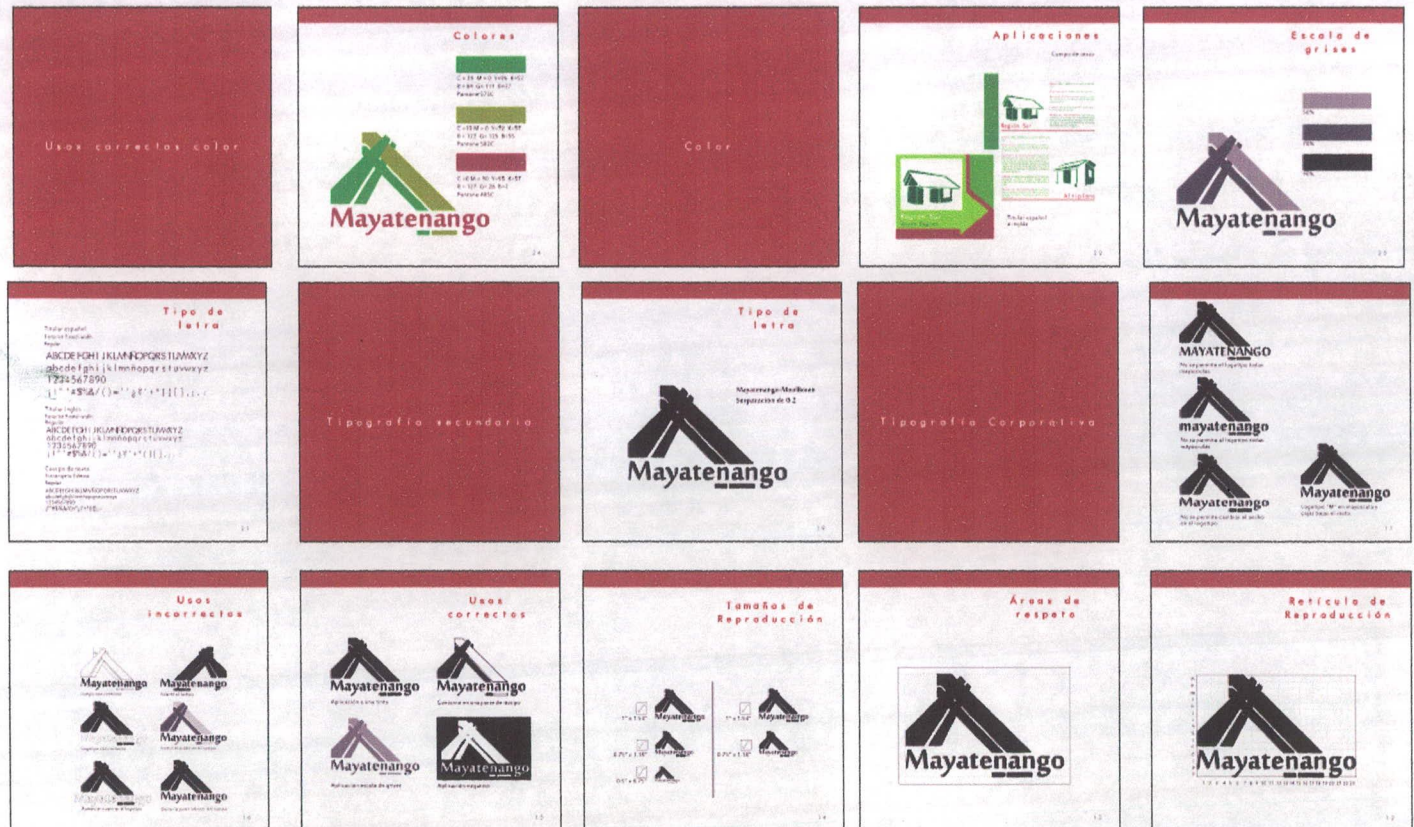
MANUAL:

Una vez evaluado el isologotipo se realizó un manual para garantizar según Sortoni, uniformidad, estética y constancia. Debido a que es un lugar nuevo que busca posicionamiento. Se incluye dentro del manual el manejo de su extensión, variaciones, usos y aplicaciones únicamente del isologotipo, ya que la imagen corporativa manejada como la papelería, uniformes, promociones, etc. Se maneja una línea de diseño determinada por el isotipo para guardar consistencia en cada uno de los parámetros integrados en el manual.

Propuesta final y fundamentación:



Propuesta final y fundamentación:



Propuesta final y fundamentación:

El sistema de señales (señalización) determina generar una relación entre un entorno y un receptor de carácter autodidáctico, logrando seguridad en el recorrido y ahorro de tiempo. Es por ello que se parte de la investigación del lugar a través de la experimentación de la visita, tomando diversas fotografías para contextualizar tanto las características del espacio y distancias. Se identificó y ubico las áreas principales para partir de un diseño que con los materiales y soportes logran la función de identificar y facilitar al grupo objetivo.

COLOR: se utilizó la paleta utilizada en el isotipo pero generando la aplicación de ciertos porcentajes como el 65% en el fondo para lograr visibilidad a larga distancia. Los colores utilizados son planos para dar mayor contraste.

TIPOGRAFÍA: parte de la función es lograr facilitar el mensaje por lo tanto bajo una retícula se logra orden y seguridad, ubicando al grupo objetivo. Se implementó la combinación de cajas altas y bajas para ser más fluida la lectura, quien se apoya teóricamente de Mitzi al determinar que debe ser corto, positivo y sin ambigüedad, el texto.

SOPORTE: se utilizó un soporte que integra el lugar por lo que el medio de sujeción es de auto soporte para no obstruir el campo visual de Mayatenango con el uso de las señales.

SIGNOS: el proceso de la elaboración de signos se logró bajo la retórica de blanco para lograr formar la figura de forma visual . Se determina utilizar la forma de las fachadas que representan cada región en forma angular para representar la "riqueza" a través de esa forma al igual que la dimensión.

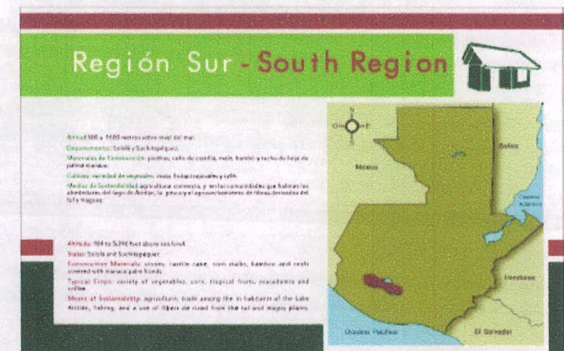
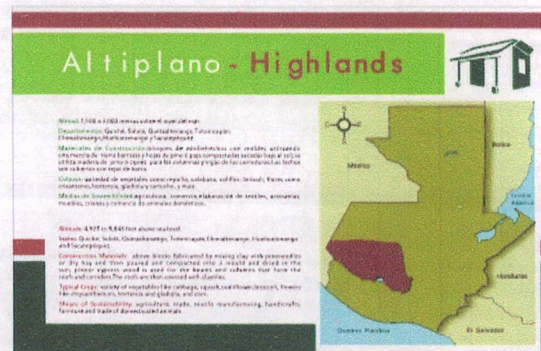
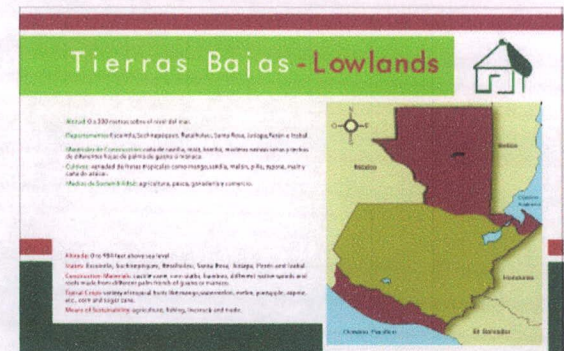
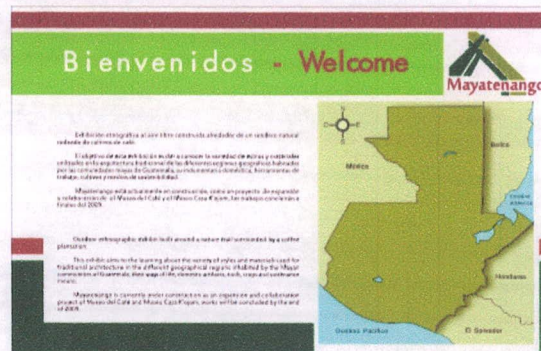
Propuesta final y fundamentación:

SEÑALES ORIENTADORAS: dentro de esta área se determinó utilizar un mapa donde se logra ubicar cada área con sus signos, y ubicada en la entrada de Mayatenango para apoyar al grupo objetivo en su recorrido. La dirección del formato es vertical por la forma del lugar. El material a utilizar es impresión digital sobre papel sticker con un laminado, se eligió dicho material por la intemperie con la que está sometido y el tipo de soporte es adherido con tornillos a un panel de madera.



Propuesta final y fundamentación:

SEÑALES INFORMATIVAS: en esta área se determinó utilizar los signos para poder relacionarlos rápidamente con las fachadas. Se manejó una jerarquía en cuanto al color para poder separar el idioma español-inglés. Los mapas fueron proporcionados por el cliente, sin embargo se vectorizó para poder lograr manipular la imagen y aplicar la paleta de color para poder guardar consistencia con la diversas fichas informativas. La tipografía utilizada logra legibilidad de forma rápida, a distancia y guardando siempre la jerarquía en la retícula para expresar orden. El tipo de material es sticker con laminado, bajo un sistema de sujeción de metal de auto soporte fijada en el suelo.



Propuesta final y fundamentación:

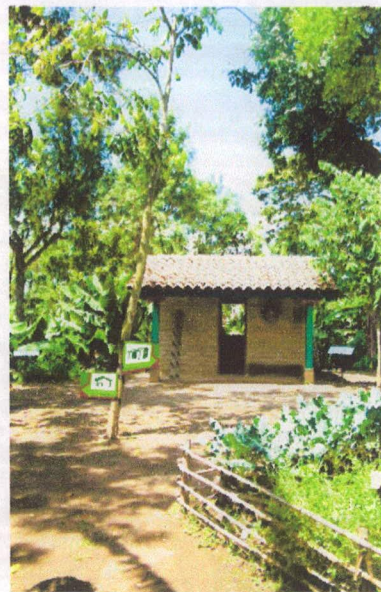


Propuesta final y fundamentación:



Propuesta final y fundamentación:

SEÑALES IDENTIFICATIVAS: se utilizó la integración del texto con su signo bajo una dirección para ubicar al grupo objetivo. El tipo de material es sticker con laminado, bajo un sistema de sujeción de metal (hojalata) utilizando un árbol para colocarlo. Se logró la simpleza y el orden a través del espacio en blanco acentuando de esa forma el signo.



MATERIAL INFORMATIVO:

Pieza para que el grupo objetivo logre tener información precisa del lugar, con un mapa de ubicación para complementar el sistema de señalización. Se describe las principales fachadas de la primera fase de Mayatenango para despertar interés, al igual que se incluye una fotografía para visualizar la amplitud del lugar. Es tiro y retiro con un doblez para darle atención y atracción y no adherir mayores costos de reproducción, además de una impresión que por su tamaño, y retícula utilizada lograr apoyar según Frascar. El material informativo por medio del orden y su peso visual llega a ser atractiva para el grupo objetivo.





Producción y reproducción

Producción y reproducción:

13.1 Especificaciones técnicas para el desarrollo de las piezas

1. Manual de isologotipo:

Medida: 8" X 8"

Material: cartulina laid natural, 180 gr.

Impresión: CMYK/ tiro.

2. Directorio de entrada (mapa de ubicación):

Medida: 35" X 17"

Material: sticker con laminado

Impresión: digital

3. Señalización identificadores:

Medida: 14" X 22"

Material: sticker con laminado

Impresión: digital

4. Fichas informativas:

Medida: 12" X 18"

Material: sticker con laminado

Impresión: digital

5. Material informativo:

Medida: 3.6" X 7.7"

Material: papel laid natural, 90gr.

Impresión: CMYK/ tiro y retiro

13.2 Informe técnico que acompaña los archivos digitales para imprenta

Los archivos se encuentran:

*Carpeta Mayatenango/Identidad/Isologotipo.fh10

*Carpeta Mayatenango/Identidad/Manual.indd

*Carpeta Mayatenango/Señalización.fh10/

*Carpeta Mayatenango/Mapas/ mapas /

Mapa1.tiff / Mapa1.jpg / Mapa1.RGB

Mapa2.tiff / Mapa1.jpg / Mapa1.RGB

Mapa3.tiff / Mapa1.jpg / Mapa1.RGB

Mapa4.tiff / Mapa1.jpg / Mapa1.RGB

Mapa editable separado por layers PSD

*Carpeta Mayatenango/Materialinformativo.fh10/

13.3 Presupuestos de diseño y de impresión

Presupuesto de diseño:

Isologotipo / Manual Q.5,000.00

Sistema de señales (señalización) Q.3,500.00

Material informativo Q.1,000.00

Producción y reproducción:

Se adjunta las cotizaciones en anexos:

Manual de isologotipo:

Last Minute

13 impresiones full color 8" X 8" Q. 6.50 c/u - Q. 89.50
1 encuadernado Q. 14.50

Material informativo:

Corporación Litográfica

20,000 unidades. Impresión duotono tiro y retiro.

Medida 3.6" x 7.7" Q.6532.00

CMYK cuatro colores (impresión de señalización):

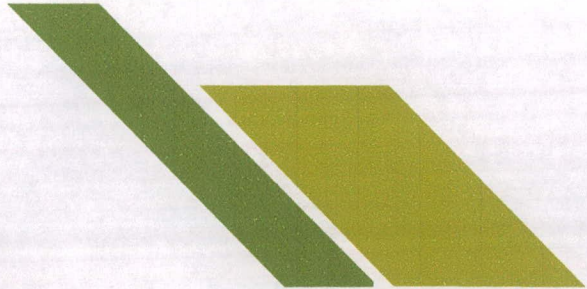
1 Sticker - Cortado al ras con laminado. Q. 69.10
1 Sticker - Cortado al ras con laminado. Q. 49.35
10 Stickers - Cortado al ras con laminado. Q. 433.70

* Hojalata y el metal utilizado cuentan el Centro Cultural la Azotea.

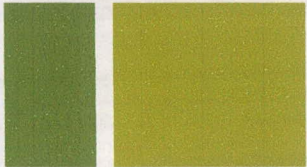
Sub total de cotización reproducción	Q. 7,188.15
Presupuesto de diseño y soporte técnico	Q. 12,000.00
Total	Q.19,188.15

13.4 Sistema de impresión o reproducción

Impresión digital por el material sticker con laminado, además de un tiraje de litografía por el material informativo.



Conclusiones y recomendaciones



Conclusiones y recomendaciones

CONCLUSIONES:

Se desarrolló una identidad gráfica para el museo Mayatenango, considerando el grupo objetivo se creó un isologotipo que reflejará un “techo”, lo cual es la característica representativa del lugar, en base a el concepto *riqueza cultural en un espacio natural*. No obstante del isologotipo para su reconocimiento e identificación se integro una manual para guardar los parámetros de aplicación de la imagen para guardar la consistencia en cada uno de sus materiales.

Se trabajó un sistema de señales (señalización) para favorecer el desplazamiento del grupo dentro de lugar, logrando ubicar y orientar a la persona en cada área de Mayatenango para conocer las diversas regiones. Teniendo en cuenta la aplicación de señales identificadoras, informativas y orientadoras se crearon signos que identificarán la fachada de cada región en base a una simplificación, además del uso retórico blanco para lograr conectar rápidamente la fachada con la ficha informativa.

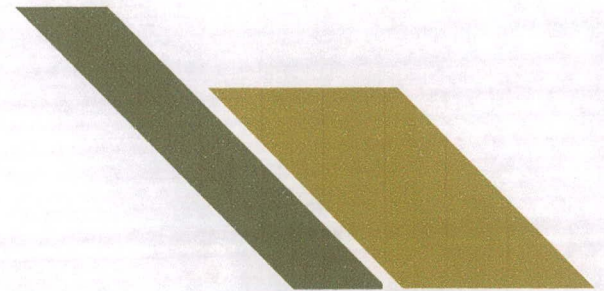
Por medio de la visita de los jóvenes universitarios se procede a dar un material informativo con un formato pequeño para ser práctico al utilizarlo dentro del lugar, logrando así complementar la información sobre su visita. El material describe las características del lugar, información de horarios, dirección además de un mapa de *Mayatenango*, logrando comunicar y ser funcional para el visitante.

RECOMENDACIONES:

Se recomienda cuando se realiza un manual guardar coherencia gráfica con el logotipo o isologotipo, tomando como base el formato y soporte.

Se recomienda implementar para el desarrollo de signos el recurso retórico blanco ya que logra ser efectivo, atractivo y evita el distraer.

Para un material informativo se recomienda utilizar formatos estándares para su fácil manejo y reproducción pero se puede tomar como recurso el doblez para jugar con las proporciones logrando así ser atractivo y que la información pase a primer plano sobre el diseño, cumpliendo su función.



Bibliografía



Bibliografía

Libros:

- Chaves, N y Belluccia R. (2003). *La marca corporativa, gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Argentina: Editorial Paidós.
- Costa, J. (2006). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.
- Dabner, D. (2005). *Diseño, maquetación y composición*. Barcelona: Blume.
- Diccionario Enciclopédico Océano. (1990). *Press-diccionario de las letras de América Latina*. Venezuela: Editorial GreenWood.
- Frascar, J. (2002). *Diseño Gráfico y comunicación*. Argentina: Infinito.
- Gili. (1991). *Manual de Imagen Corporativa*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, S.A.
- Grajeda, E. (1986). *El dibujo constructivo como proceso y auxiliar del diseño gráfico*. Guatemala.
- Lara, C. (s.f.). *La Cultura Popular*. Prensa Libre. Sección Tradiciones. Intro3.
- Mitzi, S. (1991). *Gráfica del entorno*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.
- Quentin, N. (2002). *¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, SL
- Real Academia Española, (2001). *Diccionario de la lengua española*. España.
- Twemlow, A. (2007). *¿Qué es el diseño gráfico? 2 Manual de diseño*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, SL.
- Unicef (2005). *Guatemala Realidad Socioeconómica*. Guatemala. Piedra Santa.

Internet:

- Aikun. (2007). *Logotipos, logotipos y más logotipos*. [en línea]. Disponible en: <http://aikun.wordpress.com/?s=logotipo> Logotipos, logotipos y más logotipos. Fecha de consulta: Octubre 2009.
- Alquimistas del diseño. (2007). *Diseño de señalización formal vs creatividad*

del impresor. [en línea]. Disponible en: <http://alquimistas.evilynolo.com/2007/01/05/disenio-de-senalizacion-formal-vs-creatividad-del-impresor/>. Fecha de consulta: Septiembre 2009.

Concultura. (2005). *Análisis funcional del Centro Cultural*. [en línea]. Disponible en: <http://usuarios.multimania.es/adeuscentenario/studies.html>. Fecha de consulta: Octubre 2009.

Definición.de. (2008). *Definición*. [en línea]. Disponible en: <http://definicion.de/cultura/>. Fecha de consulta: Septiembre de 2009.

Díaz, G. (2008). *Señalética*. [en línea]. Disponible en: <http://www.wolkoweb.com.ar/apuntes/textos/senaletica.rtf>. Fecha de consulta: Octubre 2009.

Glosario Museológico. (2008). *Museo*. [en línea]. Disponible en: <http://www.nuevamuseologia.com.ar/Glosario.htm>. Fecha de consulta: Octubre 2009.

Linarez, J. (2008). *El museo, la museología y la fuente de información museística*. [en línea]. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/aci/v17n4/acio5408.pdf>. Fecha de consulta: Febrero 2010.

Puy, V. (2008). *Señalización*. [en línea]. Disponible en: <http://instalacionesbus.pbworks.com/Señalización>. Fecha de consulta: Octubre 2009.

Quintana, R. (s.f.). *Diseño de Sistema de Señalización y Señalética*. [en línea]. Disponible en: <http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/senaletica.pdf>. Fecha de consulta: Octubre 2009.

Socop, A. (2009). *Guatemala multicultural: El estado fragmentado*. [en línea]. Disponible en: <http://alkuadrado.uuuq.com/guatemala-multicultural-el-estado-fragmentado/>. Fecha de consulta: Octubre 2009.

Stortoni, M. (2009). *Creación de una marca*. [en línea]. Disponible en: <http://www.dircomsocial.com/profiles/blogs/creacion-de-una-marca>. Fecha de consulta: Octubre 2009.

Bibliografía

Imágenes:

<http://neumaticosminguez.com/images/goodyear-logo-sm.gif>

http://2.bp.blogspot.com/_wSFnp8s9zew/s1600-h/toyota.jpg

http://2.bp.blogspot.com/_bc1J4Uco/s1600/Texaco.jpg

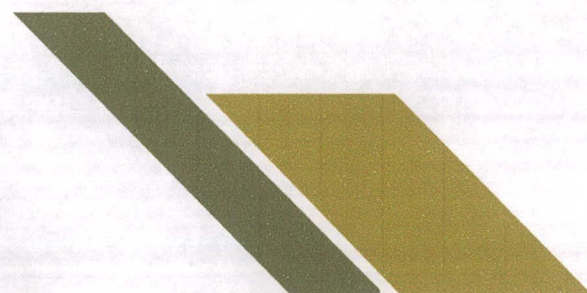
<http://www.carangoblog.pop.com.br/tag/pirelli>

<http://www.dosmanzanas.com/uploads/2010/new-york-times-logo.gif>

<http://comunidad.cajanavarra.es/sos-emergencia/2008/logotipo-panasonic.jpg>

http://vantagepointblog.files.wordpress.com/2009/09/coca-cola_logo_script.jpg

<http://www.creattica.com/logos/boy>



Anexos



Instrumento grupo objetivo - anexo 1



Facultad de Arquitectura y diseño
Departamento de Diseño Gráfico

INTRUMENTO GRUPO OBJETIVO (Centro Cultural La Azotea)

A continuación se presentan una serie de preguntas, basadas en una investigación sobre la nueva etapa "Mayatenango" que se encontrará en el Centro Cultural La Azotea. Por favor contéstelas con una "X" la respuesta que considere correcta, solamente marque una opción.

1. Sexo:

- ☐ Femenino
☐ Masculino

2. ¿Cuántos años tiene?

- ☐ 18- 21
☐ 22- 25
☐ 26 - 29

3. ¿Cuál es su estado civil?

- ☐ Soltero (a)
☐ Casado (a)
☐ Divorciado (a)
☐ Con Pareja
☐ Viudo(a)

4. ¿Cuánto es su ingreso mensual?

- ☐ menos de Q.1,000.00
☐ Q.1,000.00 a Q.5,000.00
☐ más de Q.10,000.00

5. ¿Cuántas personas viven en su casa?

- ☐ ninguna
☐ 0 - 3 personas
☐ 4-6 personas
☐ más de 7 personas

6. Tiene acceso a internet en:

- ☐ Casa
☐ Trabajo
☐ No tengo acceso
☐ Café internet

7. Posee carro:

- ☐ Si
☐ No

8. En su fin de semana usted prefiere:

- ☐ Actividades recreativas
☐ Descansar
☐ Compartir con la familia
☐ Otra: _____

9. Le gusta visitar museos:

- ☐ Si
☐ No

10. El motivo por que ha visitado museos es:

- ☐ Cultura general
☐ Por un trabajo asignado
☐ Por interés propio de visitar

11. ¿Conoce el Centro Cultural la Azotea

- ☐ Si
☐ No

*Respuesta es Si pase a la siguiente, sino a la pregunta # 13

12. ¿Por que medios se ha enterado del Centro Cultural la Azotea?

- ☐ Internet
☐ Afiches
☐ Revistas
☐ Personas que ha recomendado
☐ Otro: _____

13. ¿Que tipo de revistas prefiere?

- ☐ National geographic
☐ Selecciones
☐ Tv y Novelas
☐ Otra: _____

14. ¿Qué color relaciona con museo?

- ☐ Café ☐ Morado
☐ Negro ☐ Verde
☐ Gris ☐ Azul
☐ Corinto ☐ Anarajando

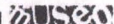
15. ¿Qué forma relaciona con museo?

- ☐  ☐ 
☐  ☐ 

16. Indique cual de los siguientes recuerda más?

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------|
| ☐ Avon | ☐ Nike |
| ☐ Wella | ☐ Xerox |
| ☐ Kellogg's | ☐ Adidas |
| ☐ Tigo | ☐ Shell |

17. Indique que tipo de letra relaciona con museo:

- | | |
|--------------------------------|--|
| ☐ Museo | ☐  |
| ☐ Museo | ☐ Museo |
| ☐ Museo | ☐ Museo |
| ☐ Museo | ☐ Museo |

18. Indique que tipo de letra le es más facil de leer?

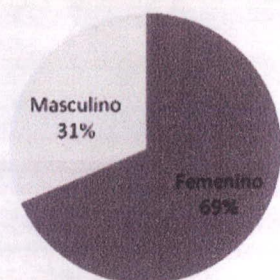
- ☐ Centro Cultural la Azotea.
☐ CENTRO CULTURAL LA AZOTEA.
☐ **Centro Cultural la Azotea.**
☐ Centro Cultural la Azotea.

¡Muchas gracias por su colaboración!

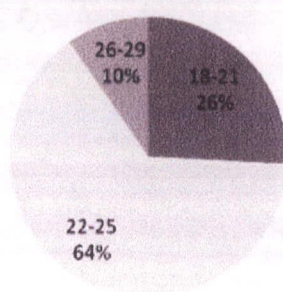
Observaciones: _____

Tabulación (grupo objetivo) - anexo 2

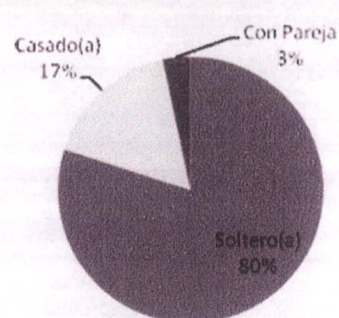
1. Sexo:



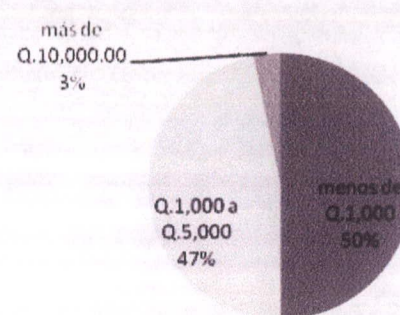
2. ¿Cuántos años tiene?



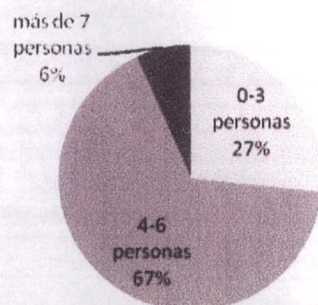
3. ¿Cuál es su estado civil?



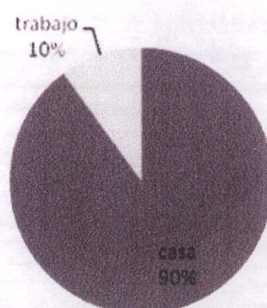
4. ¿Cuánto es su ingreso mensual?



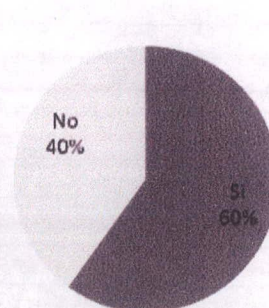
5. ¿Cuántas personas viven en su casa?



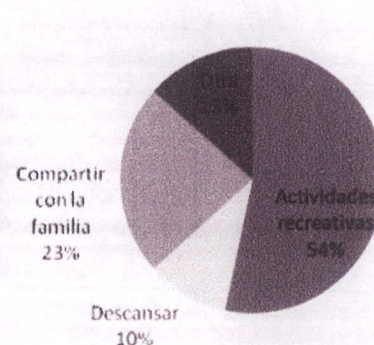
6. Tiene acceso a internet en:



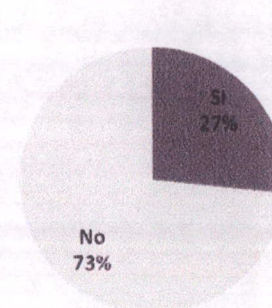
7. Posee carro:



8. En su fin de semana usted prefiere:



9. Le gusta visitar museos:



Tabulación (grupo objetivo)

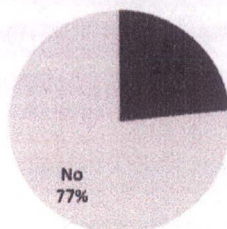
10. El motivo por que ha visitado museos es:

Por interés propio
20%



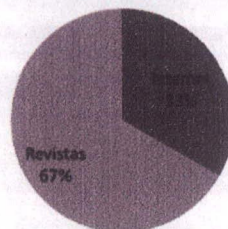
11. ¿Conoce el Centro Cultural la Azotea?

No
77%



12. ¿Por que medios se ha enterado del Centro Cultural la Azotea?

Revistas
67%



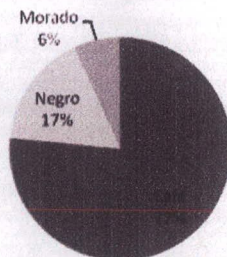
13. ¿Que tipo de revistas prefiere?

Selecciones
13%



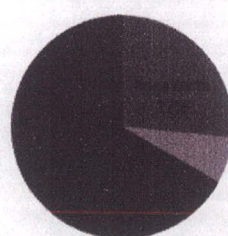
14. ¿Qué color relaciona con museo?

Morado
6%



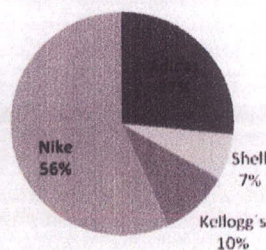
15. ¿Qué forma relaciona con museo?

espiral
6%



16. Indique cual de los siguientes recuerda más?

Nike
56%

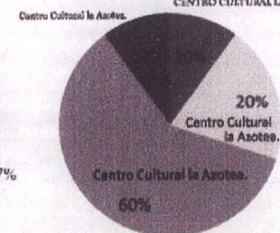


17. Indique que tipo de letra relaciona con museo:

Museo
23%



18. Indique que tipo de letra le es más facil de leer?



Instrumento de validación (grupo objetivo) - anexo 3



Universidad
Rafael Landívar
Tradicón Jesuita en Guatemala

Validación (grupo objetivo)

Reciba un cordial saludo, a continuación se le presenta una serie de preguntas que se realizan con el fin de evaluar la funcionalidad del material del Centro Cultural la Azotea, para el proyecto de Síntesis III.

Instrucciones: marque con una X en el cuadro, la respuesta que considere. Solo se permite una respuesta por pregunta.

ISOLOGOTIPO:

1. El isologotipo le refleja:

- ☐ Atención
- ☐ Desorden
- ☐ Unión
- ☐ Orden
- ☐ Monotonía

2. El tipo de letra utilizado considera que es:

- ☐ Fácil de leer
- ☐ Es muy complicado de leer
- ☐ Es confuso
- ☐ Se tiene que detener y acercar mucho para entender lo que dice
- ☐ No se entiende lo que se trata

3. La forma en el isologotipo le representa:

- ☐ Unión de tejas y naturaleza
- ☐ Techo
- ☐ Canasta
- ☐ Trazo abstracto
- ☐ Formas irregulares de viviendas

4. Los colores en el material le transmiten:

- ☐ Calidez
- ☐ Naturaleza
- ☐ Cultura
- ☐ Energía

SEÑALÉTICA:

5. La tipografía en las fichas informativas:

- ☐ Causa orden
- ☐ Genera legibilidad
- ☐ Crea desorden
- ☐ Es muy monótono

6. La tipografía en la señalética:

- ☐ Es legible
- ☐ Crear dificultad a cierta distancia
- ☐ Fácil y rápido leer
- ☐ No se lee

7. Los signos utilizados logra:

- ☐ Complementar la información
- ☐ Apoyar la temática
- ☐ No se define de que se trata
- ☐ Si se entiende cada signo

8. La pieza de apoyo

- ☐ Complementa la información
- ☐ No es útil
- ☐ Sirve para orientar e informa
- ☐ Es muy común

9. El color:

- ☐ Es aburrido
- ☐ Genera sensación de naturaleza
- ☐ Llama la atención
- ☐ Es opaco

OBSERVACIONES _____

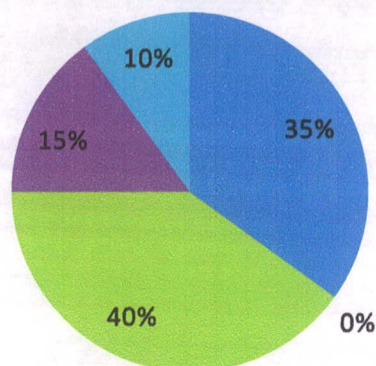
Email: _____

**¡Muchas gracias por su
colaboración!**

Tabulación de validación grupo objetivo - anexo 4

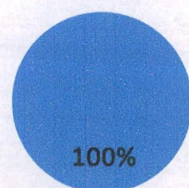
1. El isologotipo le refleja:

Atención Desorden Unión Orden Monotonía



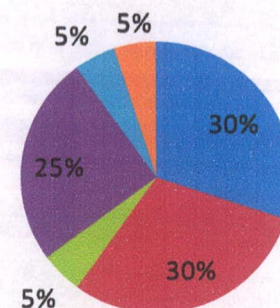
2.El tipo de letra utilizado considera que es:

Fácil de leer
Es muy complicado de leer
Es confuso
Se tiene que detener y acercar mucho para entender lo que dice
No se entiendo lo que se trata



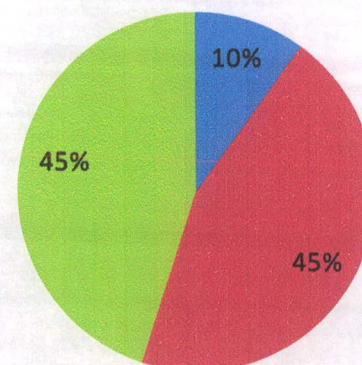
3.La forma en el isologotipo le representa:

Unión de tejas y naturaleza Techo
Canasta Trazo abstracto
Formas irregulares de viviendas nulo



4. Los colores en el material le transmiten:

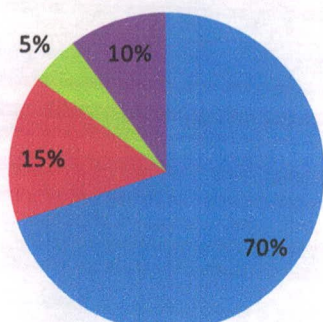
Calidez Naturaleza Cultura Energía



Tabulación de validación grupo objetivo

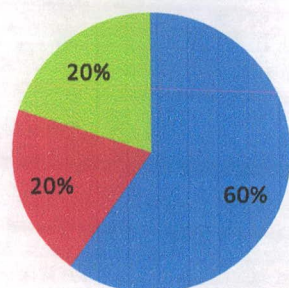
5. La tipografía en las fichas informativas:

■ Causa orden ■ Genera legibilidad ■ Crea desorden ■ Es muy monótono



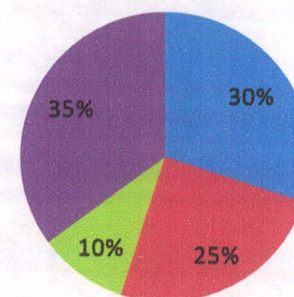
6. La tipografía en la señalética:

■ Es legible ■ Crear dificultad a cierta distancia
■ Fácil y rápido leer ■ No se lee



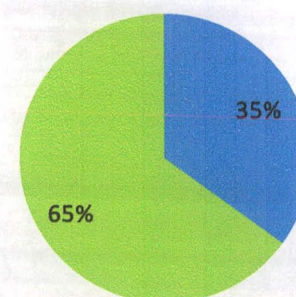
7. Los signos utilizados logra:

■ Complementar la información ■ Apoyar la temática
■ No se define de que se trata ■ Si se entiende cada signo



8. La pieza de apoyo:

■ Complementa la información ■ No es útil
■ Sirve para orientar e informa ■ Es muy común



Tabulación de validación grupo objetivo

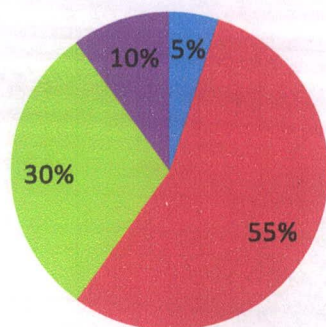
9.El color:

■ Es aburrido

■ Genera sensación de naturaleza

■ Llama la atención

■ Es opaco



Instrumento de validación (diseñador) - anexo 5

**Validación** (diseñador)

Reciba un cordial saludo, a continuación se le presenta una serie de preguntas que se realizan con el fin de evaluar la funcionalidad del material del Centro Cultural la Azotea, para el proyecto de Síntesis III.

Instrucciones: marque con una X en el cuadro, la respuesta que considere. Solo se permite una respuesta por pregunta.

Isologotipo:**1. Los ejes y retículas del isologotipo:**

- ☐ Causa orden
- ☐ Genera atención
- ☐ Contaminación visual
- ☐ Permite integración con el texto
- ☐ Genera unión con el texto

2. El tipo de letra utilizado expresa:

- ☐ Orden
- ☐ Formalidad
- ☐ Dinamismo
- ☐ Fuerza
- ☐ Rigidez

3. El isotipo le refleja:

- ☐ Unión de tejas y naturaleza
- ☐ Techo
- ☐ Canasta
- ☐ Trazo abstracto
- ☐ Formas irregulares de viviendas

4. Los colores los asocia con:

- ☐ Calidez
- ☐ Naturaleza
- ☐ Cultura
- ☐ Energía

5. Los colores:

- ☐ Logran integración
- ☐ Logran apoyar la temática
- ☐ Carecen de atracción
- ☐ Son atractivos para el grupo objetivo
- ☐ Complementa la unión con el lugar.

Señalética:**6. Los ejes y retículas de la señalética:**

- ☐ Causa orden
- ☐ Genera seguridad
- ☐ Crea desorden
- ☐ Es muy monótono

7. El tipo de la señalética:

- ☐ Es durable
- ☐ No se adapta al entorno
- ☐ Es muy resistente
- ☐ Es liviano

8. La tipografía en la señalética:

- ☐ Es legible
- ☐ Crear dificultad a cierta distancia
- ☐ Fácil y rápido leer
- ☐ No se lee

9. Los signos logran:

- ☐ Logran captar la atención
- ☐ Generan desorden
- ☐ Son llamativos
- ☐ Apoya la unidad del material

10. La elipsis trabajada en los signos:

- ☐ Se adaptan al grupo objetivo
- ☐ No se define de que se trata
- ☐ Logran complementar la información
- ☐ Genera confusión

11. El soporte utilizado:

- ☐ Logra integración con el entorno
- ☐ Genera unidad
- ☐ Genera contraste en los materiales
- ☐ Genera desorden

12. El conjunto de tipos de señalética:

- ☐ Se adaptan al grupo objetivo
- ☐ Falta algún tipo de pieza de apoyo
- ☐ Logra orientar al grupo objetivo
- ☐ Genera confusión

13. El tamaño del manual lo considera

- ☐ Demasiado pequeño
- ☐ Es práctico
- ☐ Es común
- ☐ Fácil de manejar

14. Considera que el soporte es:

- ☐ No es apropiado
- ☐ Se adapta a la imagen
- ☐ Es durable
- ☐ Se rompe fácilmente

15. El apoyo gráfico utilizado en las hojas internas lo considera:

- ☐ No maneja la línea del isologotipo
- ☐ Se adapta y guarda relación
- ☐ Rompe y crea desorden
- ☐ Guarda unidad con las piezas

OBSERVACIONES _____

Nombre: _____

Email: _____

**¡Muchas gracias por su
colaboración!**

Tabulación de validación (diseñador) - anexo 6

Isologotipo:

Los ejes y retículas del isologotipo:

Causa orden	1	33%
Genera atención	1	33%
Contaminación visual		
Permite integración con el texto		
Genera unión con el texto	1	33%

El tipo de letra utilizado expresa:

Orden		
Formalidad	3	100%
Dinamismo		
Fuerza		
Rigidez		

El isotipo le refleja:

Unión de tejas y naturaleza	1	33%
Techo	1	33%
Canasta		
Trazo abstracto		
Formas irregulares de viviendas	1	33%

Los colores los asocia con:

Calidez		
Naturaleza	1	33%
Cultura	2	66%
Energía		

Los colores:

Logran integración		
Logran apoyar la temática	1	33%
Carecen de atracción	1	33%
Son atractivos para el grupo objetivo		
Complementa la unión con el lugar.	1	33%

Señalética:

Los ejes y retículas de la señalética:	3	100%
Causa orden		
Genera seguridad		
Crea desorden		
Es muy monótono		

El tipo de la señalética:

Es durable	1	33%
No se adapta al entorno		
Es muy resistente		
Es liviano	2	66%

La tipografía en la señalética:

Es legible	2	66%
Crear dificultad a cierta distancia	1	33%
Fácil y rápido leer		
No se lee		

Los signos logran:

Logran captar la atención		
Generan desorden		
Son llamativos		
Apoya la unidad del material	3	100%

La elipsis trabajada en los signos:

Se adaptan al grupo objetivo	1	33%
No se define de que se trata		
Logran complementar la información	1	33%
Genera confusión	1	33%

El soporte utilizado:

Logra integración con el entorno	2	66%
Genera unidad	1	33%
Genera contraste en los materiales		
Genera desorden		

Tabulación de validación (diseñador)

14. El conjunto de tipos de señalética:

Se adaptan al grupo objetivo		
Falta algún tipo de pieza de apoyo		
Logra orientar al grupo objetivo	3	100%
Genera confusión		

14. Considera que la pieza de apoyo:

No causa interés		
Genera atención	1	33%
Genera unidad	2	66%
Es aburrida		

15. Considera que la pieza de apoyo:

Informa al grupo objetivo	2	66%
Genera confusión al grupo objetivo	1	33%
Es muy común		
Es atractiva para el grupo objetivo		

Instrumento de validación (experto) - anexo 7

**Validación (experto)**

Reciba un cordial saludo, a continuación se le presenta una serie de preguntas que se realizan con el fin de evaluar la funcionalidad del material del Centro Cultural la Azotea, para el proyecto de Síntesis III.

Instrucciones: marque con una X en el cuadro, la respuesta que considere. Solo se permite una respuesta por pregunta.

ISOLOGOTIPO:**1. La posición del texto y signo en el isologotipo:**

- ☐ Causa orden
- ☐ Genera atención
- ☐ Permite integración con el texto
- ☐ Crea desorden

2. El tipo de letra utilizado en el isologotipo:

- ☐ Logra captar la atención
- ☐ No es clara
- ☐ Es legible a distancia
- ☐ Es muy débil

3. El isotipo le refleja:

- ☐ Unión de tejidos y naturaleza
- ☐ Techo
- ☐ Canasta
- ☐ Trazo abstracto
- ☐ Formas irregulares de viviendas

4. Los colores:

- ☐ Crean calidez
- ☐ Reflejan naturaleza
- ☐ Refleja cultura
- ☐ Logra energía

5. Los colores:

- ☐ Logran integración
- ☐ Logran apoyar la temática
- ☐ Carecen de atracción
- ☐ Son atractivos para el grupo objetivo
- ☐ Complementa la unión con el lugar.

6. La distribución de los elementos en las señales:

- ☐ Causa orden
- ☐ Genera seguridad
- ☐ Crea desorden
- ☐ Es muy monótono

7. La tipografía en las señales:

- ☐ Es legible
- ☐ Crear dificultad a cierta distancia
- ☐ Fácil y rápido leer
- ☐ No se lee

8. Cree que las señales utilizadas:

- ☐ Contrastan con el lugar
- ☐ Logran integración con el lugar
- ☐ No refleja la temática del lugar
- ☐ Es muy común

9. Considera que los signos:

- ☐ Reflejan la imagen
- ☐ Confunden
- ☐ Crean atención y relacionan
- ☐ No complementa la información

10. El soporte utilizado para la señalética:

- ☐ Integra al lugar
- ☐ Contrasta con el lugar
- ☐ Crea desorden en el lugar
- ☐ No funciona para el grupo objetivo

11. El material utilizado es:

- ☐ Es durable
- ☐ Es liviano
- ☐ Es resistente para el lugar
- ☐ Se rompe fácilmente

12. Considera que la pieza de apoyo:

- ☐ Es atractiva
- ☐ Es muy común
- ☐ Complementa la información
- ☐ Genera atención

13. Considera que el conjunto de la señalética:

- ☐ Genera desorden
- ☐ Orienta al grupo objetivo
- ☐ Confunde al grupo objetivo
- ☐ Crea orden

OBSERVACIONES _____

Nombre: _____

Email: _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

Tabulación de validación (experto) - anexo 8

ISOLOGOTIPO:

1. La posición del texto y signo en el isologotipo:

☐ Causa orden		
☐ Genera atención	2	66%
☐ Permite integración con el texto	1	33%
☐ Crea desorden		

2. El tipo de letra utilizado en el isologotipo:

☐ Logra captar la atención	1	33%
☐ No es clara		
☐ Es legible a distancia	2	66%
☐ Es muy débil		

3. El isotipo le refleja:

☐ Unión de tejas y naturaleza	1	33%
☐ Techo	1	33%
☐ Canasta		
☐ Trazo abstracto	1	33%
☐ Formas irregulares de viviendas		

4. Los colores:

☐ Crean calidez		
☐ Reflejan naturaleza	1	33%
☐ Refleja cultura	2	66%
☐ Logra energía		

5. Los colores:

☐ Logran integración		
☐ Logran apoyar la temática		
☐ Carecen de atracción		
☐ Son atractivos para el grupo objetivo		
☐ Complementa la unión con el lugar.	3	100%

6. La distribución de los elementos en las señales:

☐ Causa orden	1	33%
☐ Genera seguridad	2	66%
☐ Crea desorden		
☐ Es muy monótono		

7. La tipografía en la señales:

☐ Es legible	1	33%
☐ Crea dificultad a cierta distancia		
☐ Fácil y rápido leer	2	66%
☐ No se lee		

8. Cree que la señales utilizadas:

☐ Contratan con el lugar	1	33%
☐ Logran integración con el lugar	2	66%
☐ No refleja la temática del lugar		
☐ Es muy común		

9. Considera que los signos:

☐ Reflejan la imagen	1	33%
☐ Confunden		
☐ Crean atención y relacionan	2	66%
☐ No complementa la información		

10. El soporte utilizado para la señalética:

☐ Integra al lugar	2	66%
☐ Contrasta con el lugar	1	33%
☐ Crea desorden en el lugar		
☐ No funciona para el grupo objetivo		

11. El material utilizado es:

☐ Es durable	2	66%
☐ Es liviano	1	33%
☐ Es resistente para el lugar		
☐ Se rompe fácilmente		

12. Considera que la pieza de apoyo:

☐ Es atractiva	2	66%
☐ Es muy común		
☐ Complementa la información	1	33%
☐ Genera atención		

13. Considera que el conjunto de la señalética:

☐ Genera desorden		
☐ Orienta al grupo objetivo	2	66%
☐ Confunde al grupo objetivo		
☐ Crea orden	1	33%

Cotización 1 - anexo 9

CONTÁCTENOS S.A.
Nit. 4436888-7



Guatemala,
Octubre, 2009

Señor
Andrea Flores
Presente

Buen día por medio de la presente hago constar la cotización de:

13 Impresiones Full Color a Q. 6.50 cada hoja para un total de Q. 84.50
Un (1) Encuadernado de Q. 14.00

Para un total de: Q. 98.50

Tiempo de Entrega: 15 Minutos
Forma de Pago: Contado

Juan José Alvarado Dubon
Last Minute Majadas

CARRETERA A EL SALVADOR
Km. 14.5 Centro Comercial Gran Plaza
Teléfonos: 6685-2321 - 2322

MAJADAS
28 Avenida 5-80, Zona 11
Teléfonos: 2384-0888 - 0944

info@lastminute.net.gt

Cotización 2 anexo 10

Cliente: **ANDREA FLORES**
 Dirección:
 Fecha: **Guatemala, 2010**
 Atención a:
 Email:
 Teléfono:



Cotización No. 11768

DESCRIPCIÓN DE TRABAJO

Tarjetas

Producto 1: Impreso en PAPEL LINO, tamaño 3.5 x 7.7, 2 colores tiro, 2 colores retiro.

10,000 unidades	Q	4,010.00
20,000 unidades	Q	6,532.00

TERMINOS Y CONDICIONES DE ACEPTACIÓN

Facturar a: _____ por: _____
 Cantidad solicitada: _____ Fecha de entrega: _____
 Lugar y dirección de entrega: _____
 Responsabilidad especial para entrega: _____
 Plazo máximo: 5 días a partir de entrega Verificación en cantidad de entrega: +/- 5%
 Validez de subcontrato: 15 días Pago: 60% firma de orden y 40% contra entrega
 Plazo respuesta escrito digital: 10 días Plazos, frecuencias e calidad: propiedad de Litográfica y su distribuidor.

Atenciones:

 Asesor de Ventas

 Asesoría Cliente

 Asesoría Asesor

