



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la comunicación

Guatemala, C.A.

ELABORADO POR:

Alison Valeria Sarat Gramajo

Carné: 21002366

Para optar al título de:

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y DISEÑO

Nueva Guatemala de la Asunción 2025

Proyecto de Graduación

Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Alison Valeria Sarat Gramajo

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Nueva Guatemala de la Asunción

Nómina de Autoridades

Rector. Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora, Dra. Mayra de Ramírez

Vicerrector Administrativo, Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General, Dr. Jorge Retolaza

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

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Lic. Rualdo Anzueto,
M.Sc.

Guatemala, 25 de abril de 2024

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

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA Y CONTENIDO DE REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK PARA DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, LAS ACTIVIDADES DE OBRAS MUNIGUATE DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA.** Así mismo solicito que la Leda. Miriam Ortiz sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,



Alison Valeria Sarat Gramajo
21002366



Leda. Miriam Ortiz
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 17 de mayo de 2024

Señorita:
Alison Valeria Sarat Gramajo
Presente

Estimada Señorita Sarat:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA Y CONTENIDO DE REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK PARA DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, LAS ACTIVIDADES DE OBRAS MUNIGUATE DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA.** Así mismo, se aprueba a la Lcda. Miriam Ortiz, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 10 de diciembre de 2024

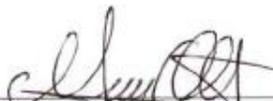
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA Y CONTENIDO DE REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK PARA DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, LAS ACTIVIDADES DE OBRAS MUNIGUATE DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA.** Presentado por la estudiante: *Alison Valeria Sarat Gramajo*, con número de carné: *21002366*, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,


Leda. Miriam Ortiz
Asesora



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 13 de febrero de 2025

Señorita
Alison Valeria Sarat Gramajo
Presente

Estimada Señorita Sarat:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

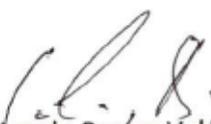
Guatemala, 22 de abril de 2025.

Licenciado
Leizer Kachler
Decano FACOM
Universidad Galileo
Presente.

Señor Decano:

Le informo que la tesis: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA Y CONTENIDO DE REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK PARA DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, LAS ACTIVIDADES DE OBRAS MUNIGUATE DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA**, de la estudiante Alison Valeria Sarat Gramajo, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.


Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez
Asesor Lingüístico
Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 24 de abril de 2025

Señorita:
Alison Valeria Sarat Gramajo
Presente

Estimada Señorita Sarat:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE LÍNEA GRÁFICA Y CONTENIDO DE REDES SOCIALES INSTAGRAM Y FACEBOOK PARA DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN GUATEMALTECA, LAS ACTIVIDADES DE OBRAS MUNIGUATE DE LA MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA.** Presentado por la estudiante: Alison Valeria Sarat Gramajo, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciada en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Quiero expresar mi profundo agradecimiento primeramente a Dios, por permitirme llegar hasta este punto de mi carrera con nuevas experiencias, aprendizajes, compañeros, amigos y, sobre todo, el conocimiento base para formar mi carrera profesional.

Agradezco a familia, mis padres: Ingrid Gramajo y Herson Sarat, a mi hermano kelvin Sarat, por brindarme su apoyo total y condicional para motivarme a seguir adelante y no rendirme a través de estos años, a pesar de las diferentes situaciones y obstáculos que he atravesado en mi vida.

Y, por último, a mi jefa inmediata de mi actual trabajo Paola Recinos, quien ha formado gran parte de mi experiencia como comunicadora y diseñadora, por inspirarme, motivarme y poner su total confianza en mi, al igual que mi equipo de trabajo. Gracias a ella he empezado el principio de mi formación como profesional y espero seguir creciendo con éxito a través de los años.

Resumen

A través del acercamiento con la empresa Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala, se identificó que el equipo Obras Munigate no cuenta con una línea gráfica apropiada y contenido moderno adecuado para las redes sociales Facebook e Instagram. Además no logra dar a conocer las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Por lo que se planteó el siguiente objetivo: diseñar una línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

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

La herramienta de investigación se aplicó a un promedio de 22 personas, entre grupo objetivo, cliente y expertos en comunicación y diseño.

El principal hallazgo, entre otros, es que se afirma que es necesario diseñar una línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala. Se recomendó mantener la misma línea gráfica establecida en el proyecto para la creación de contenido en redes sociales.

Esto permitirá lograr una imagen coherente con los lineamientos visuales de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala, asegurando así una comunicación uniforme y efectiva de las actividades realizadas a la población guatemalteca.

Para efectos legales únicamente la autora ALISON VALERIA SARAT GRAMAJO es responsable del contenido de este proyecto ya que es una investigación científica y puede

ser motivo de consulta y utilidad por estudiantes y profesionales.

La autora también se compromete a hacer el seguimiento respectivo de todo el proceso administrativo y cumplir con todos los requisitos de titulación y graduación para obtener así, el título de licenciada en Comunicación y Diseño.

Índice

Capítulo I: Introducción

Introducción11

Capítulo II: Problemática

Contexto13

Requerimiento de comunicación y diseño13

Justificación14

Magnitud14

Vulnerabilidad14

Trascendencia15

Factibilidad15

Capítulo III: Objetivos de diseño

Objetivo general17

Objetivos específicos17

Capítulo IV: Marco de referencia.

Información general del cliente y datos complementarios19

Capítulo V: Definición del grupo objetivo.

Perfil geográfico25

Perfil demográfico26

Perfil psicográfico27

Perfil conductual29

Capítulo VI: Marco teórico.

Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio31

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño33

Ciencias auxiliares, artes, teorías y tendencias38

Capítulo VII: Proceso de diseño y propuesta preliminar

Aplicación y razonamiento de la Información obtenida en el Marco Teórico45

Conceptualización48

Bocetaje51

Propuesta preliminar112

Capítulo VIII: Validación técnica

Población y muestreo120

Método e Instrumentos121

Resultados e Interpretación de resultados125

Cambios en base a los resultados134

Capítulo IX: Propuesta gráfica final: Se presenta el resultado final del proceso

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Plan de costos de elaboración150

Plan de costos de producción150

Plan de costos de reproducción151

Plan de costos de distribución151

Margen de utilidad151

IVA152

Costo total152

Cuadro resumen152

Capítulo XI: Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones154

Recomendaciones155

Capítulo XII: Conocimiento general

Capítulo XIII: Referencias

Capítulo XIV: Anexos

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

Capítulo I: Introducción

Introducción

Obras Munigate fue creada como el equipo de apoyo a Gerencia de Operaciones y Obras de la Municipalidad de Guatemala, para comunicar obras continuas de este mismo. Obras Munigate está a cargo de Paola Recinos, Licenciada en Diseño Gráfico y coordinadora de equipo de comunicación.

La función principal de Obras Munigate en redes sociales tanto en Instagram como Facebook, es ser un canal de comunicación y medio social directo, para todo aquel guatemalteco que busque informarse de manera inmediata sobre las operaciones y obras a cargo de la institución pública para el servicio de los habitantes del municipio.

Actualmente el equipo Obras Munigate carece de una línea gráfica apropiada y contenido moderno adecuado para las redes sociales Facebook e Instagram, ya que el mayor problema es no ser constantes y visibles ante su público objetivo, dañan su imagen y evitan dar a conocer las actividades de la institución pública.

Ante la historia y trayectoria del equipo Obras Munigate, se ha decidido realizar un diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Para crear el concepto creativo se usará el método de El arte de preguntar por Alex Osborn, experto en creatividad y creador del Brainstorming. A través de este método de investigación lógico inductivo, se creará un marco teórico que respalde la investigación.

Al determinar los objetivos del proyecto, se realizará un marco teórico que contenga conceptos de comunicación y diseño, ciencias, artes, teorías y tendencias actuales, que ayudarán a respaldar y guiar de forma adecuada, científica y correcta la elaboración de dicho material gráfico.

CAPÍTULO II
PROBLEMÁTICA

Capítulo II: Problemática

Obras Munigate es el equipo principal de la Gerencia de Operaciones y Obras de la Municipalidad de Guatemala. Actualmente carece de una línea gráfica y contenido en redes sociales apropiados al trabajo que hace dicha institución, para que la población guatemalteca reconozca el trabajo, siendo la Gerencia de Operaciones y Obras un canal de comunicación y medio social principal.

Obras Munigate ha sobresalido gracias a la diversidad y calidad de contenido que brinda al público guatemalteco, pero su secuencia dinámica y personalizada de su bajo perfil, tiende a no llamar la atención y perder la visibilidad de la población guatemalteca.

Contexto

Obras Munigate fue creada como el equipo de apoyo a Gerencia de Operaciones y Obras de la Municipalidad de Guatemala, para comunicar obras continuas de este mismo. Su función principal en redes sociales es ser un canal de comunicación y medio social directo, para todo aquel guatemalteco que busque informarse de manera inmediata sobre las operaciones y obras a cargo de la institución pública para el servicio de los habitantes del municipio.

El equipo Obras Munigate no cuenta con una línea gráfica apropiada y contenido moderno adecuado para las redes sociales, no logra captar la atención del público guatemalteco.

Requerimiento de Comunicación y Diseño

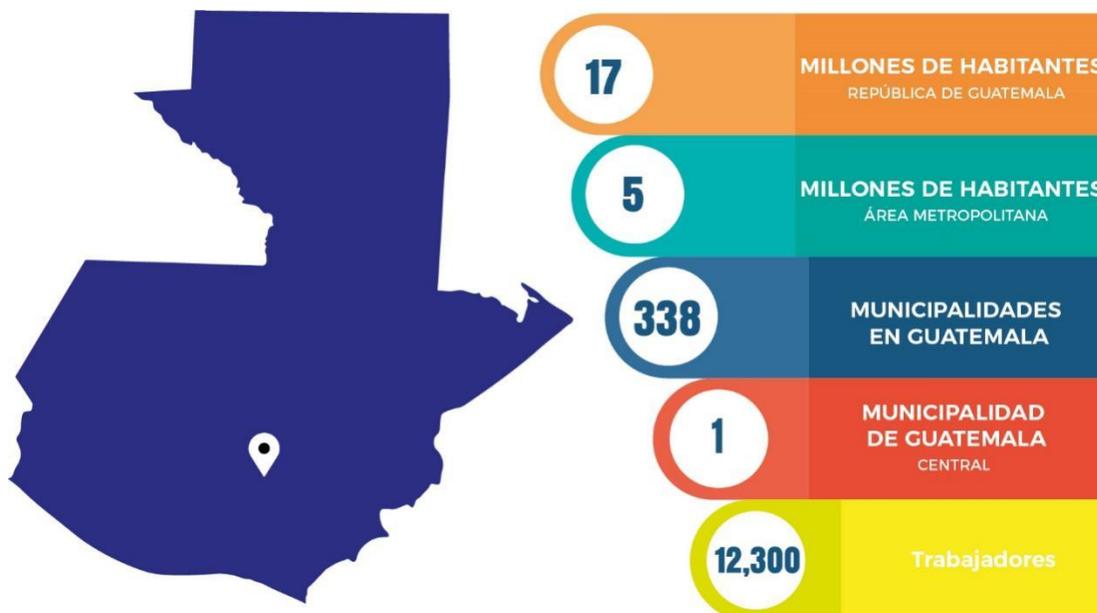
El equipo Obras Munigate no cuenta con una línea gráfica apropiada y contenido moderno adecuado para las redes sociales Facebook e Instagram. Además no logra dar a conocer las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Justificación

Para sustentar de manera consistente las razones por las cuales se consideró importante el problema y la intervención del diseñador - comunicador, se justifica la propuesta a partir de cuatro variables: a) magnitud; b) trascendencia; c) vulnerabilidad; y d) factibilidad.

Magnitud

La magnitud de este proyecto de graduación es de 12,300 colaboradores reales en las redes sociales de Obras Muniguate, graficándose de la forma siguiente:



Gráfica de magnitud creada por Alison Valeria Sarat Gramajo

Vulnerabilidad

La falta de un buen diseño de línea gráfica y contenido en redes sociales puede generar un menor contacto presencial, que obligue y cree un nivel de desinformación hacia el trabajo, operaciones y obras a cargo de la institución pública. Además, si el contenido no se ajusta a los estándares profesionales y gráficos del equipo, puede generar un riesgo y crisis de imagen corporativa, menor visibilidad profesional, críticas negativas y denuncias sociales con alcance exponencial.

Trascendencia

Con la creación de diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales, disminuirá la falta de visibilidad como canal de comunicación y medio social y llamará la atención del público guatemalteco de forma factible, beneficiando a la población como receptor y al equipo como emisor.

Factibilidad

El proyecto de graduación si es factible, ya que el equipo Obras Munigate cuenta con los recursos humanos, organizacionales, económicos y tecnológicos, que hacen posible y realizable el proyecto.

Recursos Humanos. El equipo Obras Munigate tiene actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto, por un monto de Q3,500.00 y para la realización de diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales; Tik Tok, Facebook, Instagram, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras_Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Recursos Organizacionales. El Gerente de operaciones y obras autoriza al personal para que esté en disposición de brindar toda la información necesaria de la empresa para llevar a cabo este proyecto.

Recursos Económicos. El equipo Obras Munigate posee actualmente con los recursos necesarios, que posibilita la realización de este proyecto.

Recursos Tecnológicos. La licenciada en Ciencias de la Comunicación Alison Valeria Sarat Gramajo cuenta con el equipo y las herramientas indispensables para elaborar y producir el resultado del proyecto de graduación.

CAPÍTULO III
OBJETIVOS DE DISEÑO

Capítulo III: Objetivos del Diseño

El Objetivo General

Diseñar una línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Los Objetivos Específicos

- Recopilar información necesaria por medio del brief proporcionado por el cliente de los trabajos y actividades que realiza Obras Munigate y así brindar un contenido apegado a los objetivos de la institución.
- Investigar ciencias, artes, teorías y tendencias actuales a través de distintas fuentes bibliográficas sobre el diseño de línea gráfica y la generación de contenido para redes sociales para que se pueda respaldar científicamente la propuesta de diseño.
- Diagramar las publicaciones para redes sociales y la línea gráfica de forma ordenada, coherente y atractiva para que la población guatemalteca pueda estar informada acerca de las actividades que realiza Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

CAPÍTULO IV
MARCO DE REFERENCIA

Capítulo IV: Marco de Referencia

Información General del Cliente

Nombre de la empresa

Obras Muniguate

Dirección

21A Calle 6-77, Cdad. de Guatemala 01001

Teléfono

2285 8000

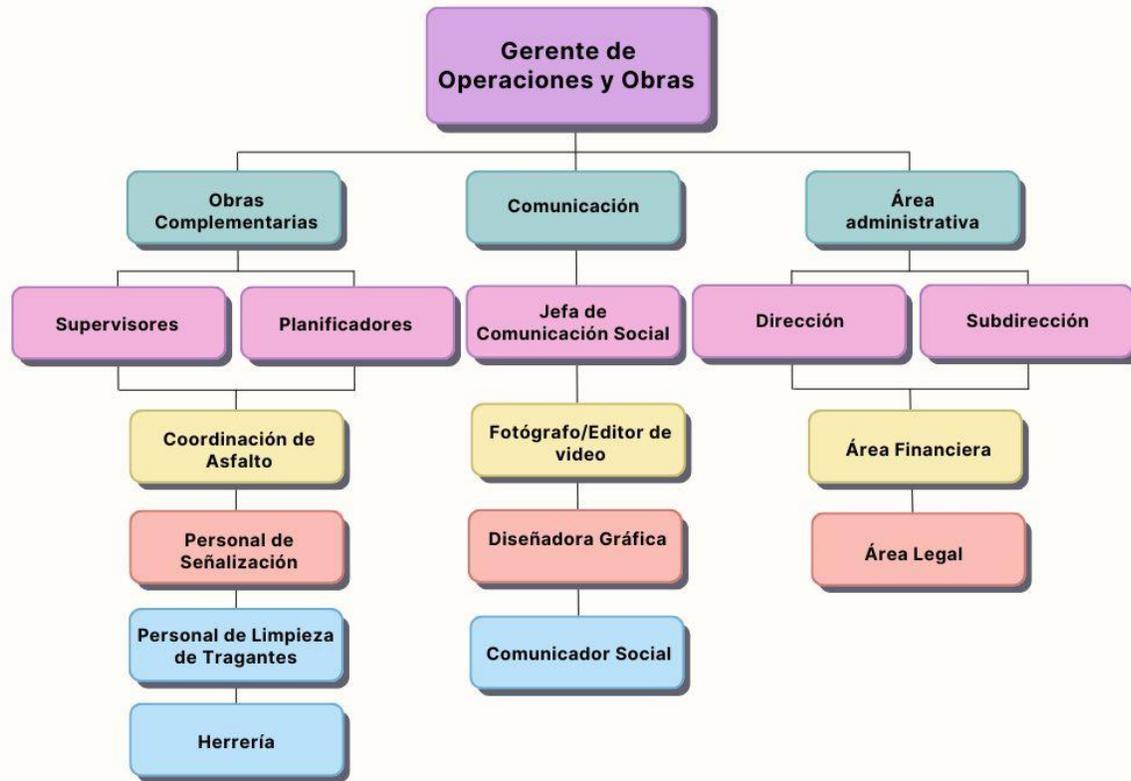
Misión

Ofrecer a los habitantes del municipio las condiciones que generen una mejor calidad de vida, una convivencia armónica y las oportunidades necesarias para propiciar la inversión social, pública y privada por medio de acciones que impulsen la eficiencia en la prestación de los servicios públicos municipales.

Visión

Involucrarse al máximo en cualquier tarea, valiéndose de todos los conocimientos y capacidades que se poseen para llevar a cabo una actividad o proyecto, de modo que se ofrezca siempre el máximo esfuerzo para lograr cumplir con los objetivos.

Organigrama



Organigrama elaborado por Alison Sarat Gramajo.

FODA

Se realizó un diagnóstico FODA del equipo Obras Muniguat, para entender el panorama general de la misma e identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas a las que se enfrenta el equipo de la Municipalidad de Guatemala.



Antecedentes de Diseño

a. Logotipo. El actual logotipo del Equipo Obras Munigate fue creado siguiendo el lineamiento de diseño específico de la Municipalidad de Guatemala. Utiliza una tipografía Montserrat y un isotipo con el escudo oficial de la Municipalidad de Guatemala.

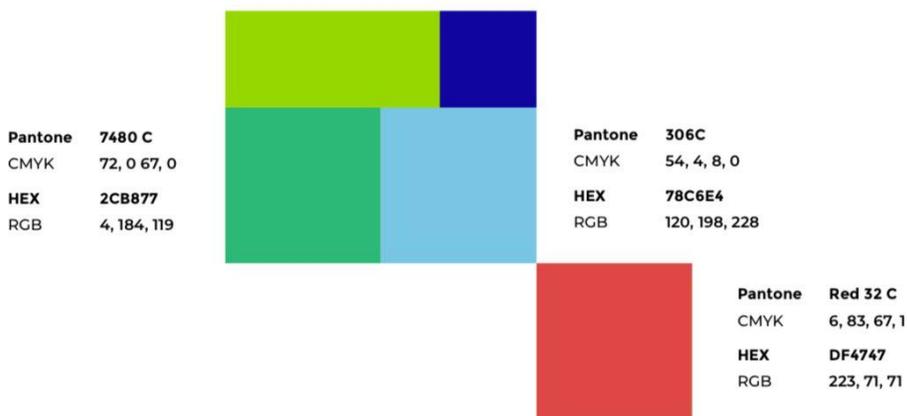


b. Sistema de color. El actual logotipo utiliza el siguiente esquema de colores y tipografía.

Pantone	375 C
CMYK	45, 0, 90, 0
HEX	97D700
RGB	151, 215, 0



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



Los colores secundarios de la marca municipal se extraen del isotipo y pueden ser utilizados en la comunicación con presencia de los colores principales.

Montserrat Thin

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Extra Light

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Light

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Regular

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Medium

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Italic

*"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"*

Montserrat Semi Bold

**"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"**

Montserrat Bold

**"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"**

Montserrat Extra Bold

**"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"**

CAPÍTULO V
DEFINICIÓN DEL GRUPO OBJETIVO

Capítulo V: Definición del Grupo Objetivo

El equipo Obras Muniguat actualmente brinda sus servicios a hombres y mujeres entre 25 a 55 años de edad, quienes tienen interés total en el mantenimiento, proyectos y obras de la Ciudad de Guatemala, dirigida por la Municipalidad de Guatemala. Estas personas pertenecen a los niveles socioeconómicos C1, C2, C3 y D1 y residen en la Ciudad de Guatemala.

El grupo busca información inmediata sobre las operaciones, obras y proyectos que se llevan a cabo diariamente en la ciudad, con el objetivo de satisfacer sus necesidades locales, asegurando su participación en el progreso económico, social y cultural. El equipo Obras Muniguat se dedica a contribuir a la satisfacción de las necesidades colectivas y garantizar la integración y participación de los ciudadanos en la planificación y el desarrollo humano sostenible del Municipio.

Perfil Geográfico

Guatemala cuenta con una extensión territorial de 108,889 km². Limita al oeste y norte con México, al este con Belice y el golfo de Honduras, al sureste con Honduras y El Salvador, y al sur con el Océano Pacífico.

El equipo Obras Muniguat se encuentra ubicada en la Ciudad de Guatemala, específicamente en zona 1.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística de Guatemala, la densidad poblacional promedio de la ciudad de Guatemala es de aproximadamente 6,100 habitantes por kilómetro cuadrado, la Zona 1 tiene una población según datos de el censo 2024 de alrededor de 46,215 habitantes, ubicándose en el sexto lugar de zonas más pobladas de Ciudad de Guatemala. y las temperaturas medias oscilan entre los 10 y 25 °C. El idioma predominante en el área metropolitana es el español.

Perfil Demográfico

El grupo objetivo está comprendido por hombres y mujeres entre las edades de 25 a 55 años en los niveles socioeconómicos C1, C2, C3 y D1. Multivex (2018).

El estudio de niveles socioeconómicos estima que el nivel C1 este compuesto por el 35.4% de la población guatemalteca con ingresos estimados de Q25,600. El perfil C1 corresponde a personas que cuentan con un desempeño ejecutivo medio, comerciante o vendedor. Poseen casa o apartamento rentado o financiado de 2-3 habitaciones, equipados con 1 teléfono de casa, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, mas de 2 TV, lavadora, computadora/miembros electrodomésticos básicos. Disponen autos propios asegurados por una financiera y sus hijos asisten a colegios privados. Entre sus principales actividades recreativas se encuentran las visitas a parques temáticos, centros comerciales y cines.

En el perfil C2, está compuesto por personas con ingresos estimados de Q17,500. Cuentan con un desempeño ejecutivo medio, comerciante, vendedor, dependiente. Poseen casa o apartamento rentado o financiado de 1-2 habitaciones, equipados con 1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 celulares, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos. Disponen vehículo propio y sus hijos asisten a colegios privados. Entre sus principales actividades recreativas se encuentran las visitas a parques temáticos, centros comerciales y cines.

En el perfil C3 está compuesto por personas con ingresos estimados de Q11,900. Cuentan con un desempeño comerciante, vendedor, dependiente. Poseen casa apartamento rentado o financiado de 1-2 habitaciones, equipados con 1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos. Disponen vehículo sin seguro y sus hijos asisten a colegios privados. Entre sus principales actividades recreativas se encuentran las visitas a cine eventual, parques, estadio.

En el perfil D1 está compuesto por personas con ingresos estimados de Q7,200. Cuentan con un desempeño obrero, dependiente. Poseen casa rentada de 1-2 habitaciones, equipados con 1 celular, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos. Disponen vehículo sin seguro, moto por trabajo y sus hijos asisten a escuelas. Entre sus principales actividades recreativas se encuentran las visitas parques, estadio.

Perfil psicográfico

El grupo objetivo comprendido entre las edades de 25 a 55 años está conformado por profesionales con preparación académica. Son personas que disfrutan de sus tiempos libres, ejercicio, lectura, pasar tiempo con su familia explorando lugares nuevos y reuniones con amigos cercanos. Además, se mantienen actualizados a través de los medios tecnológicos. Sus consumos básicos, compras, productos funcionales para su hogar son realizados preferentemente en centros comerciales.

Estas personas son profesionales, ejecutivos, empresarios, que priorizan un estilo de vida moderado, práctico y orientado al éxito. Consumen alimentos saludables, evitan las sustancias tóxicas y actividades perjudiciales. Son personas en busca de un buen desarrollo personal, criterio propio y pensamiento libre y abierto.

Tabla de Niveles Socioeconómicos

CARACTERÍSTICAS	35.40%			
	5.9 NIVEL C1	11.60% NIVEL C2	17.90% NIVEL C3	50.70% NIVEL D1
Ingresos	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00
Educación padres	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Licenciatura	Media completa
Educación hijos	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela
Desempeño	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente
Vivienda	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala
Otras propiedades	Sitios/terrenos interior por herencias			
Personal de servicio	Por día	Por día, eventual	Eventual	
Servicios financieros	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro
Posesiones	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo
Bienes de comodidad	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomésticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomésticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomésticos básicos
Diversión	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio

Fuente: Niveles socioeconómicos Multivex, 2018

Perfil Conductual

El grupo objetivo se presenta con la intención de adquirir información de manera inmediata sobre las operaciones y obras a cargo de la institución pública para el servicio del municipio. Estas personas muestran una alta preocupación por su bienestar y el buen funcionamiento del municipio, valoran el trabajo de cada integrante de la Municipalidad de Guatemala, para fomentar el desarrollo y las condiciones adecuadas para mejorar su calidad de vida.

Comprometidos a adquirir los servicios del equipo Obras Munigate, estas personas se caracterizan por ser leales a la Municipalidad, debido a la confianza que han desarrollado en base a experiencias previas de sus proyectos y a los resultados positivos obtenidos de estos mismos.

El proyecto beneficiará al equipo Obras Munigate para identificarla en el segmento público de la ciudad de Guatemala ante colaboradores y clientes reales, quienes buscan informarse sobre operaciones y obras de la infraestructura urbana.

CAPÍTULO VI
MARCO TEÓRICO

Capítulo VI: Marco Teórico

La creación de línea gráfica y contenido de redes sociales que representará a el equipo Obras Muniguat requiere una sólida y base teórica y conceptual. Es fundamental adquirir conocimientos generales sobre infraestructura urbana, así como comprender los distintos procesos y servicios que lleva a cabo Gerencia y Operaciones de Obras.

Es importante tener en cuenta que contar con una línea grafica y contenido de redes identificara al equipo Obras Muniguat en las redes sociales, obteniendo relevancia, profesionalismo y confianza.

A continuación, se presentan algunos conceptos respaldados y fundamentados en el marco teórico del proyecto. Estos conceptos contribuyen a alcanzar los objetivos establecidos.

Conceptos fundamentales relacionados con el producto y servicio

Línea Gráfica. Conjunto de elementos visuales que conforman la identidad visual de una marca. Es la representación gráfica coherente y consistente que permite identificar a una empresa, producto o servicio de manera única. La línea gráfica incluye elementos como el logotipo, la tipografía, la paleta de colores, las imágenes y las formas que se utilizan en todos los materiales de comunicación de la marca. (Dongee, 2023)

Redes Sociales. Estructuras sociales compuestas por personas o grupos de personas, conectadas a través de uno o varios tipos de relaciones sociales, que se encuentran limitadas por tiempo y espacio, en las que los actores (individuos u organizaciones) comparten objetivos comunes y realizan actividades colectivas." (Boyd, D. M., & Ellison, N. B., 2007).

Instagram. Red social de fotografía y video propiedad de Meta (anteriormente Facebook) que permite a los usuarios compartir fotos y videos cortos, aplicar filtros digitales y editarlos, así como interactuar con otros usuarios a través de "me gusta", comentarios y mensajes directos. (Armetrics. (s.f.)

Facebook. Red social diseñada para conectar a personas, facilitando la interacción entre amigos, familiares, compañeros de trabajo y personas con intereses comunes. Con más de 2.800 millones de usuarios activos mensuales hasta 2023, sigue siendo una de las plataformas sociales más grandes del mundo. En Facebook, los usuarios pueden interactuar a través de comentarios, mensajes privados, participación en grupos y páginas, y mediante transmisiones de video en directo a través de Facebook Live. (Arimetrics. (s.f.)

Contenido de Redes Sociales. se refiere a cualquier material que se comparte en plataformas digitales como Facebook, Instagram, Twitter, etc. Este puede incluir texto, imágenes, videos, enlaces, audios y otros formatos multimedia. Su objetivo principal es generar interacción y construir una comunidad en torno a una marca, persona o tema. (Solis, J., 2020, p. 45).

Operaciones. Se refiere al conjunto de actividades y procesos que transforman insumos en productos finales o servicios, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y maximizar la eficiencia. Estas actividades abarcan desde la planificación y programación de la producción hasta la distribución y logística. (Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R., 2019, p. 3).

Obras. Se refiere a todas las construcciones, instalaciones, equipos y maquinaria necesarios para llevar a cabo un proceso productivo o un servicio. Incluyen desde grandes estructuras como edificios y plantas industriales hasta herramientas y equipos más pequeños. En esencia, son los activos físicos que permiten a una empresa transformar insumos en productos finales. (Martínez, J. L., 2018, p. 25).

Obras Municipales. Son el conjunto de actividades que realiza la municipalidad para la construcción, reparación y mantenimiento de la infraestructura física del municipio, con el fin de satisfacer las necesidades básicas de la población y promover el desarrollo local. Es importante tener en cuenta que las características específicas de las Obras Municipales pueden variar de un municipio a otro, dependiendo de sus necesidades y recursos. (Acevedo, R. & Vásquez, L. 2014)

Municipalidad. Entidad gubernamental local encargada de la administración de un municipio. Es decir, es la institución que se encarga de gestionar los servicios públicos, el ordenamiento territorial y el desarrollo de una comunidad específica. (Diccionario Panhispánico. (s.f)

Institución Pública. Organización establecida por el Estado con el objetivo de satisfacer necesidades colectivas y brindar servicios públicos a la ciudadanía. Estas instituciones están reguladas por leyes y normas específicas, y su funcionamiento es financiado, en su mayor parte, con fondos públicos. (García, M. A., 2018, p. 35).

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación

Comunicación. Es una habilidad fundamental que nos permite conectar con los demás, compartir ideas, resolver problemas y construir relaciones. Una comunicación efectiva requiere de habilidades como la escucha activa, la empatía, el asertividad y la capacidad de adaptarse a diferentes contextos y culturas. (Watzlawick, Beavin Bavelas & Jackson, 1996)

Es el proceso de transmitir y recibir información entre personas o entidades. Esta información puede ser verbal o no verbal, y se puede transmitir a través de diversos canales, como el habla, la escritura, los gestos, las señales, los medios de comunicación electrónicos y otros. La comunicación es esencial para la interacción social, el desarrollo personal, la colaboración y el progreso de las sociedades. (Watzlawick, Beavin Bavelas & Jackson, 1996).

Proceso de comunicación. Es un intercambio dinámico de información entre dos o más personas, donde se transmite un mensaje a través de un canal y se recibe con la intención de comprenderlo. Este proceso implica la participación de un emisor que codifica el mensaje, un canal que lo transmite, un receptor que lo decodifica y un código compartido que permite la interpretación del mensaje. (Watzlawick, P., Beavin Bavelas, J., & Jackson, D. D, 1996)

Comunicación Corporativa. Es una herramienta fundamental para el éxito de las organizaciones en un entorno cada vez más competitivo y globalizado. Una comunicación efectiva permite a las empresas construir relaciones sólidas con sus stakeholders, fortalecer su reputación y alcanzar sus objetivos estratégicos. (Kotler, P., Keller, K. L., & Cesarone, C. R. 2020)

Es un proceso estratégico que gestiona las comunicaciones internas y externas de una organización para construir y mantener una imagen positiva, fortalecer las relaciones con sus stakeholders, y alcanzar sus objetivos estratégicos. (Kotler, P., Keller, K. L., & Cesarone, C. R. 2020)

Identidad Corporativa. Es un activo estratégico fundamental para las organizaciones. Una identidad fuerte y consistente ayuda a las empresas a diferenciarse en el mercado, construir relaciones duraderas con sus stakeholders y alcanzar sus objetivos de negocio. Es la esencia de una organización, definida por sus valores, misión, visión y personalidad. Es la representación visual y simbólica que comunica la identidad de la organización a sus grupos interesados. (Aaker, D. A. 2019)

Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

Diseño gráfico. Es un proceso creativo que consiste en la planificación, organización y ejecución de ideas para comunicar un mensaje visualmente. Se utiliza para crear una amplia gama de productos visuales, desde logotipos y empaques hasta sitios web y publicaciones impresas. El objetivo del diseño gráfico es crear soluciones visuales que sean atractivas, funcionales y efectivas para transmitir el mensaje deseado al público objetivo. Es un campo dinámico y creativo que requiere una combinación de habilidades técnicas, artísticas y de comunicación. Los diseñadores gráficos trabajan en una amplia gama de industrias, incluyendo publicidad, marketing, comunicación, editorial y diseño web. (Meggs, Philip B., & Williams, Rob. 2019)

Diseño digital. Diseño digital es la disciplina que se encarga de crear y desarrollar productos, servicios e interfaces digitales utilizando herramientas y tecnologías informáticas. Implica la combinación de creatividad y técnica para generar experiencias visuales atractivas y funcionales en entornos digitales. (U-tad. 2023).

Logotipo. Es un símbolo gráfico que representa una marca, producto o servicio. Es la piedra angular de la identidad visual de una empresa y debe ser capaz de comunicar el mensaje de la marca de forma instantánea y memorable. Es una inversión importante para cualquier empresa. Un logotipo bien diseñado puede ayudar a una empresa a crear una identidad de marca fuerte, diferenciarse de la competencia y atraer a nuevos clientes. (Wheeler, 2019)

Adobe Illustrator. Es un software de gráficos vectoriales que te permite crear ilustraciones digitales de alta calidad. A diferencia de los programas de edición de imágenes basados en píxeles, como Photoshop, las imágenes creadas en Illustrator se pueden escalar a cualquier tamaño sin perder calidad. Es una herramienta poderosa y versátil para la creación de gráficos vectoriales de alta calidad, lo que lo convierte en una opción popular para diseñadores, ilustradores y creativos de todo tipo. (Williams, 2017)

Adobe Photoshop. Es un editor de gráficos rasterizado que te permite crear, editar y manipular imágenes digitales. Con Photoshop, puedes retocar fotografías, diseñar gráficos web, crear composiciones digitales y mucho más." Es una herramienta poderosa y versátil para la edición de imágenes, diseño gráfico y creación de composiciones digitales, lo que lo convierte en un elemento indispensable para fotógrafos, diseñadores y creativos de todo tipo. (Ang, 2021)

Ilustración. Fue un movimiento intelectual que surgió en Europa a finales del siglo XVII y que se extendió por todo el continente durante el siglo XVIII. Se caracterizó por su fe en la razón, el progreso y la tolerancia, y por su oposición a la autoridad tradicional, como la Iglesia y la monarquía." (Gay, 2007)

Tuvo un impacto significativo en el mundo occidental, y sus ideas dieron lugar a revoluciones políticas, sociales y culturales. Los principios ilustrados siguen siendo relevantes en la actualidad, y forman parte de los fundamentos de las democracias modernas y de los derechos humanos. (Gay, 2007)

Fotografía. Es un arte y una técnica en constante evolución, con nuevas tecnologías y aplicaciones que surgen constantemente. Es una forma de expresión creativa que permite a los fotógrafos capturar su visión del mundo y compartirla con los demás. (Kelby, 2018)

Es el arte de crear imágenes duraderas mediante la acción de la luz sobre un material fotosensible. Es una forma de capturar momentos en el tiempo, contar historias y preservar recuerdos. (Kelby, 2018)

Video. Es un medio de comunicación poderoso y versátil que ha revolucionado la forma en que consumimos información y entretenimiento. Su capacidad para capturar la realidad y transmitir emociones lo convierte en una herramienta invaluable para la comunicación humana. Entre sus principales características, utiliza imágenes en movimiento, sonido y, en ocasiones, texto para transmitir información, ideas y emociones. Es una herramienta poderosa que puede utilizarse para informar, entretener, educar y documentar." (Pérez, 2010)

Matriz digital. Es una estructura rectangular de datos que almacena elementos o valores en filas y columnas. Cada elemento de la matriz se identifica por sus coordenadas (fila, columna). Son una herramienta fundamental en matemáticas, informática y otras áreas. Su capacidad para almacenar y manipular grandes cantidades de datos de manera eficiente las hace indispensables para una amplia gama de aplicaciones. (Strang, Gilbert. 2018)

Línea gráfica. Es un componente esencial de la identidad de marca y juega un papel crucial en la comunicación efectiva con el público objetivo. Una línea gráfica bien diseñada puede ayudar a fortalecer la imagen de marca, aumentar el reconocimiento y generar confianza entre los consumidores. Es el sistema de elementos visuales que dan forma a la identidad de una marca. Estos elementos incluyen el logotipo, la tipografía, los colores, las imágenes y el estilo gráfico general. La línea gráfica debe ser coherente y aplicarse de manera consistente en todas las comunicaciones de la marca. (Lupton, 2016)

Ciencias Auxiliares, Artes, Teorías y Tendencias.

Ciencias Auxiliares

Semiología. Es la ciencia que estudia los sistemas de signos que sirven para la comunicación humana. Estos sistemas incluyen el lenguaje, las imágenes, los gestos y los objetos. La semiología analiza cómo estos signos producen significado y cómo estos significados son interpretados por los usuarios. Es una herramienta valiosa para comprender cómo funcionan los signos y cómo se producen los significados. Esta comprensión puede ser útil en una variedad de contextos, desde la publicidad y el marketing hasta la educación y la investigación cultural. (Eco, 1976)

Semiología de la imagen. Es una ciencia que estudia los sistemas de signos que sirven para la comunicación visual. Estos sistemas incluyen las fotografías, las pinturas, la publicidad, el diseño gráfico y el cine. La semiología de la imagen analiza cómo estos signos producen significado y cómo estos significados son interpretados por los espectadores. Es una herramienta valiosa para comprender cómo las imágenes producen significado y cómo son interpretadas por los espectadores. Esta comprensión puede ser útil en una variedad de contextos, desde la creación de campañas publicitarias efectivas hasta la apreciación crítica del arte y el cine. (Barthes, 1967)

Cibernética. Es la ciencia de los sistemas de control y comunicación, ya sean estos mecánicos, eléctricos, biológicos, sociales o de cualquier otra naturaleza. Es una ciencia fascinante y en constante evolución que ha tenido un impacto profundo en nuestra comprensión del mundo. Sus principios se aplican a una amplia gama de disciplinas y continúan inspirando nuevos avances en tecnología, ciencia y sociedad. (Wiener, 1948)

Psicología de la comunicación. Es el estudio científico de los procesos mentales y sociales involucrados en la comunicación humana. Se centra en cómo las personas envían, reciben e interpretan mensajes, tanto verbales como no verbales, y cómo estos procesos afectan las relaciones, el comportamiento y la cognición. Es una disciplina fascinante y en constante evolución que nos ayuda a comprender mejor cómo nos comunicamos con los demás. Este conocimiento puede ser utilizado para mejorar nuestras relaciones, nuestra comunicación y nuestra calidad de vida en general. (Mahling & Faber, 2017)

Antropología. Es el estudio científico de la humanidad, tanto en el pasado como en el presente. Estudia la diversidad de las culturas humanas y trata de comprender cómo han evolucionado y por qué difieren entre sí. Es una ciencia fascinante y en constante evolución que nos ayuda a comprender mejor la complejidad de la experiencia humana. (Harris, 2001)

Sociología. Es el estudio de la vida social, de los grupos sociales y de la sociedad en general. Examina cómo se comportan las personas en sus relaciones con los demás y cómo estas relaciones dan forma a lo que somos como individuos. Es una ciencia fascinante y en constante evolución que nos ayuda a comprender mejor el mundo que nos rodea. Al estudiar la sociedad, podemos comprender mejor las fuerzas que dan forma a nuestras vidas y trabajar para crear un mundo más justo y equitativo. (Giddens, 2006)

Estadística. Es la ciencia que se ocupa de la recolección, organización, análisis e interpretación de datos, tanto para describir las características de una población o un fenómeno como para hacer inferencias sobre el mismo. Es una herramienta poderosa que nos permite comprender mejor el mundo que nos rodea. Al analizar datos, podemos identificar patrones, tendencias y relaciones que de otra manera serían invisibles. Esta información puede ser utilizada para tomar decisiones informadas en todos los aspectos de nuestras vidas. (Gea-Sacristán & Sánchez-Úbeda, 2019)

Marketing. Es la actividad empresarial que dirige el flujo de bienes y servicios desde el productor hasta el consumidor o usuario final. El marketing incluye las siguientes actividades: investigación de mercado, promoción, distribución, fijación de precios y venta de bienes y servicios. Es una disciplina esencial para el éxito de las empresas en el mundo actual. Al comprender las necesidades de los clientes y desarrollar estrategias de marketing efectivas, las empresas pueden crear valor para sus clientes, generar ganancias y alcanzar sus objetivos a largo plazo. (Kotler, Armstrong & Keller, 2016)

Arquitectura. Es la ciencia y el arte de diseñar y construir espacios y estructuras que sean funcionales, estéticos y seguros. Se encarga de la planificación, proyección y construcción de edificios, viviendas, infraestructuras y otros elementos del entorno construido. La arquitectura abarca una amplia gama de disciplinas, incluyendo la ingeniería estructural, la física de la construcción, la estética, la historia y la antropología. (Frampton, 2004)

Su principal característica es que ha jugado un papel fundamental en el desarrollo de la humanidad. A través de la arquitectura, las sociedades han expresado sus valores, sus creencias y su visión del mundo. (Frampton, 2004)

Artes

Tipografía. Es el arte y la técnica de diseñar y organizar letras para crear textos legibles, atractivos y con un impacto visual. Se encarga de la selección, composición y distribución de los tipos de letra, así como de la interrelación entre estos elementos para crear una unidad visual coherente. La tipografía juega un papel fundamental en la comunicación visual, ya que puede influir en la manera en que se percibe y se interpreta un mensaje. (Thompson, 1998)

Es una herramienta poderosa que puede ser utilizada para mejorar la comunicación visual y crear diseños más efectivos. Al comprender los principios básicos de la tipografía, podemos crear textos que sean más legibles, claros, atractivos y con un mayor impacto. (Thompson, 1998)

Artes digitales. Son un campo amplio que abarca la creación de obras de arte utilizando tecnologías digitales. Estas tecnologías incluyen computadoras, software, Internet y dispositivos electrónicos. Está redefiniendo los límites del arte. A través de las tecnologías digitales, los artistas pueden crear obras de arte que son únicas, innovadoras y que desafían las expectativas tradicionales. (Paul, Christiane. 2016)

Teorías

Teoría del color. Es un conjunto de principios y reglas básicas que explican la percepción, interacción y mezcla de los colores. Se utiliza en una amplia gama de disciplinas, incluyendo el arte, el diseño, la psicología y la física. La Teoría del Color ayuda a comprender cómo los colores pueden influir en las emociones, las percepciones y los comportamientos humanos. La Teoría del Color es una herramienta fundamental para cualquier persona que trabaje con colores. Al comprender los principios básicos de la Teoría del Color, podemos crear composiciones cromáticas más armoniosas, atractivas y efectivas. (Itten, 1974)

Teoría de Gestalt. Es una corriente de la psicología que surgió en Alemania a principios del siglo XX. Se centra en la percepción y sostiene que los seres humanos tendemos a percibir los elementos como un todo organizado y coherente, en lugar de una simple suma de sus partes. Esta teoría ha tenido una gran influencia en diversos campos, como la psicología, la publicidad, el diseño y la educación. (Köhler, 1925)

La Teoría de la Gestalt ha sido una de las teorías psicológicas más influyentes del siglo XX. Ha ayudado a comprender cómo percibimos el mundo que nos rodea y cómo interpretamos la información visual. Sus principios se siguen aplicando en la actualidad en diversos campos, como el diseño de interfaces de usuario, el marketing y la educación. (Köhler, 1925)

Teoría del recorrido visual. Es una teoría en el ámbito del diseño que se centra en comprender cómo los ojos se mueven a través de una composición visual. Esta teoría se basa en la idea de que los ojos siguen una ruta predecible al explorar una imagen o diseño, y que los elementos que se encuentran en esta ruta tienen más probabilidades de ser vistos y recordados. La Teoría del Recorrido Visual es utilizada por diseñadores gráficos, web y de otros campos para crear composiciones más efectivas y atractivas. (Heller, 2008)

Tendencias

Tendencias Montserrat. Es una fuente serif moderna y versátil, en diseños que reflejan las tendencias actuales en comunicación visual. Estas tendencias se caracterizan por un enfoque en la legibilidad, la claridad, la expresividad y la estética contemporánea. Se caracterizan por el uso de la fuente Montserrat para crear diseños legibles, claros, expresivos y estéticamente contemporáneos. Esta fuente versátil se utiliza en una amplia gama de aplicaciones, desde logotipos y marcas hasta sitios web y materiales impresos. (Digital Guide, 2023)

Tendencias tomas de video. Se refieren a los estilos y técnicas de filmación que están en auge en la creación de videos para diferentes plataformas y propósitos. Estas tendencias están en constante evolución, influenciadas por la tecnología, las preferencias de la audiencia, las redes sociales y las industrias creativas. Se caracterizan por la innovación, la creatividad y la búsqueda de conectar con la audiencia a través de imágenes y sonidos impactantes. La tecnología, las preferencias del público y las industrias creativas impulsan la constante evolución de estas tendencias, abriendo nuevas posibilidades para la creación de contenido audiovisual. (HubSpot, 2023)

Tendencias fotografía. Se refieren a los estilos, técnicas y temáticas que están en auge en la creación de imágenes fotográficas para diferentes propósitos, tanto artísticos como comerciales. Estas tendencias están en constante evolución, influenciadas por la tecnología, las redes sociales. Se caracterizan por la diversidad, la creatividad y la búsqueda de nuevas formas de expresión visual. La tecnología, las redes sociales, las corrientes culturales y la individualidad de los fotógrafos impulsan la constante evolución de estas tendencias, abriendo un mundo de posibilidades para la captura de imágenes y la narración de historias a través de la fotografía. (Great Big, 2024)

Neomorfismo. Es un estilo de diseño digital que surgió a finales de la década de 2010 como reacción al minimalismo y al diseño plano predominantes en ese momento. Se caracteriza por un regreso a las formas tridimensionales y a los materiales realistas, buscando crear interfaces más intuitivas y atractivas para el usuario. (Medium, 2020)

Se caracteriza, porque busca crear interfaces más intuitivas y atractivas utilizando sombras realistas, colores vibrantes, formas geométricas irregulares, materiales texturizados y efectos de desplazamiento. Este estilo ha ganado popularidad en los últimos años, pero aún se encuentra en desarrollo y su futuro es incierto. (Medium, 2020)

CAPÍTULO VII
PROCESO DE DISEÑO Y PROPUESTA PRELIMINAR

Capítulo VII: Proceso de Diseño y Propuesta Preliminar

Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

En el diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Facebook e Instagram, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala, se tomarán en cuenta las ciencias, artes, teorías y tendencias recopiladas en el marco teórico, donde se pondrá en práctica la propuesta de proyecto.

Psicología de la Comunicación

Es una herramienta fundamental para el diseño efectivo de la línea gráfica y el contenido, permitiendo conectar con el público objetivo de manera profunda y significativa. Al comprender los principios psicológicos que se encuentra a la percepción, la atención, la emoción y la toma de decisiones, puede optimizar las estrategias para lograr un impacto tangible en las redes sociales.

Semiología de la Imagen

Se posiciona como una herramienta indispensable para el diseño efectivo de la línea gráfica y el contenido en redes sociales. Al comprender el lenguaje visual, interpretar los significados de las imágenes y seleccionar elementos visuales estratégicos, se puede construir mensajes visuales poderosos fácilmente, que conecten con el público, generen atención, fortalezca la identidad de marca y alcancen los objetivos planeados.

Sociología

Es de suma importancia, ya que se dispone como una disciplina esencial en el proyecto, proporcionando herramientas valiosas para comprender las interacciones sociales, las tendencias culturales y los comportamientos colectivos que influyen en la forma en que las personas utilizan estas plataformas, como lo son las redes sociales.

Antropología

Los comportamientos sociales y las motivaciones humanas que se encuentran en el uso de estas plataformas. Al incorporar una perspectiva antropológica en el diseño de redes sociales, logra adentrarse en las realidades socioculturales de las audiencias objetivo, descubre necesidades, deseos y expectativas de los usuarios, conecta con las historias y experiencias, impacta en los valores, percepciones y comportamientos de las personas.

Marketing

Al comprender los principios del marketing y aplicarlos estratégicamente, se puede potenciar sus esfuerzos en las redes sociales; define, mide y cuantifica el tamaño del mercado identificado y el lucro potencial, construye una presencia sólida en el mundo digital.

Tipografía

Se convierte en un lenguaje visual que posee un poder significativo, una herramienta para comunicar, conectar e impactar, crear una experiencia visual agradable y llamativo, evocar emociones y guiar la lectura para la audiencia.

Artes digitales

Es de suma importancia proyectándose un lienzo creativo de infinitas posibilidades para el diseño de la línea gráfica y el contenido. Esta disciplina, que abarca una amplia gama de técnicas y herramientas digitales, explora nuevas fronteras de expresión y logra conectar de manera innovadora y atractiva.

Teoría del color

Permite dominar la atención, transmitir emociones y conectar de manera profunda. Al comprender los principios fundamentales del color y aplicarlos estratégicamente, se puede lograr un diseño de línea gráfica y contenido para redes sociales que sea efectivo, logrando la adaptación a diferentes plataformas, crear armonía y equilibrio visual, identidad de marca consistente, transmisión de emociones, atracción de la atención y una identidad de marca consistente.

Teoría del recorrido visual

Es de suma importancia, ya que se convierte en una brújula fundamental para guiar la mirada del usuario y optimizar el diseño de la línea gráfica. Al comprender los patrones naturales de cómo los ojos exploran las imágenes y el texto en las pantallas digitales, crea experiencias visuales más atractivas y efectivas.

Tendencias Montserrat

Toma un papel importante, es la tipografía adecuada y legible, usada en la Municipalidad de Guatemala y bien aceptada por la audiencia guatemalteca, se indaga profundamente en tendencia porque emerge como un enfoque particular y aporta valiosas herramientas para optimizar la comunicación visual en este entorno dinámico.

Tendencias tomas de video

Comprender y aplicar las tendencias en tomas de video es fundamental para el diseño efectivo de la línea gráfica y la creación de contenido atractivo que capture la atención de las audiencias. Al dominar las técnicas de filmación más populares y emergentes, potencia los mensajes en redes sociales, logra cautivar a las personas de manera innovadora, construyendo presencia memorable en las plataformas.

Tendencias de fotografía

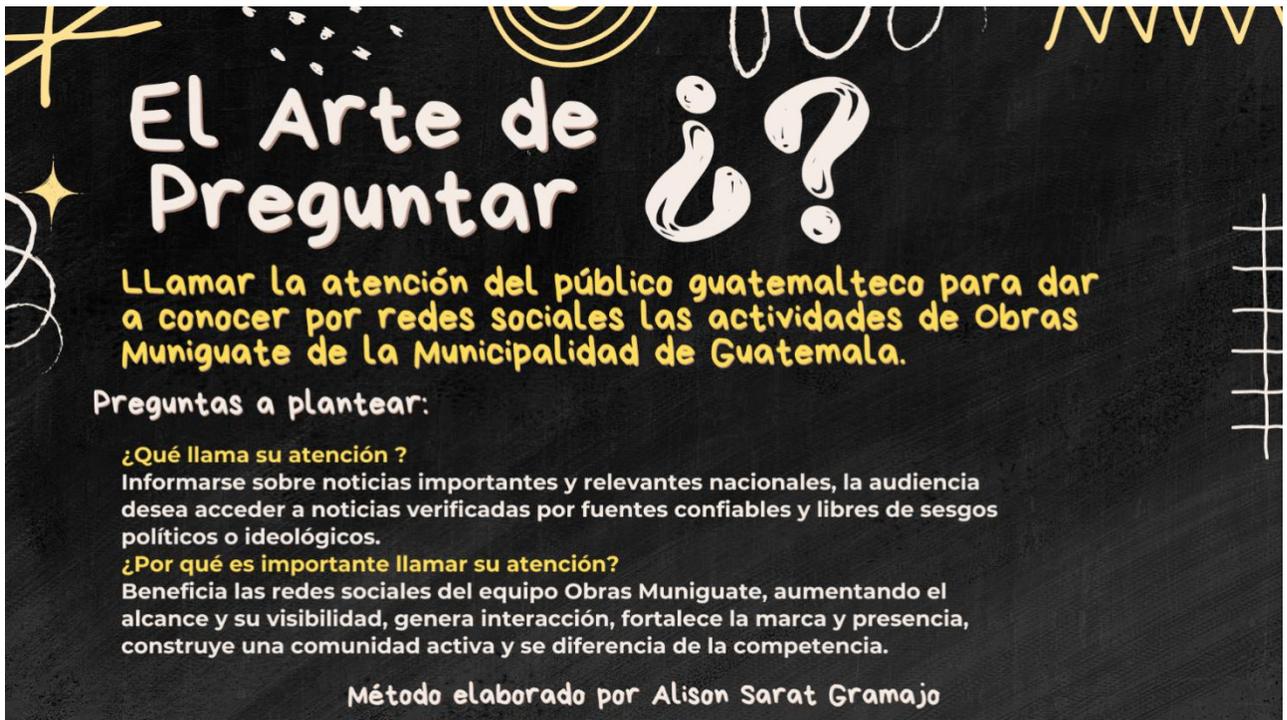
Se convierte en una habilidad esencial al dominar las técnicas de composición, iluminación y edición fotográfica más populares, consiguiendo poder narrar una historia o noticia, transmitiendo emociones a través de imágenes en las plataformas sociales.

Conceptualización

Método

El arte de preguntar por Alex Osborn, experto en creatividad y creador del Brainstorming, afirmaba que «la pregunta es la más creativa de las conductas humanas. Osborn desarrolló una serie de preguntas para el Brainstorming que puede ser aplicada en la exploración del problema. Este es un conjunto fundamental de preguntas que se usan para formular en el problema todos los enfoques que sean posibles y, así, abrir la perspectiva que tenemos del problema. También son útiles para la percepción de nuevos usos, aplicaciones o posibilidades de un producto o un servicio. Tras el planteamiento de estas preguntas y sus correspondientes respuestas, la visión del problema es más abierta. Tenemos más perspectivas para abordarlo y pasar a la etapa de generación de ideas.

Aplicación del método



El Arte de Preguntar

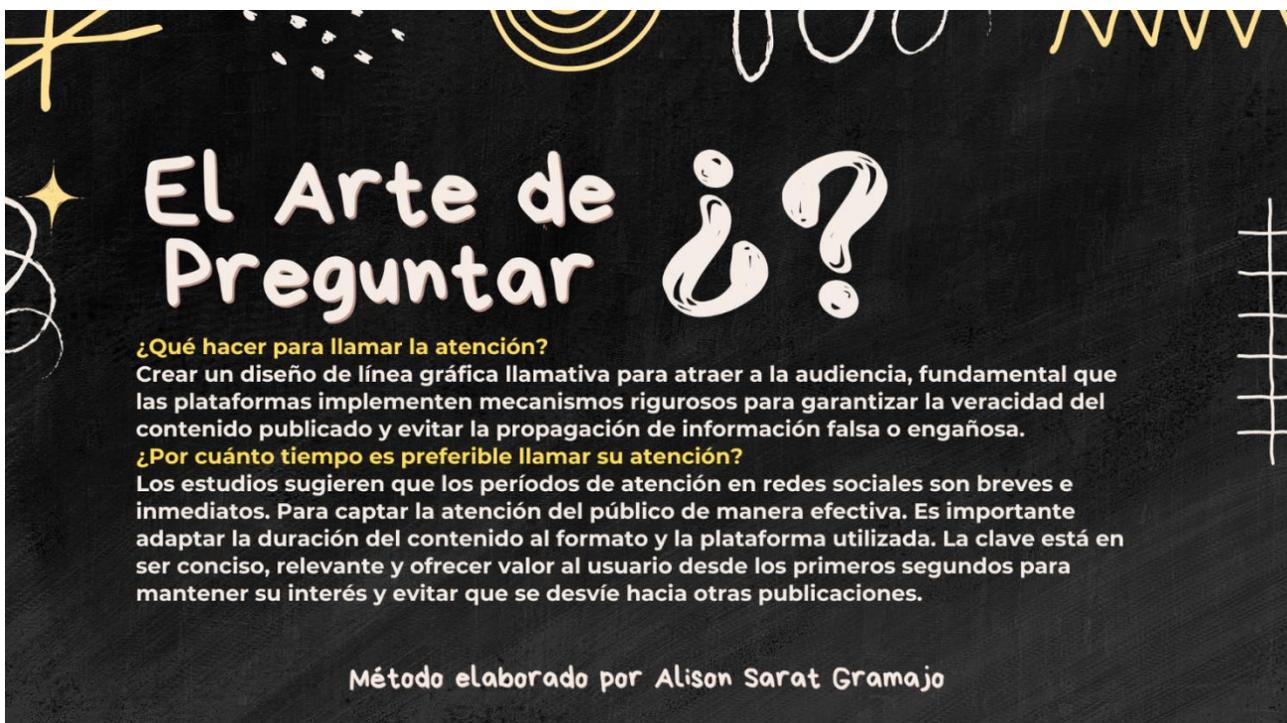
LLamar la atención del público guatemalteco para dar a conocer por redes sociales las actividades de Obras Muniguat de La Municipalidad de Guatemala.

Preguntas a plantear:

¿Qué llama su atención ?
Informarse sobre noticias importantes y relevantes nacionales, la audiencia desea acceder a noticias verificadas por fuentes confiables y libres de sesgos políticos o ideológicos.

¿Por qué es importante llamar su atención?
Beneficia las redes sociales del equipo Obras Muniguat, aumentando el alcance y su visibilidad, genera interacción, fortalece la marca y presencia, construye una comunidad activa y se diferencia de la competencia.

Método elaborado por Alison Sarat Gramajo



El Arte de Preguntar

¿Qué hacer para llamar la atención?
Crear un diseño de línea gráfica llamativa para atraer a la audiencia, fundamental que las plataformas implementen mecanismos rigurosos para garantizar la veracidad del contenido publicado y evitar la propagación de información falsa o engañosa.

¿Por cuánto tiempo es preferible llamar su atención?
Los estudios sugieren que los períodos de atención en redes sociales son breves e inmediatos. Para captar la atención del público de manera efectiva. Es importante adaptar la duración del contenido al formato y la plataforma utilizada. La clave está en ser conciso, relevante y ofrecer valor al usuario desde los primeros segundos para mantener su interés y evitar que se desvíe hacia otras publicaciones.

Método elaborado por Alison Sarat Gramajo

El Arte de Preguntar

¿Por medio de qué red social?

La elección de la red social ideal dependerá de factores como el público objetivo, el tipo de contenido y los objetivos de comunicación específicos.

- **Facebook:** Permite compartir noticias más extensas, imágenes, videos y realizar transmisiones en vivo. Ofrece una amplia segmentación de la audiencia y la posibilidad de crear grupos específicos.
- **Instagram:** Permite conectar con una audiencia más joven y utilizar recursos como stories y reels para aumentar el compromiso. Excelente para compartir noticias en formato visual, como imágenes, infografías y videos cortos.
- **Tik Tok:** Excelente para compartir noticias en formato visual, como imágenes, infografías y videos cortos.

Método elaborado por Alison Sarat Gramajo

Definición de Concepto

Por medio de este método creativo se han identificado tres propuestas conceptuales, las cuales fueron extraídas de la técnica El Arte de Preguntar, estas se han adecuado de manera correcta para transmitir y atraer al público guatemalteco.

Propuestas conceptuales:

- ¡Rompiendo noticias!
- Noticias nacionales al instante.
- Noticias de calidad, para una audiencia exigente.

Con base a las propuestas realizadas anteriormente se ha determinado que el concepto para la elaboración del proyecto quedara establecido bajo el titulo de:

Noticias de calidad para una audiencia exigente.

Se escogieron las palabras “Noticias de calidad, para una audiencia exigente”, ya que como principal mensaje se busca dar a conocer una serie de atributos que las distinguen de la información inexacta, sesgada o superficial que prolifera en la era digital, siguiendo con “una audiencia exigente” esto hace referencia a la audiencia guatemalteca, una audiencia que exige información merecedora de noticias transparentes, rápidas y confiables.

Bocetaje

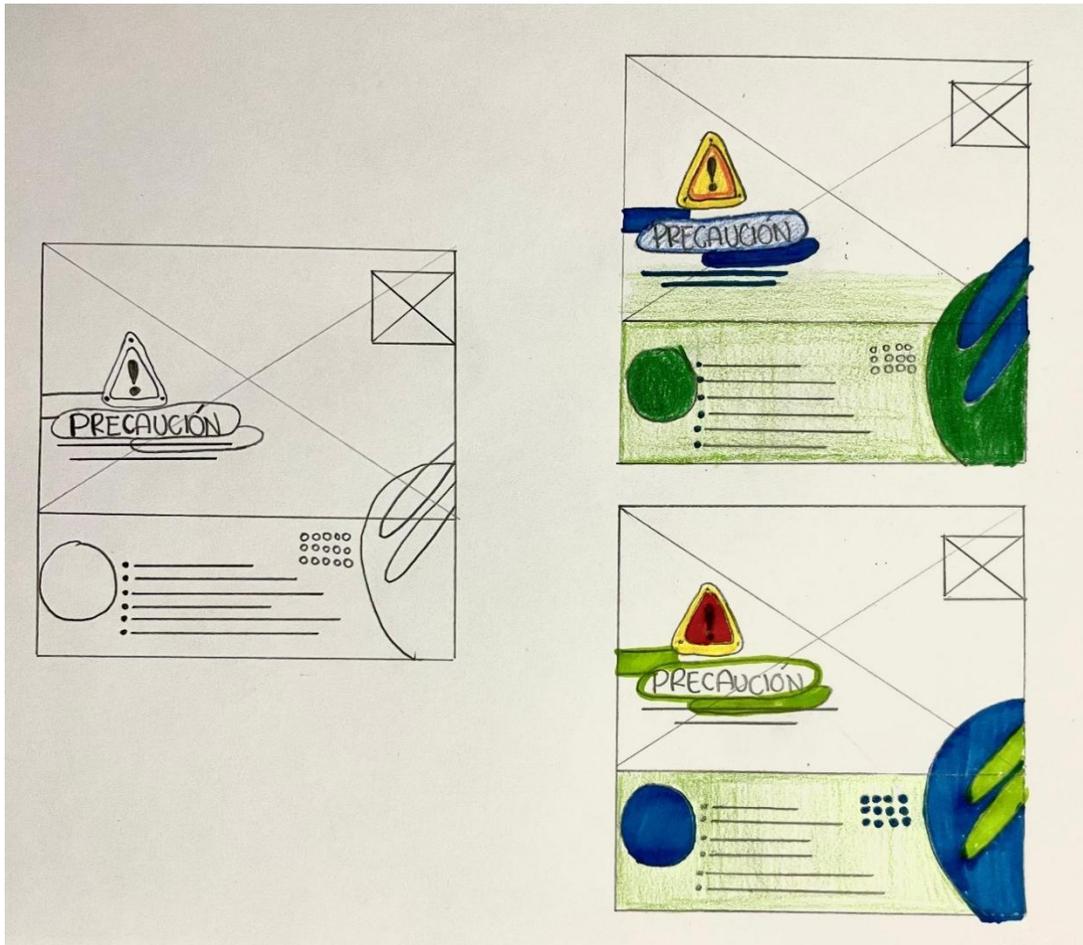
Para la realización del bocetaje de este proyecto se utilizan hojas de papel bond, en las cuales se concentrarán las ideas principales y la presentación inicial que permitirá visualizar la estructura del proyecto y establecer los puntos clave que se desarrollará, con base en la frase “Noticias de calidad, para una audiencia exigente”, se inicia el proceso de creación de línea gráfica a través del proceso de bocetaje. Posteriormente se avanza hacia el bocetaje formal y finalmente se lleva a cabo la digitalización de la propuesta.

Proceso de bocetaje. En esta parte del documento se expondrán los diferentes bocetos realizados para la línea grafica de las redes sociales del equipo Obras Muniguate de la Municipalidad de Guatemala.

Bocetos a lápiz

Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

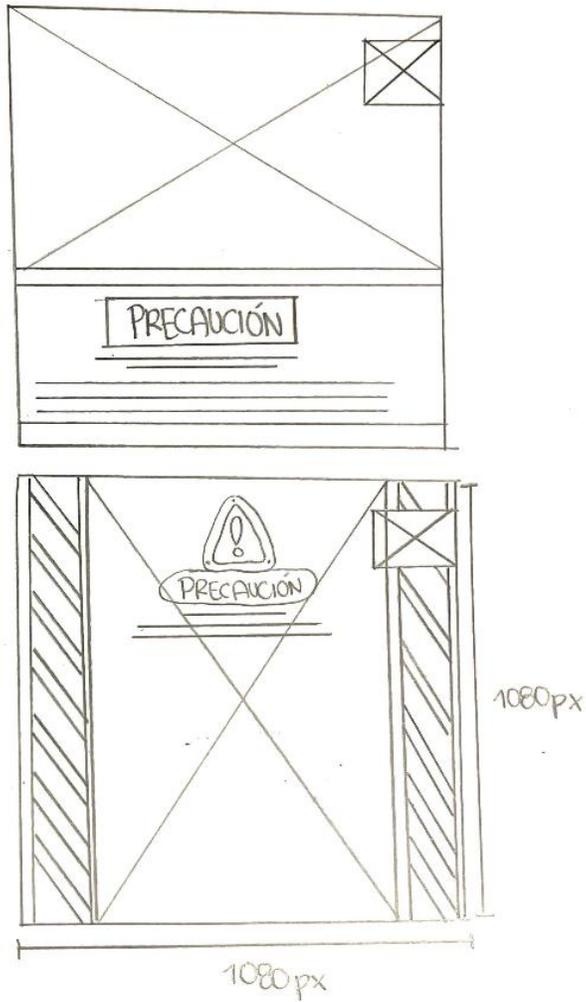
Publicación 1



Continuación de Bocetaje

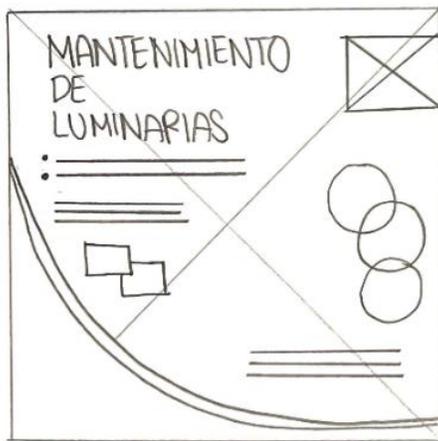
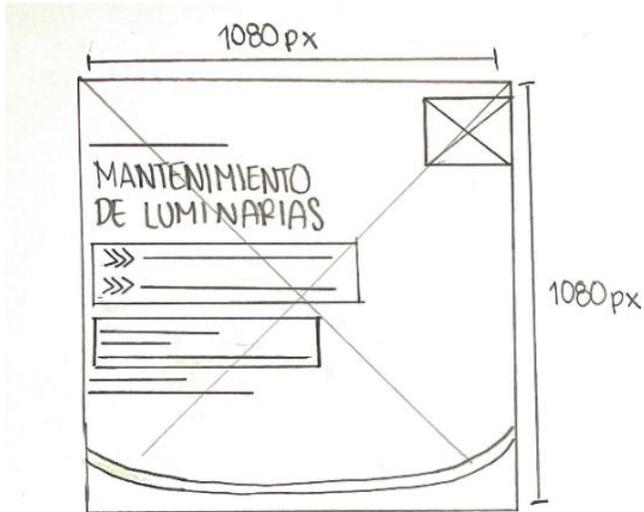
Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 2



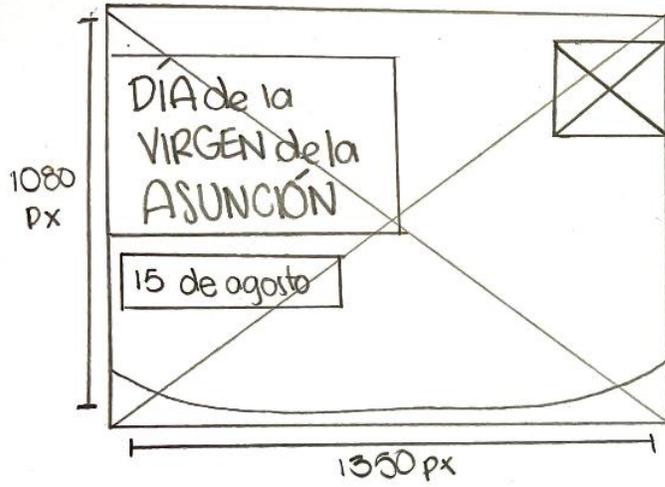
Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 3



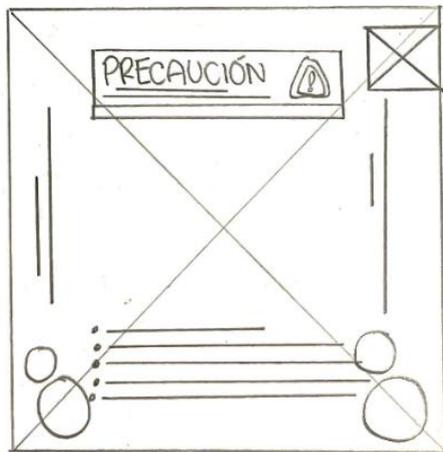
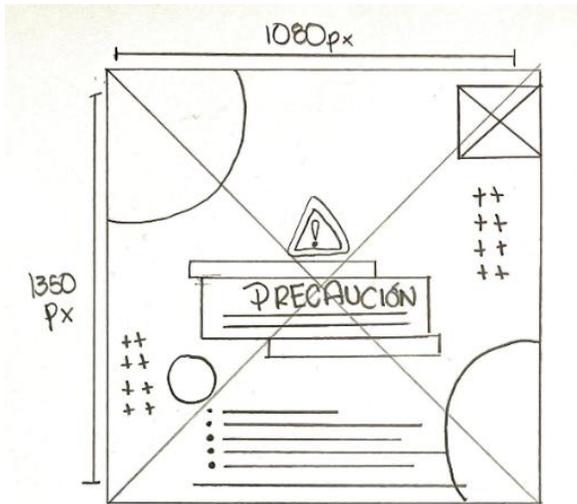
Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 4



Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

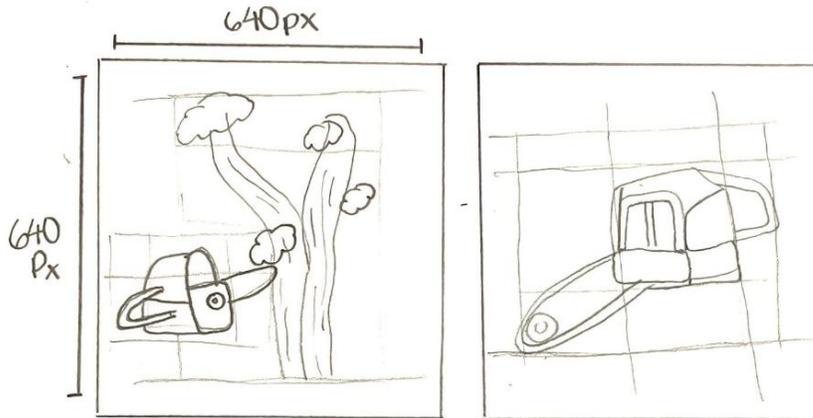
Publicación 5



Continuación de Bocetaje

Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 1 Área de “Podas”



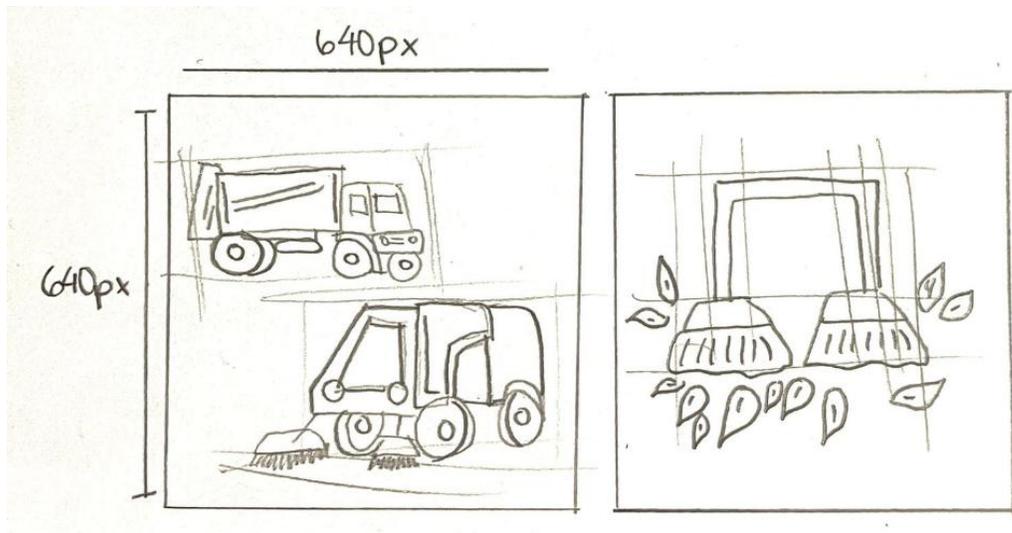
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 2 Área “Limpia y Verde”



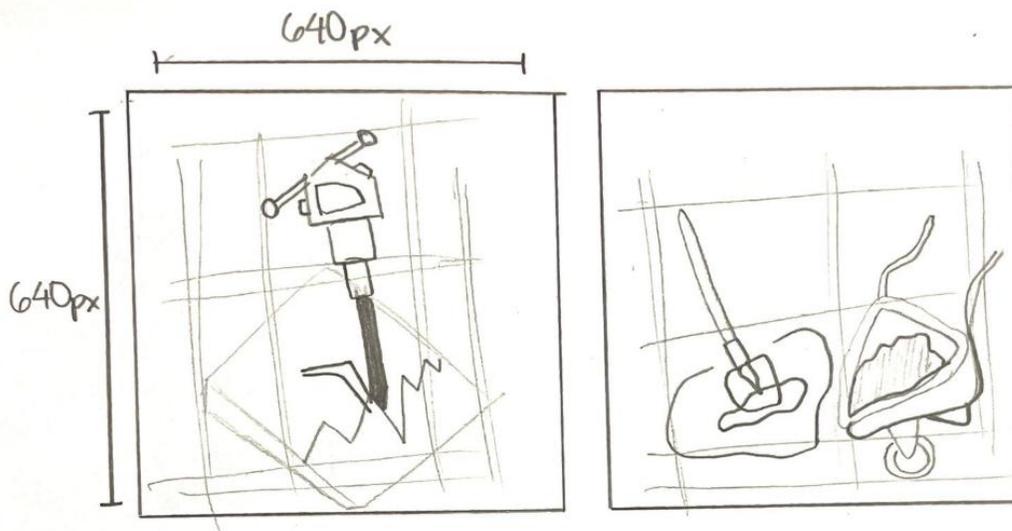
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 3 Área de “Limpieza Municipal”



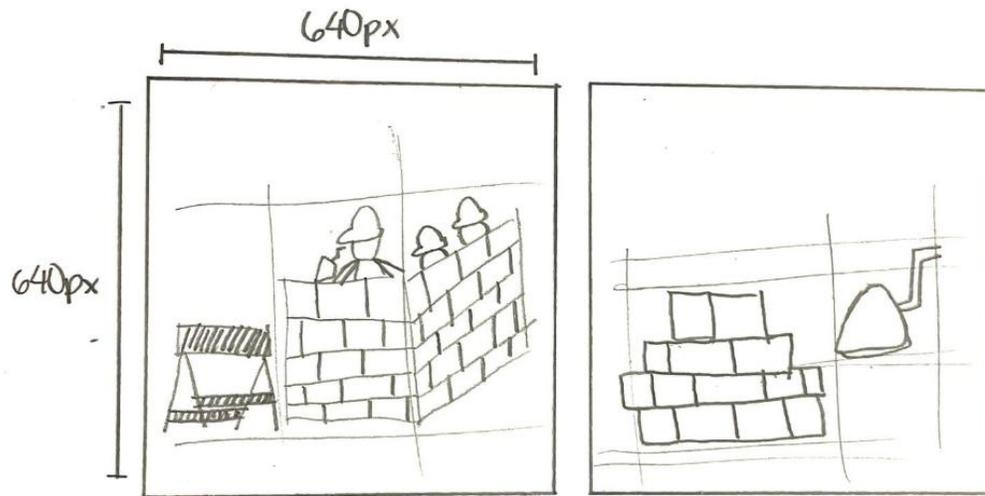
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 4 Área de “Obras”



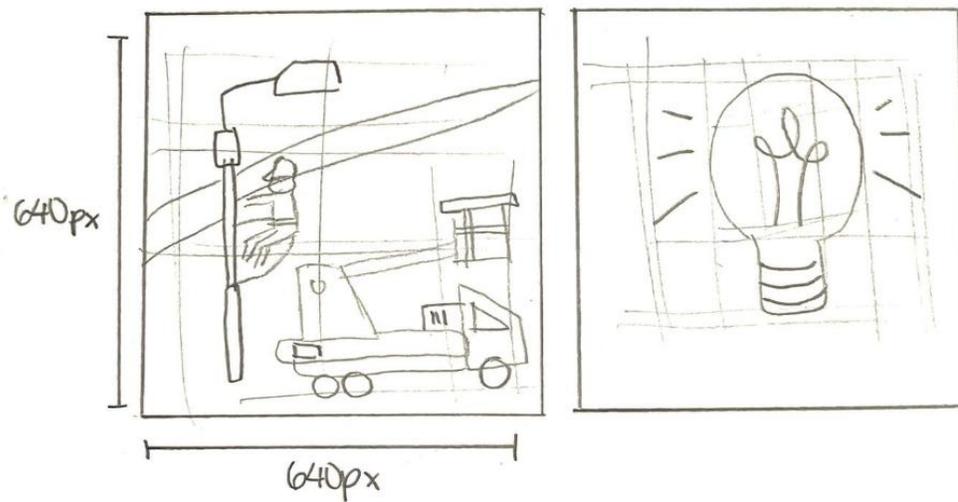
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 5 Área de “Unidad de Apoyo Alcaldías Auxiliares”



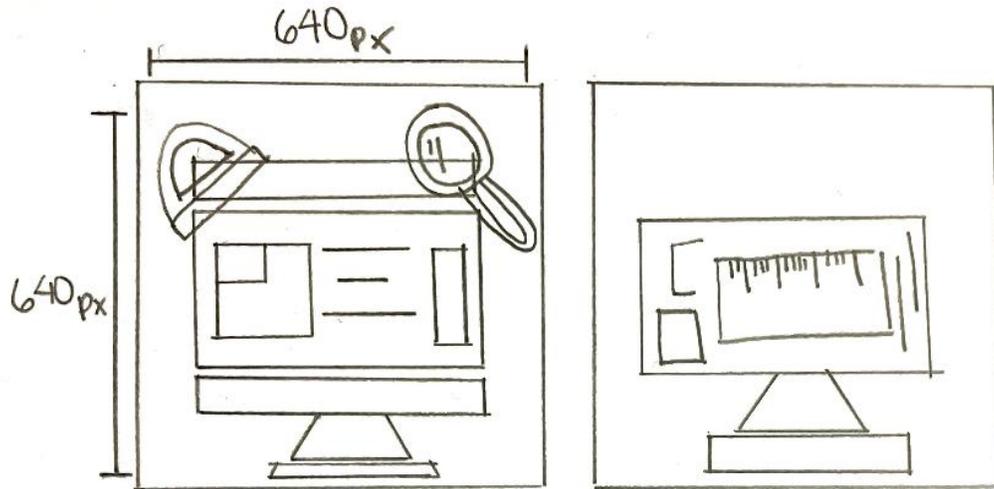
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 6 Área de “Alumbrado Público”



Iconos para historias destacadas en Instagram

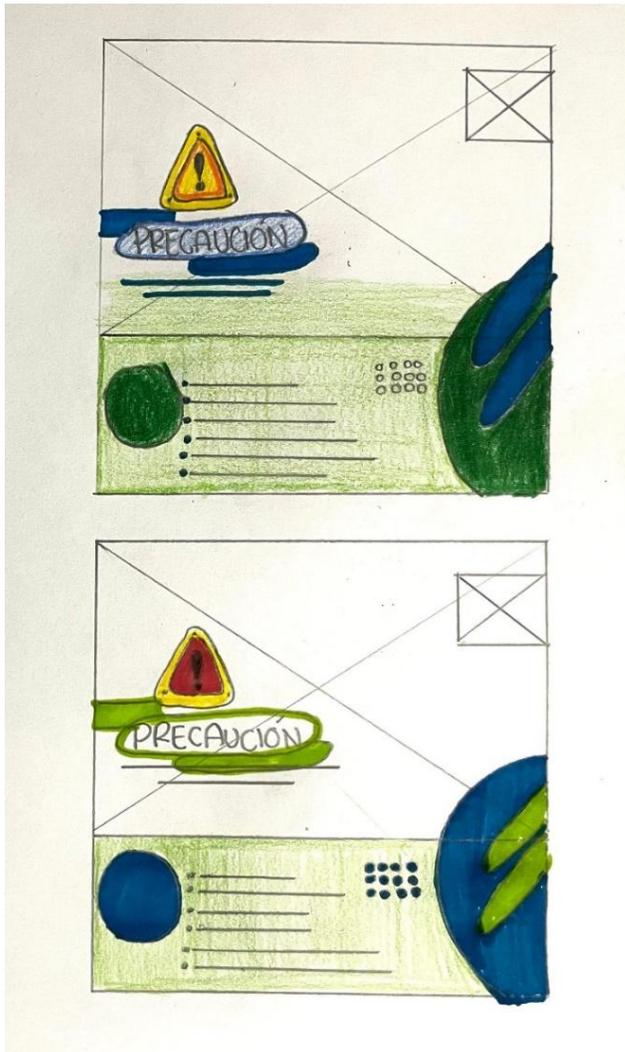
Icono 7 Área de “Planificación y Diseño”



Bocetos a color

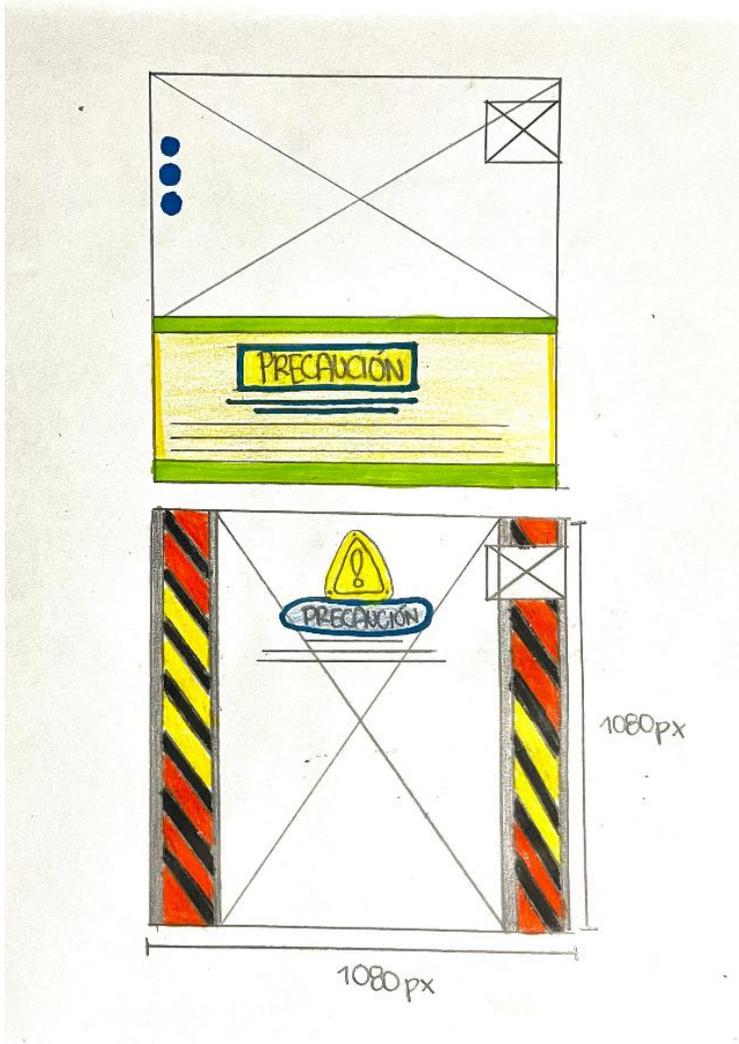
Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 1



Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 2



Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 3



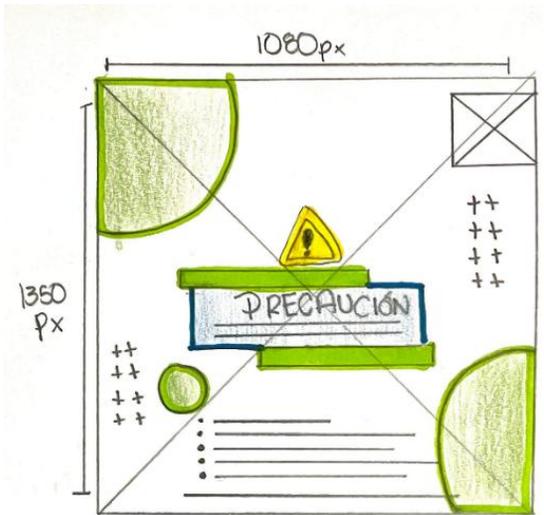
Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 4



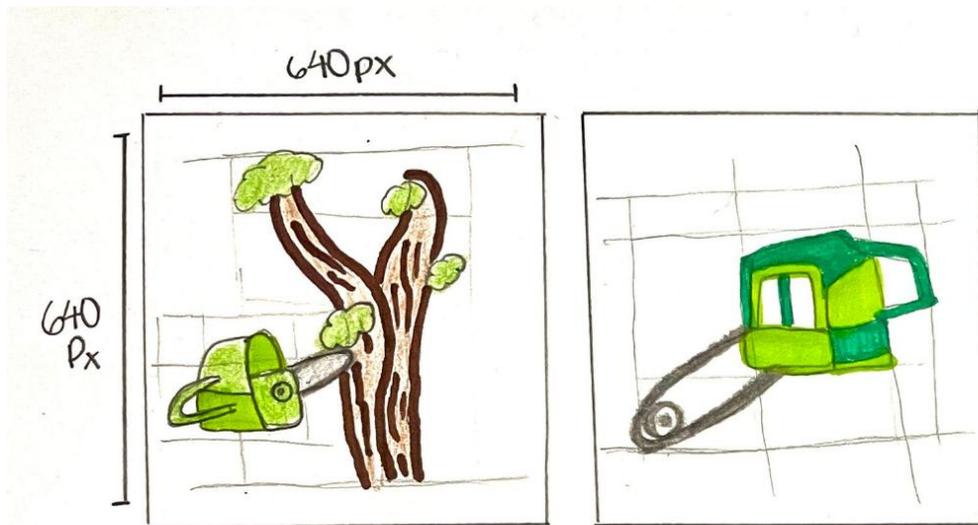
Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 5



Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 1 Área de “Podas”



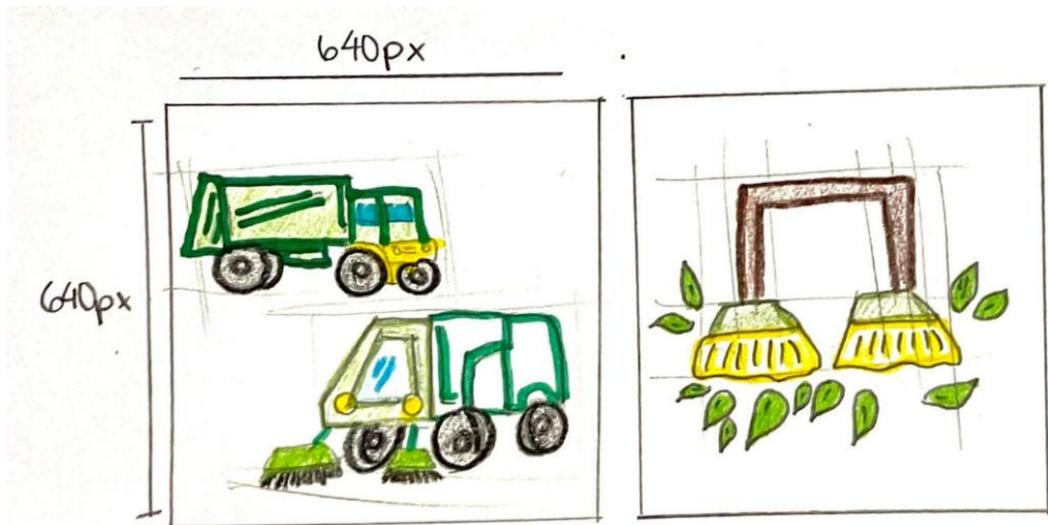
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 2 Área “Limpia y Verde”



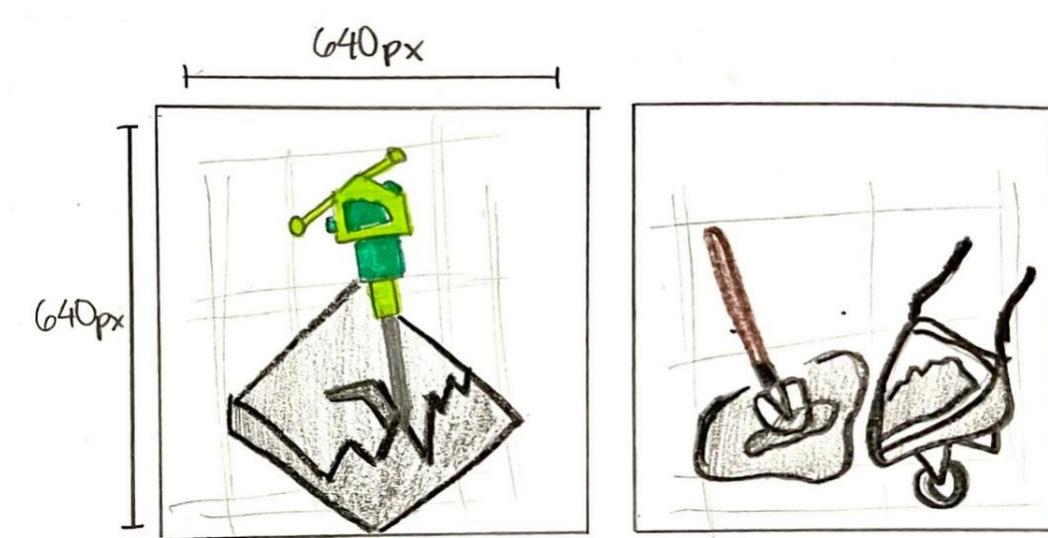
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 3 Área de “Limpieza Municipal”



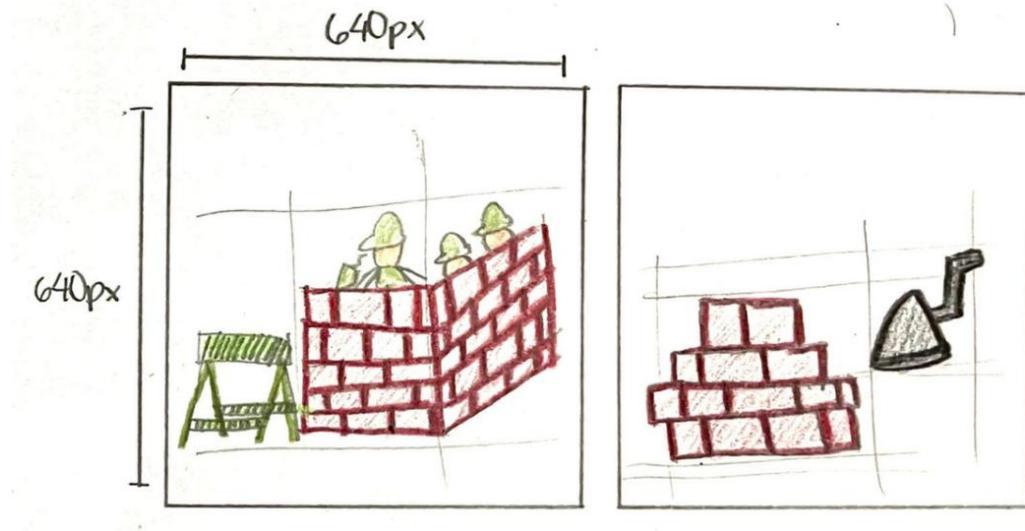
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 4 Área de “Obras”



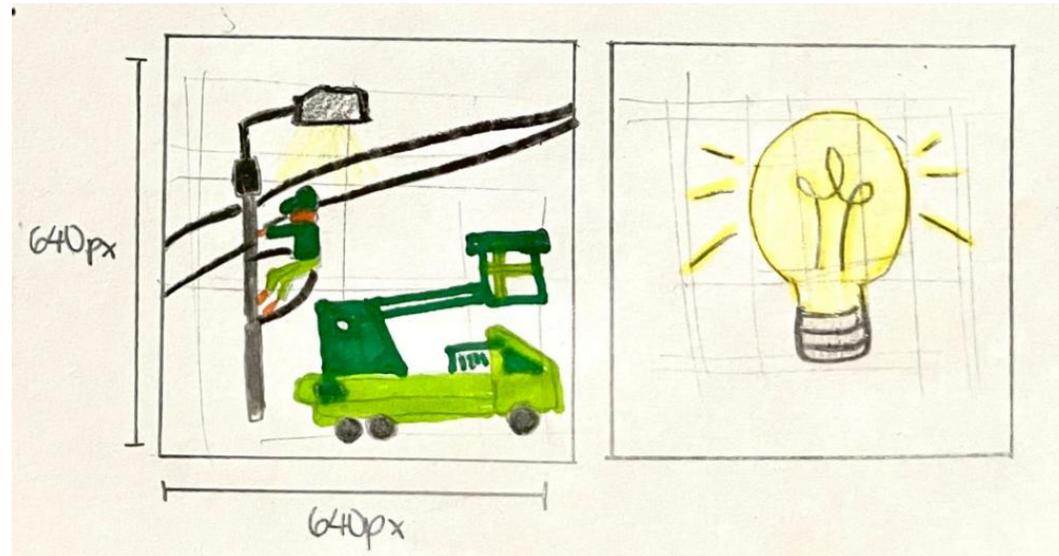
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 5 Área de “Unidad de Apoyo Alcaldías Auxiliares”



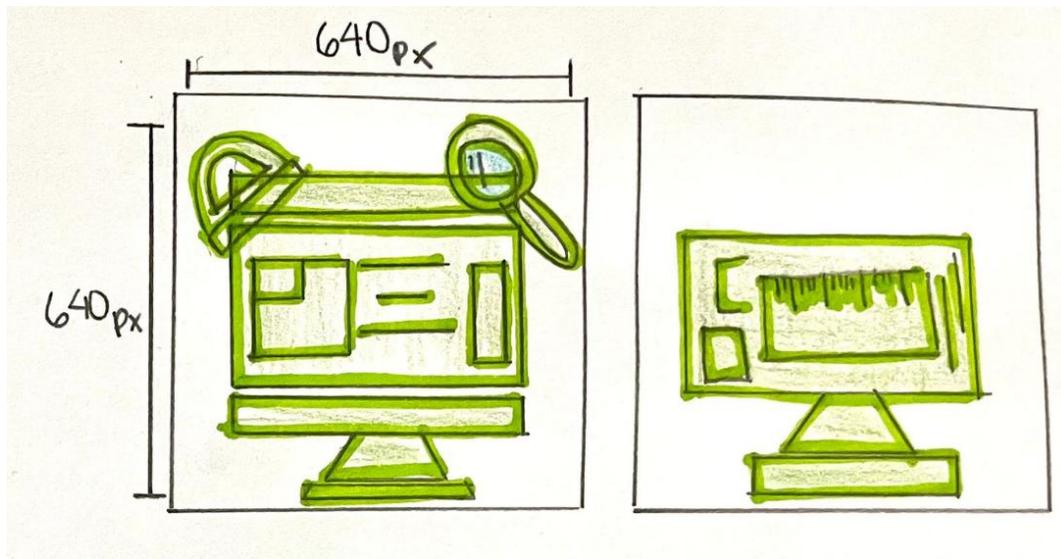
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 6 Área de “Alumbrado Público”



Iconos para historias destacadas en Instagram

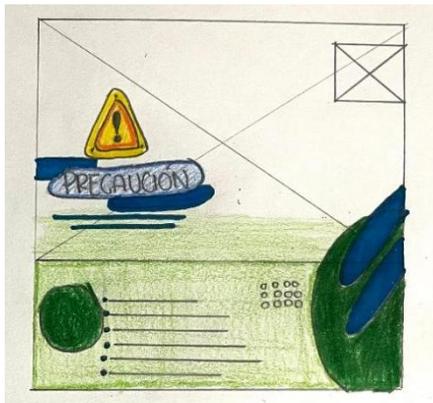
Icono 7 Área de “Planificación y Diseño”



Descripción de los bocetos

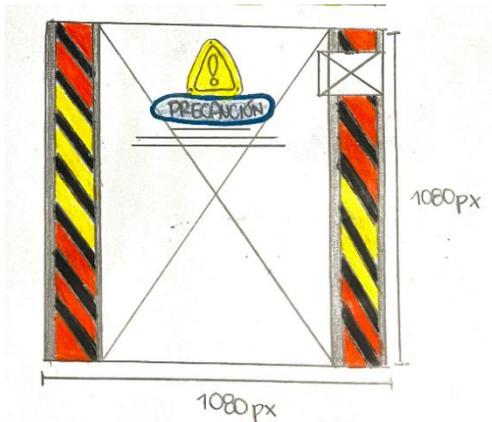
Propuestas publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 1



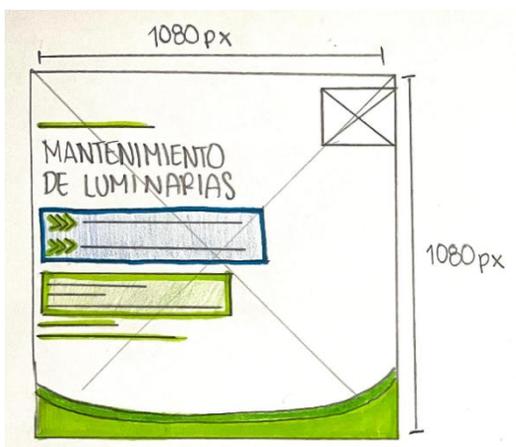
En la publicación 1 se incluye título, fecha e información sobre trabajos de mantenimiento vial y los puntos a intervenir en la Ciudad de Guatemala, en este caso se implementa la tipografía empresarial Montserrat y su familia tipográfica, siguiendo la paleta de color de la institución “verde y azul muni”, con su respectivo logo municipal en la parte superior derecha.

Publicación 2



En la publicación 2 se incluye título, fecha e información sobre trabajos de mantenimiento vial, en este caso se implementa la tipografía empresarial Montserrat y su familia tipográfica, siguiendo la paleta de color de la institución “verde y azul muni”, con su respectivo logo municipal en la parte superior derecha.

Publicación 3



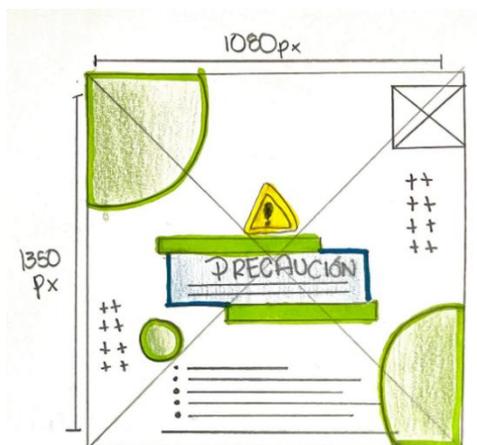
En la publicación 3 se incluye título, fecha, redes sociales e información sobre trabajos de mantenimiento de luminarias, en este caso se implementa la tipografía empresarial Montserrat y su familia tipográfica, siguiendo la paleta de color de la institución “verde y azul muni”, con su respectivo logo municipal en la parte superior derecha.

Publicación 4



En la publicación 4 se incluye título, fecha de día festivo e información sobre la Iglesia Católica la cual celebra el dogma de la asunción de María, en este caso se implementa la tipografía empresarial Montserrat y su familia tipográfica, siguiendo la paleta de color de la institución “verde y azul muni”, con su respectivo logo municipal en la parte superior derecha.

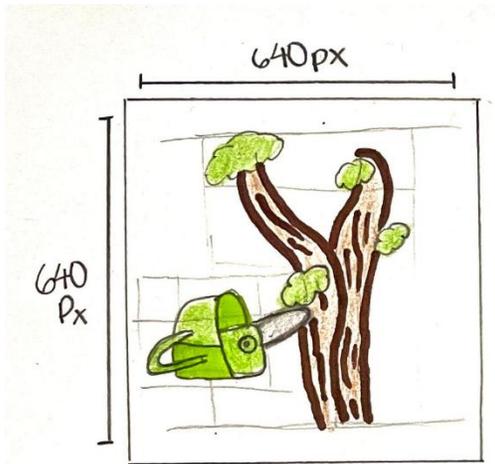
Publicación 5



En la publicación 5 se incluye título, fecha e información sobre aviso vial de bacheos en ciertos puntos de la Ciudad de Guatemala, en este caso se implementa la tipografía empresarial Montserrat y su familia tipográfica, siguiendo la paleta de color de la institución “verde y azul muni”, con su respectivo logo municipal en la parte superior derecha.

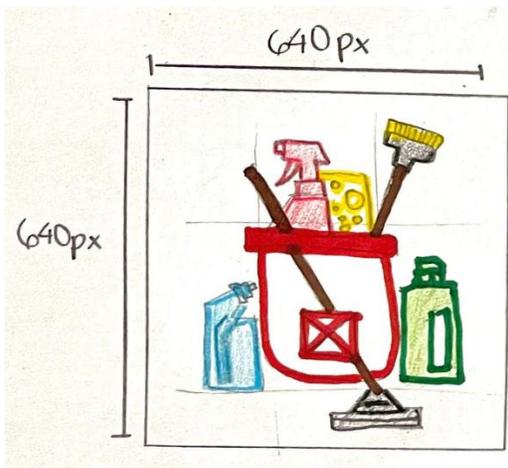
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 1 Área de “Podas”



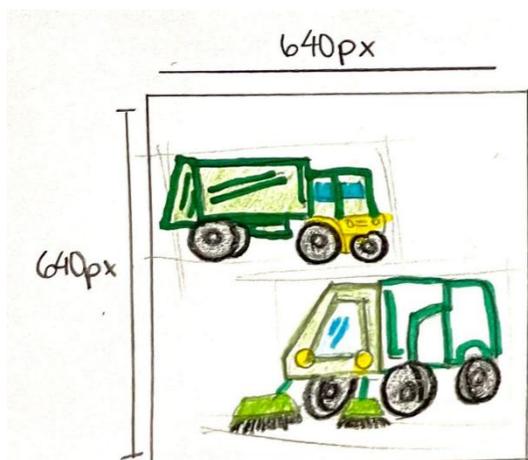
En el icono 1 para historias destacadas de Instagram, se incluye una ilustración usando de la paleta de color de la institución el color “verde muni”, con el objetivo de representar el área específica de “Podas” de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Icono 2 Área “Limpia y Verde”



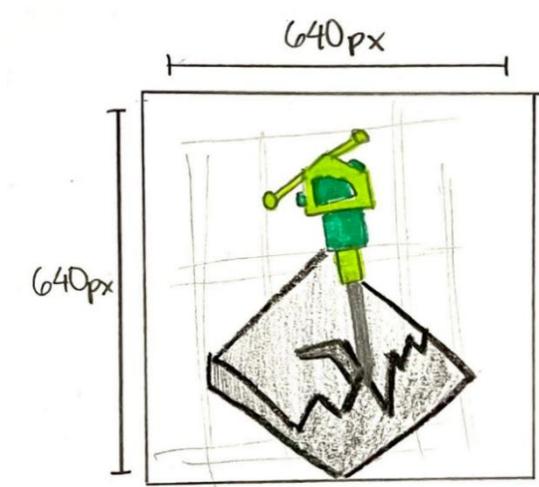
En el icono 2 para historias destacadas de Instagram, se crea una ilustración con el objetivo de representar el área específica de “Limpia y Verde” de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Icono 3 Área de “Limpieza Municipal”



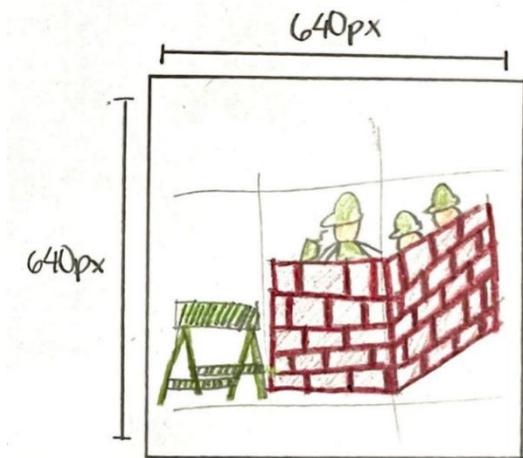
En el icono 3 para historias destacadas de Instagram, se crea una ilustración implementando siempre su color distintivo, el color institucional “verde muni”, con el objetivo de representar el área específica de “Limpieza Municipal” de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Icono 4 Área de “Obras”



En el icono 4 para historias destacadas de Instagram, se crea una ilustración implementando siempre su color distintivo, el color institucional “verde muni”, con el objetivo de representar el área específica de “Obras” de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Icono 5 Área de “Unidad de Apoyo Alcaldías Auxiliares”



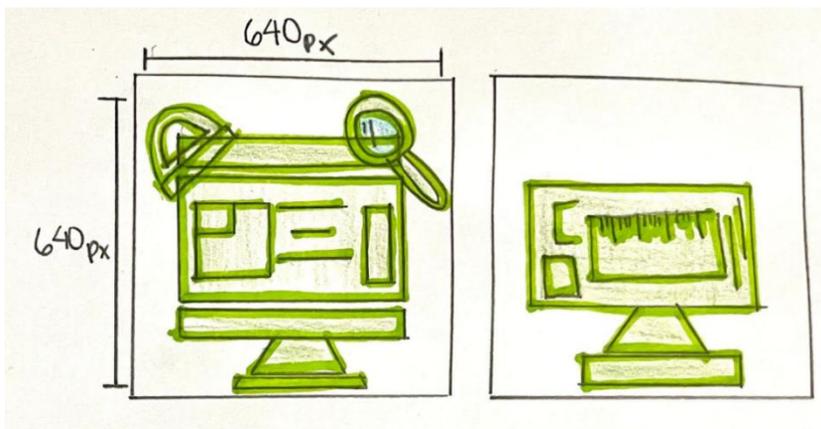
En el icono 5 para historias destacadas de Instagram, se crea una ilustración implementando siempre su color distintivo, el color institucional “verde muni”, con el objetivo de representar el área específica de “Unidad de Apoyo Alcaldías Auxiliares” de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Icono 6 Área de “Alumbrado Público”



En el icono 6 para historias destacadas de Instagram, se crea una ilustración implementando siempre su color distintivo, el color institucional “verde muni”, con el objetivo de representar el área específica de “Alumbrado Público” de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Icono 7 Área de “Planificación y Diseño”



En la ilustración 7 para historias destacadas de Instagram se incluye un icono minimalista, siguiendo la paleta de color de la institución “verde muni”, representando el área específica de Planificación y Diseño de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Proceso de Digitalización de los Bocetos

En esta parte del documento se expondrá el proceso de digitalización de la propuesta para el equipo Obras Muniguatate, el cliente selecciono la propuesta 1.

Prueba tipográfica

Montserrat Thin

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Extra Light

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Light

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Regular

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Medium

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Italic

*"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"*

Montserrat Semi Bold

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Bold

"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"

Montserrat Extra Bold

**"El que cree se esfuerza,
el que se esfuerza
se compromete y
el que se compromete
cumple"**

Prueba de color

Pantone 7480 C
CMYK 72, 0 67, 0
HEX 2CB877
RGB 4, 184, 119

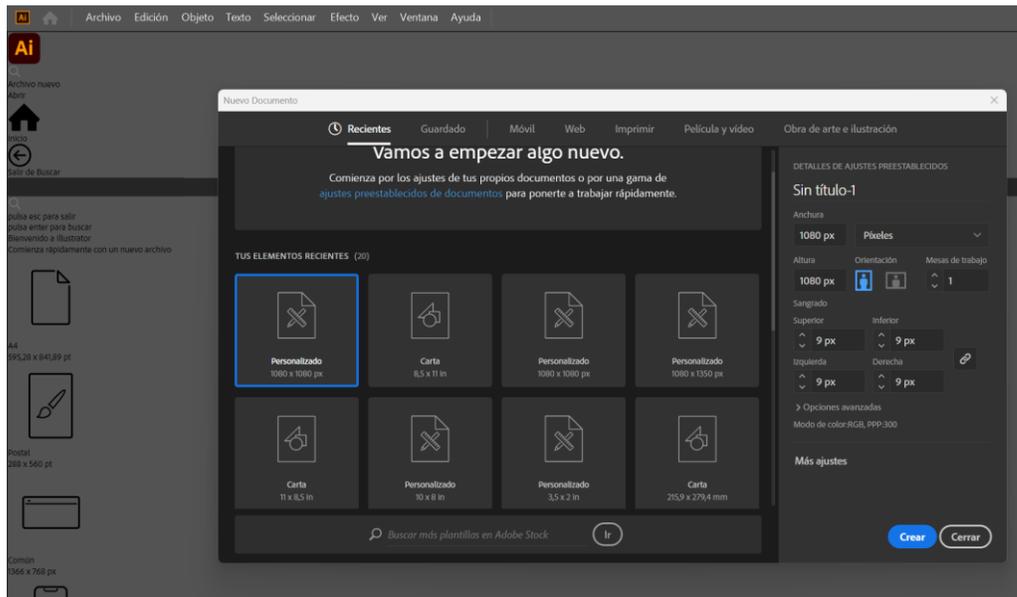


Pantone 306C
CMYK 54, 4, 8, 0
HEX 78C6E4
RGB 120, 198, 228

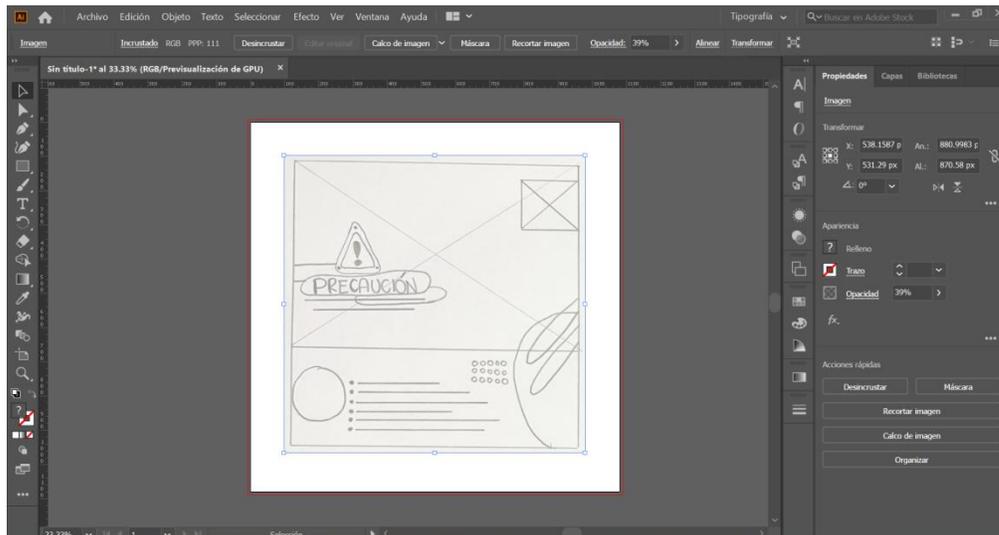
Pantone Red 32 C
CMYK 6, 83, 67, 1
HEX DF4747
RGB 223, 71, 71

Construcción publicación 1 para Instagram y Facebook

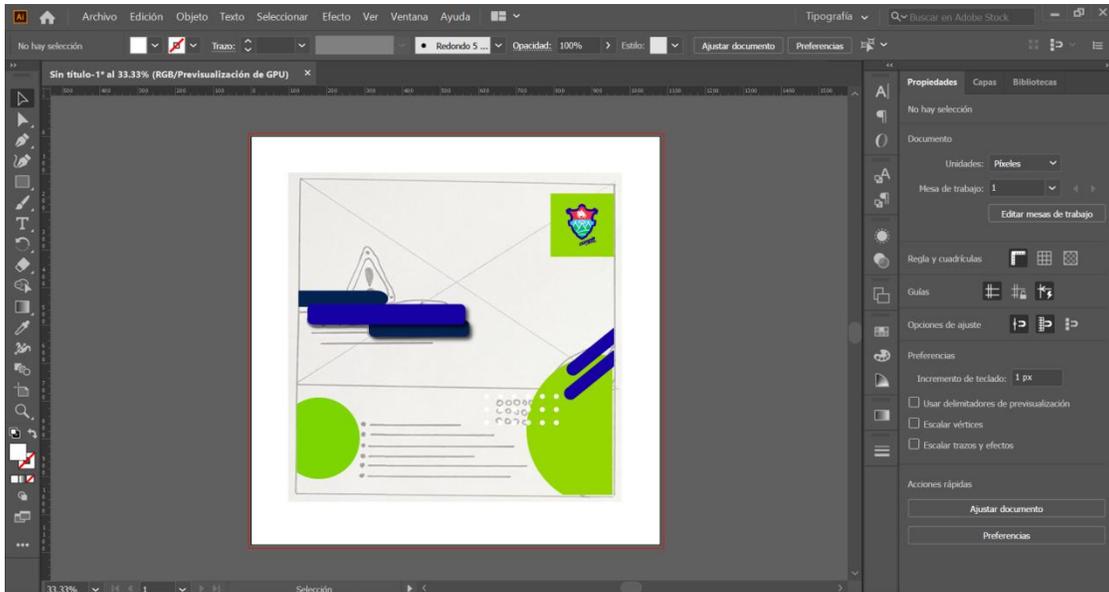
Paso 1. En Adobe Illustrator se crea un canva de 1080x1080 pixeles, con el fin de poder ser visualizado desde cualquier dispositivo móvil.



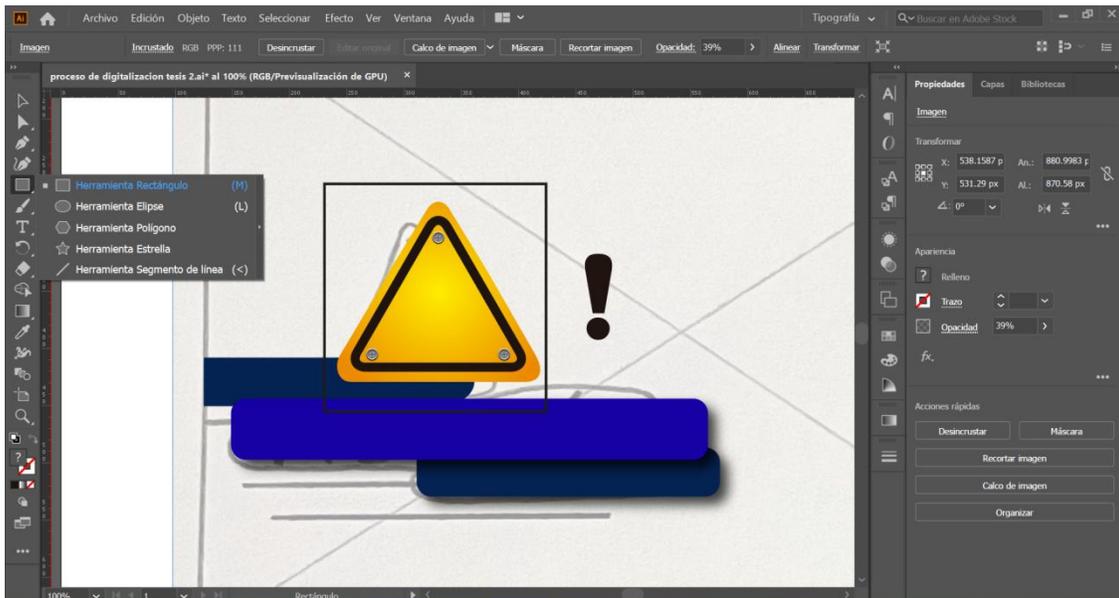
Paso 2. Se colocó opacidad al boceto en un 39% para empezar a redibujar.



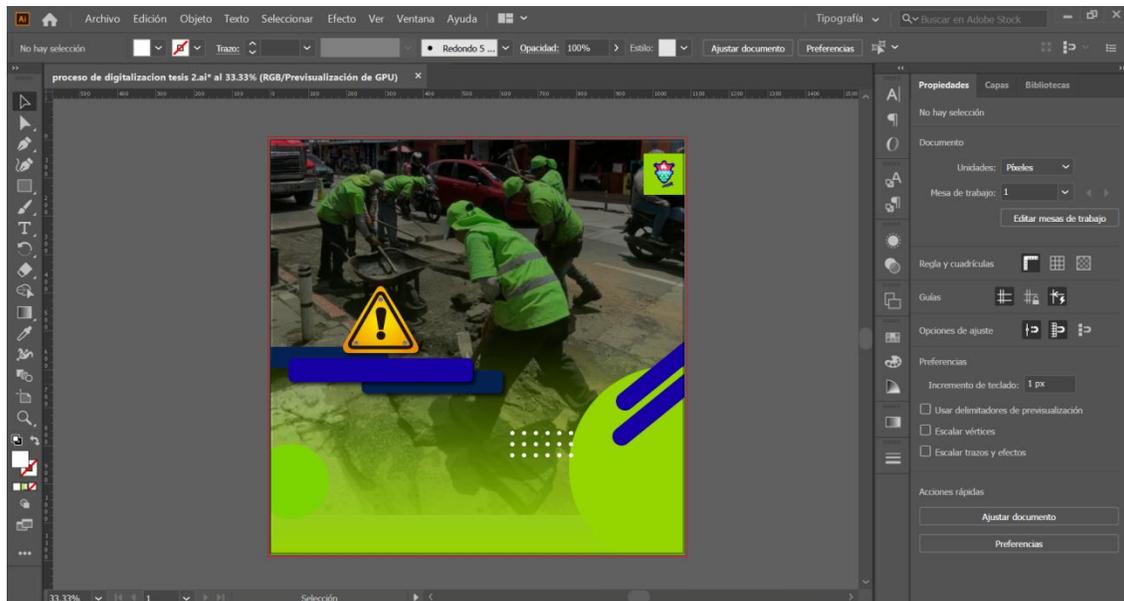
Paso 3. Se colocaron los elementos gráficos con sus respectivos colores institucionales, añadiendo el logotipo institucional.



Paso 4. Se creó el icono preventivo utilizando figuras geométricas de la barra de herramientas.

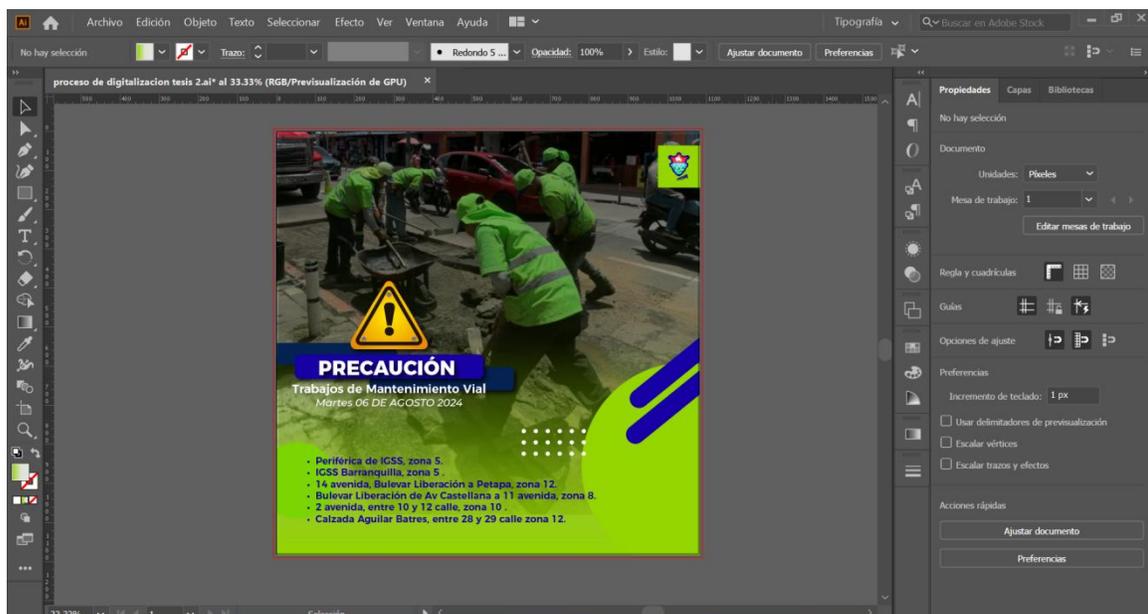


Paso 5. Se alinearon todos los elementos y se quitó el boceto de la parte trasera, colocando la imagen dada por la institución.



Paso 6

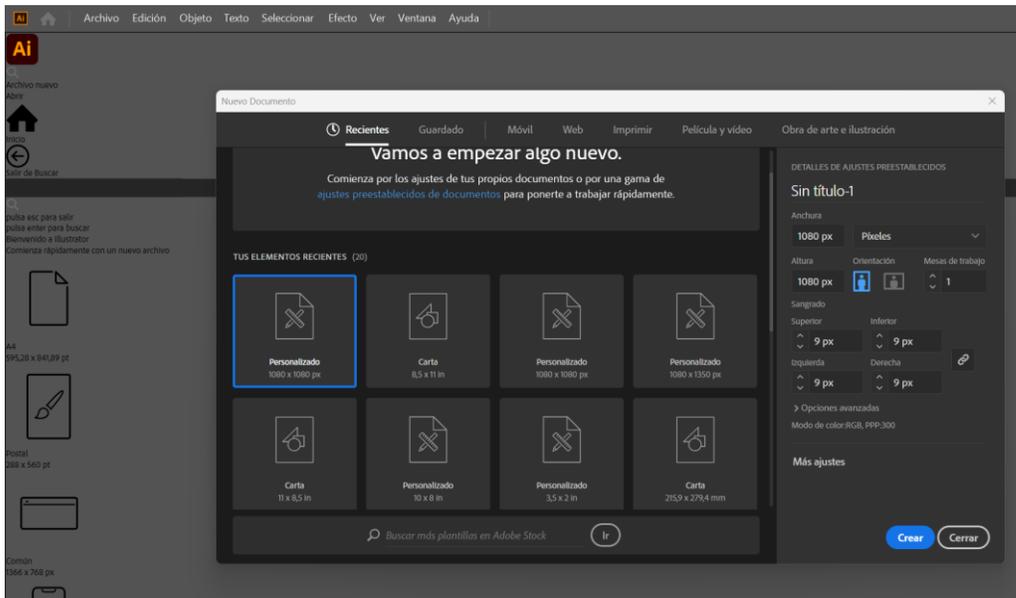
Se agrega título y contenido previamente revisado con su respectiva línea tipográfica institucional.



Construcción publicación 2 para Instagram y Facebook

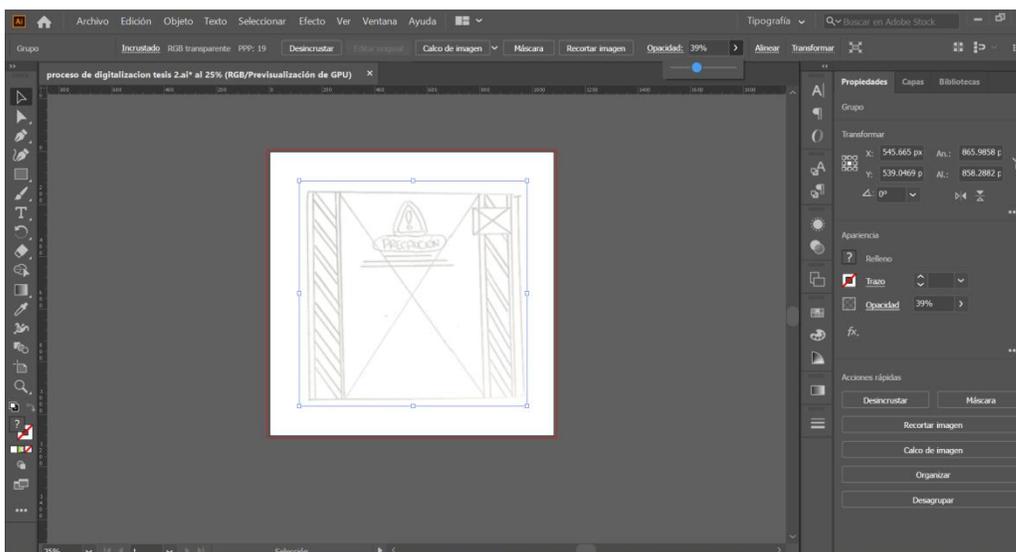
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 1080x1080 pixeles, con el fin de poder ser visualizado desde cualquier dispositivo móvil.



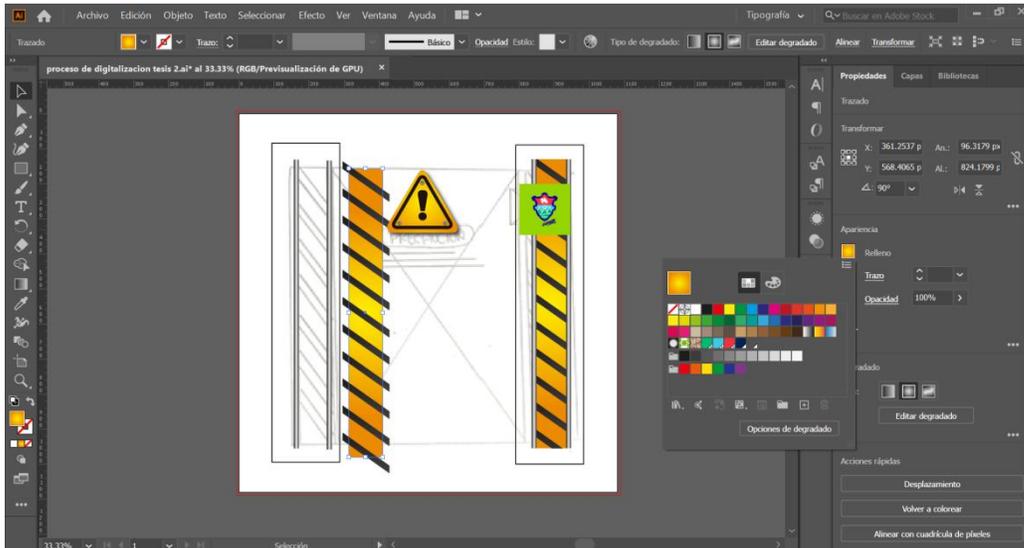
Paso 2

Se colocó opacidad al boceto en un 39% para empezar a redibujar.



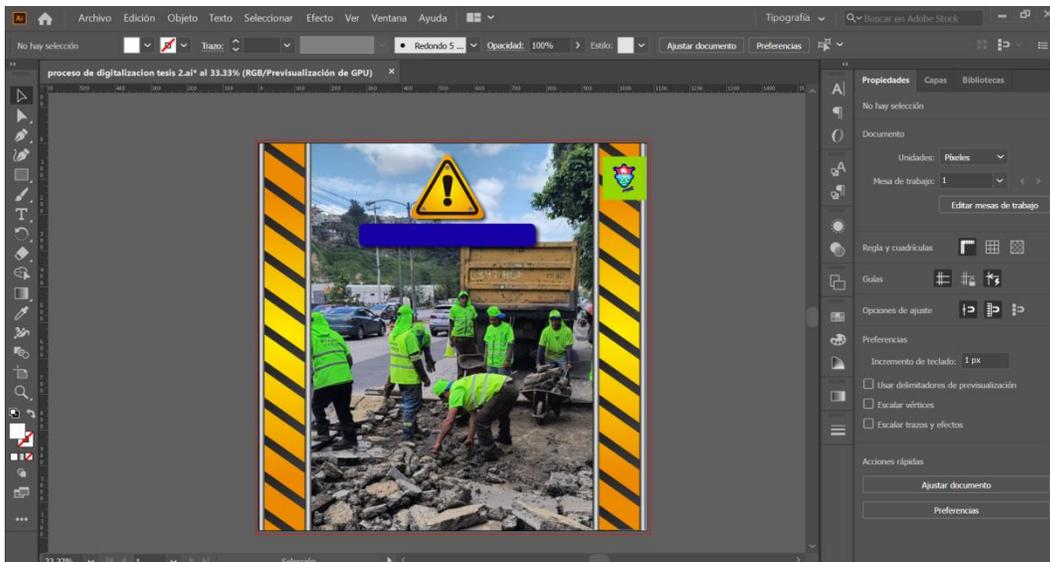
Paso 3

Se colocaron los elementos gráficos, creando barras preventivas a los laterales, utilizando el icono preventivo anterior a la publicación, añadiendo el logotipo institucional.



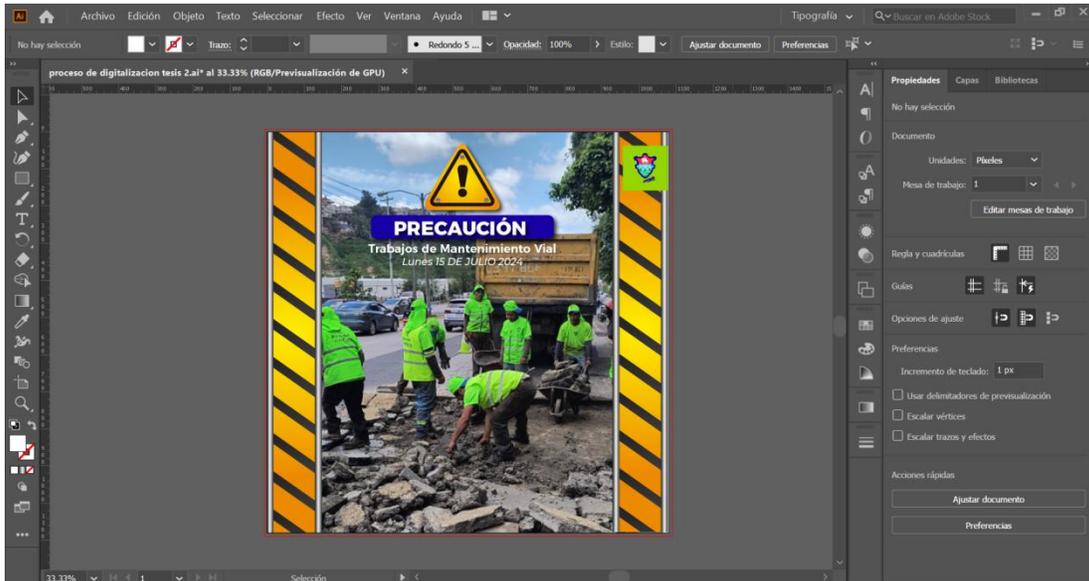
Paso 4

Se alinearon todos los elementos y se quitó el boceto de la parte trasera, colocando la imagen dada por la institución.



Paso 5

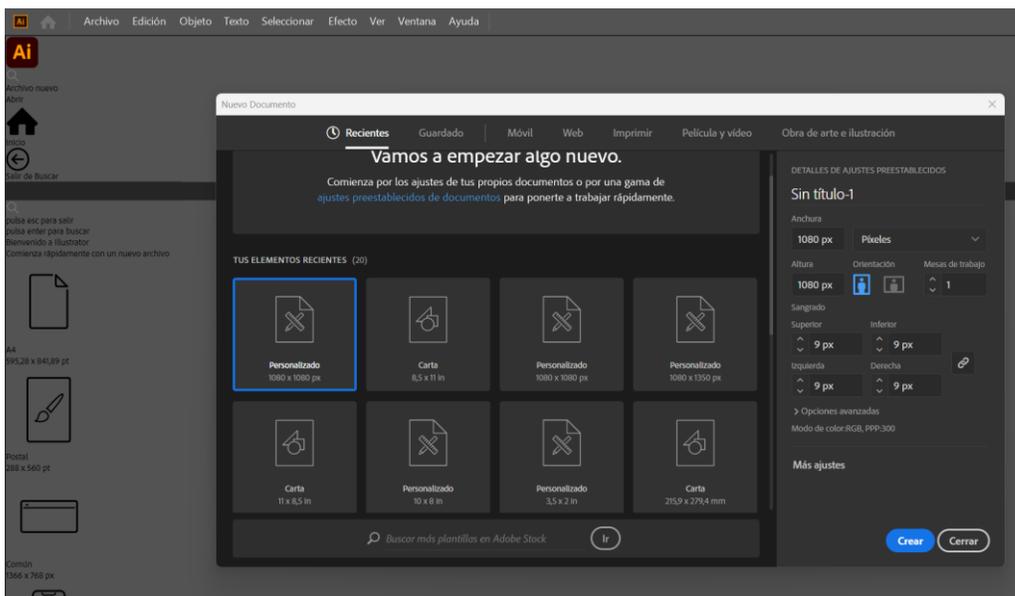
Se agrega título y contenido previamente revisado con su respectiva línea tipográfica institucional.



Construcción publicación 3 para Instagram y Facebook

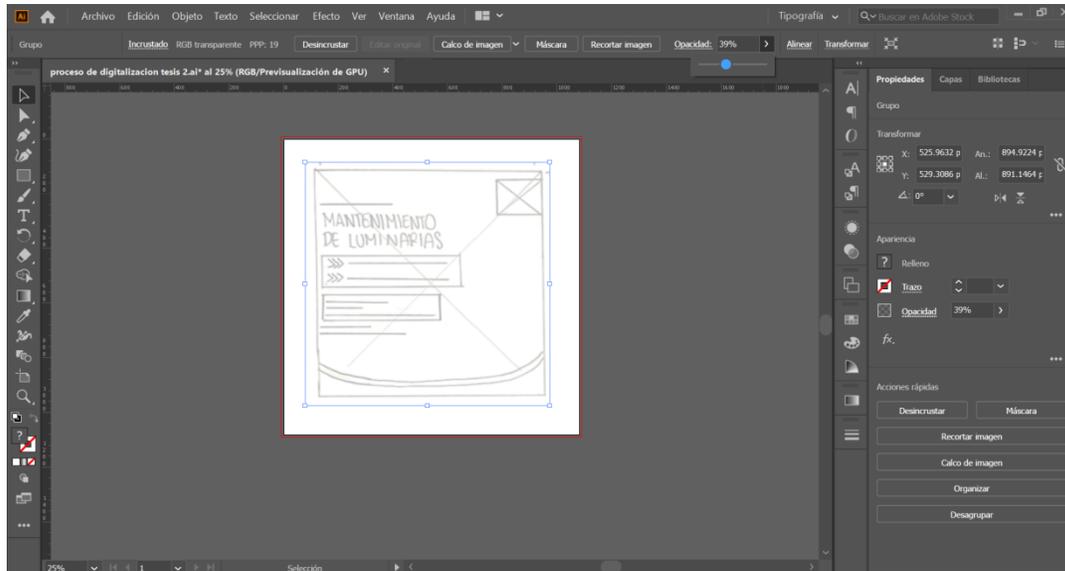
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 1080x1080 pixeles, con el fin de poder ser visualizado desde cualquier dispositivo móvil.



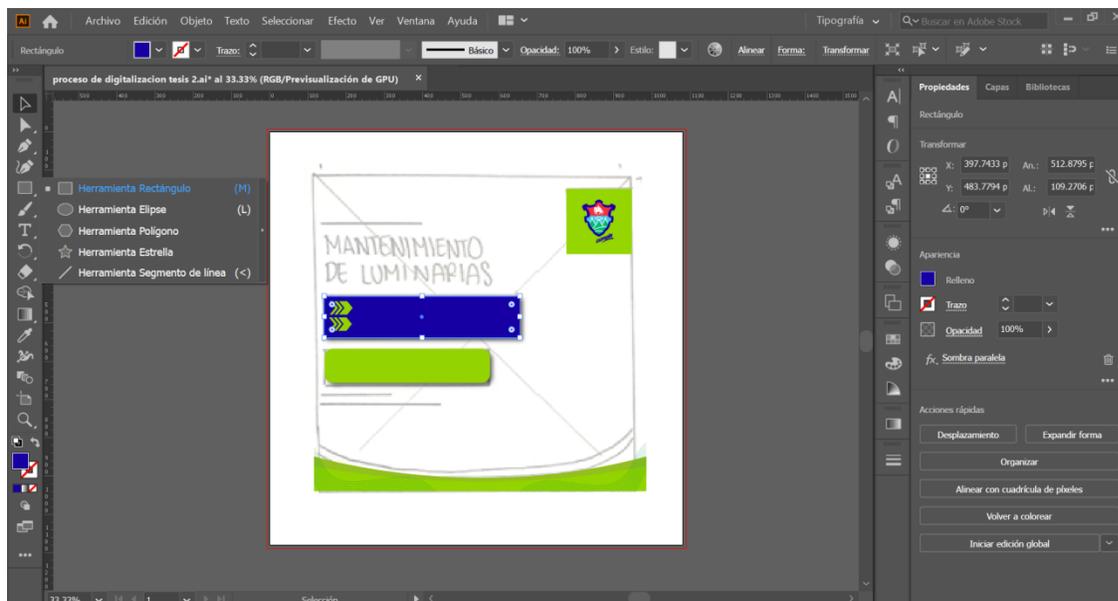
Paso 2

Se colocó opacidad al boceto en un 39% para empezar a redibujar.



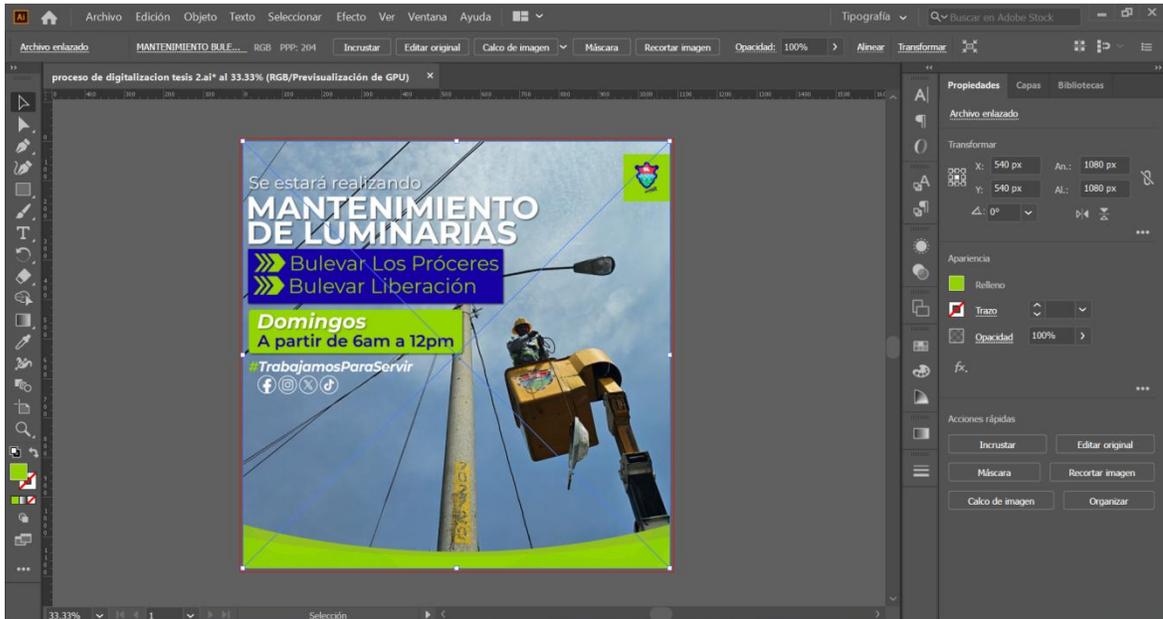
Paso 3

Se colocaron los elementos gráficos con sus respectivos colores institucionales, añadiendo el logotipo institucional.



Paso 4

Se alinearon todos los elementos y se quitó el boceto de la parte trasera, colocando la imagen dada por la institución.



Paso 5

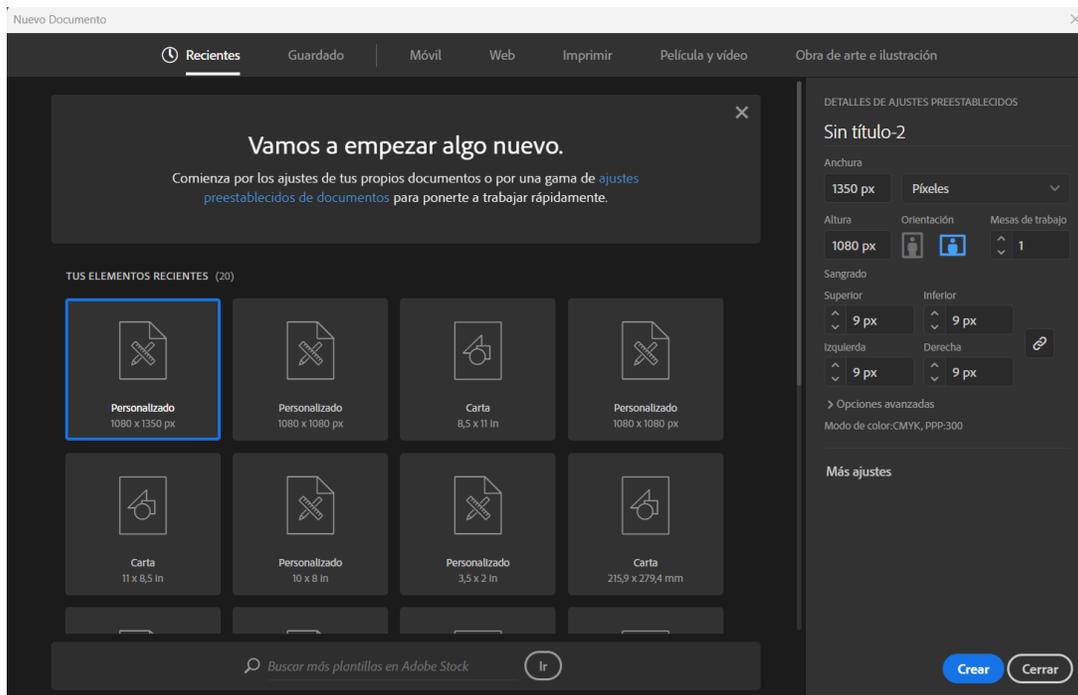
Se agrega título y contenido previamente revisado con su respectiva línea tipográfica institucional.



Construcción publicación 4 para Instagram y Facebook

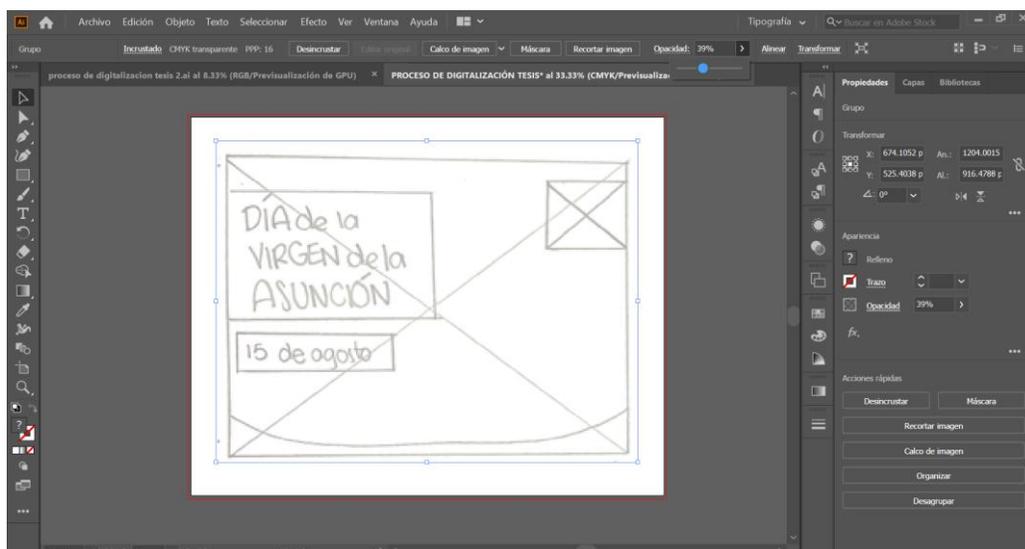
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 1350x1080 pixeles, con el fin de poder ser visualizado desde cualquier dispositivo móvil.



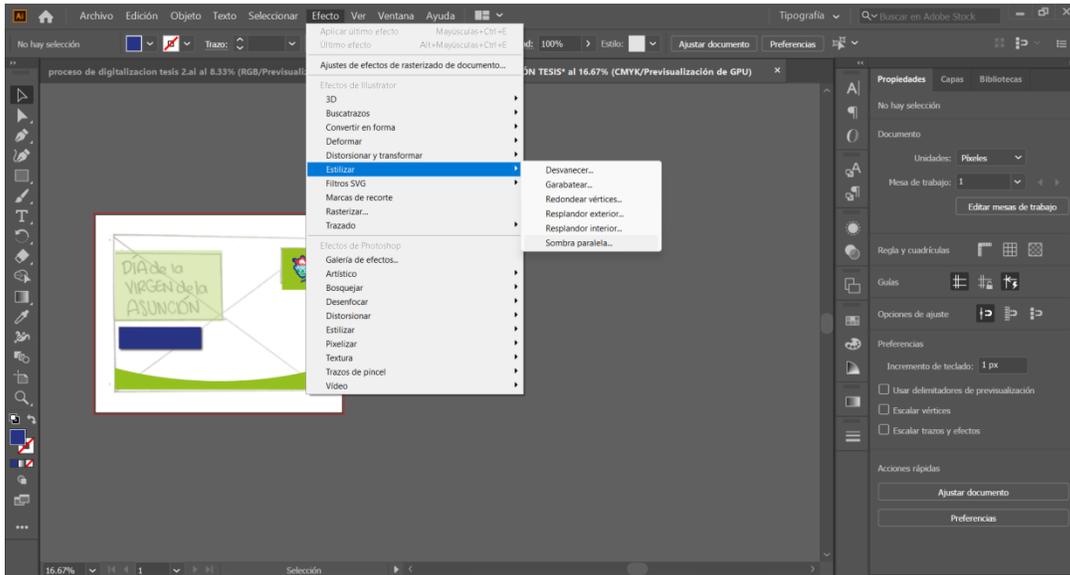
Paso 2

Se colocó opacidad al boceto en un 39% para empezar a redibujar.



Paso 3

Se colocaron los elementos gráficos con sus respectivos colores institucionales y efecto de sombras, añadiendo el logotipo institucional.



Paso 4

Se alinearon todos los elementos y se quitó el boceto de la parte trasera, colocando la imagen dada por la institución.



Paso 5

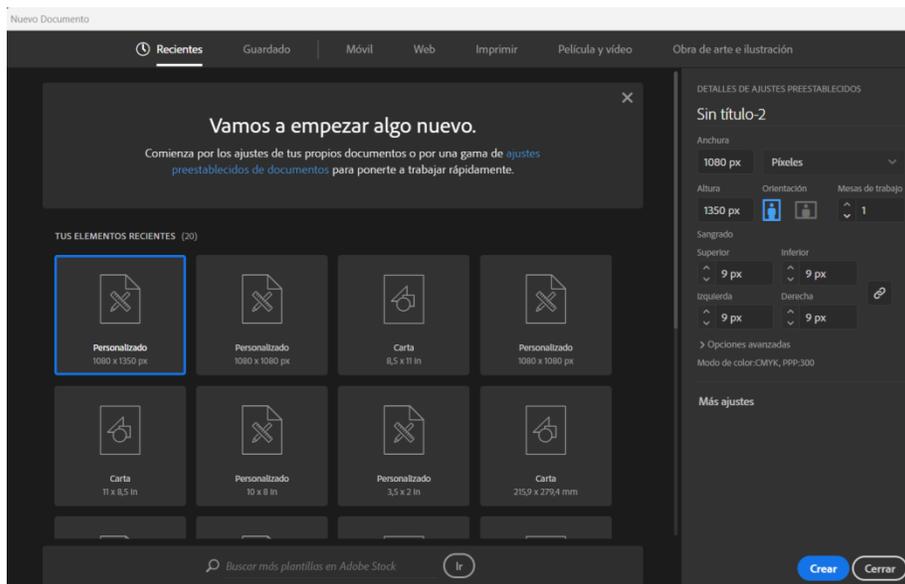
Se agrega título y contenido previamente revisado con su respectiva línea tipográfica institucional.



Construcción publicación 5 para Instagram y Facebook

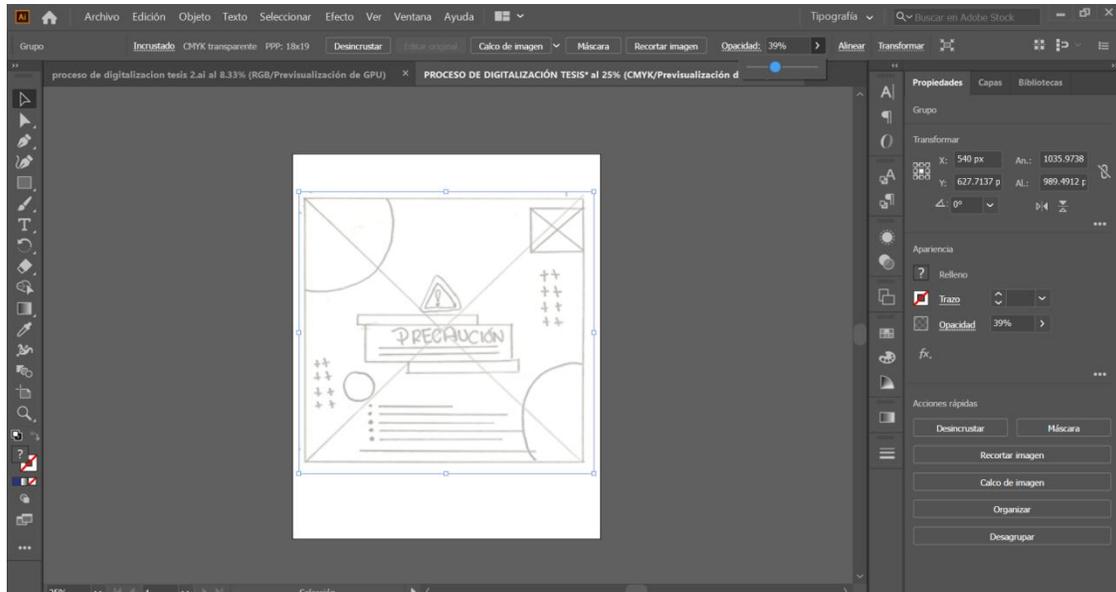
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 1080x1350 pixeles, con el fin de poder ser visualizado desde cualquier dispositivo móvil.



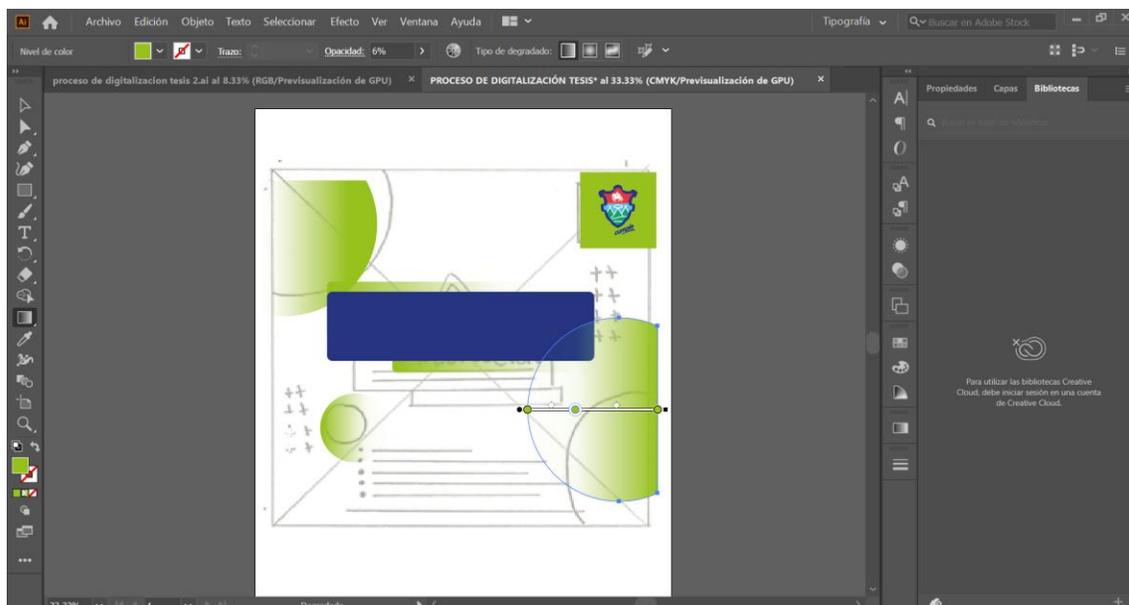
Paso 2

Se colocó opacidad al boceto en un 39% para empezar a redibujar.



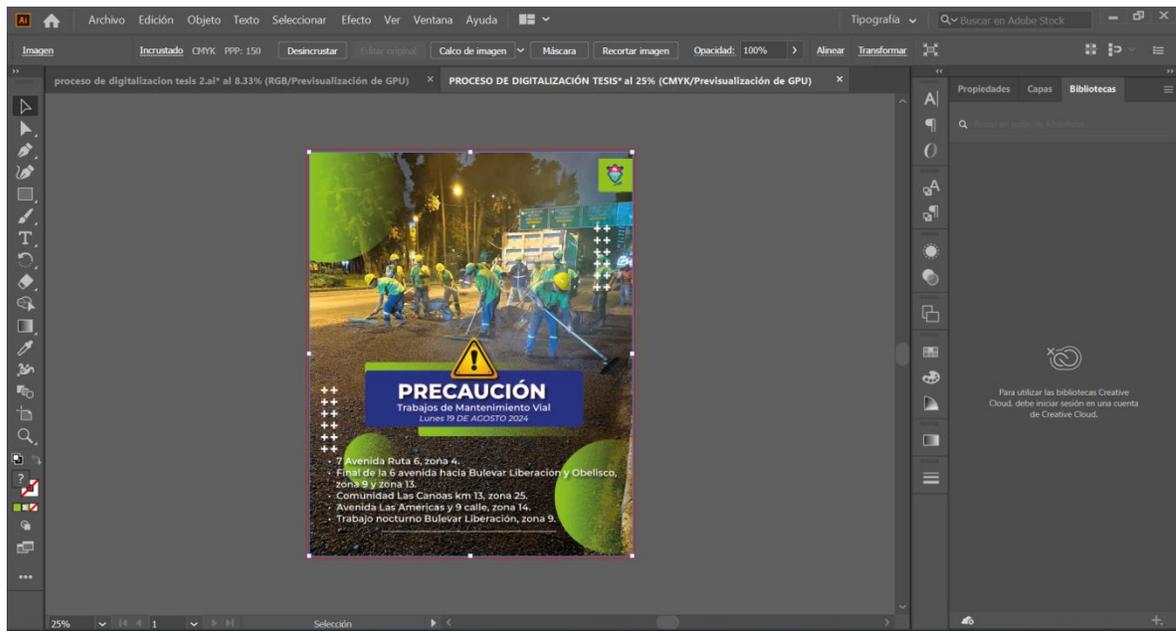
Paso 3

Se colocaron los elementos gráficos con sus respectivos colores institucionales, añadiendo el logotipo institucional.



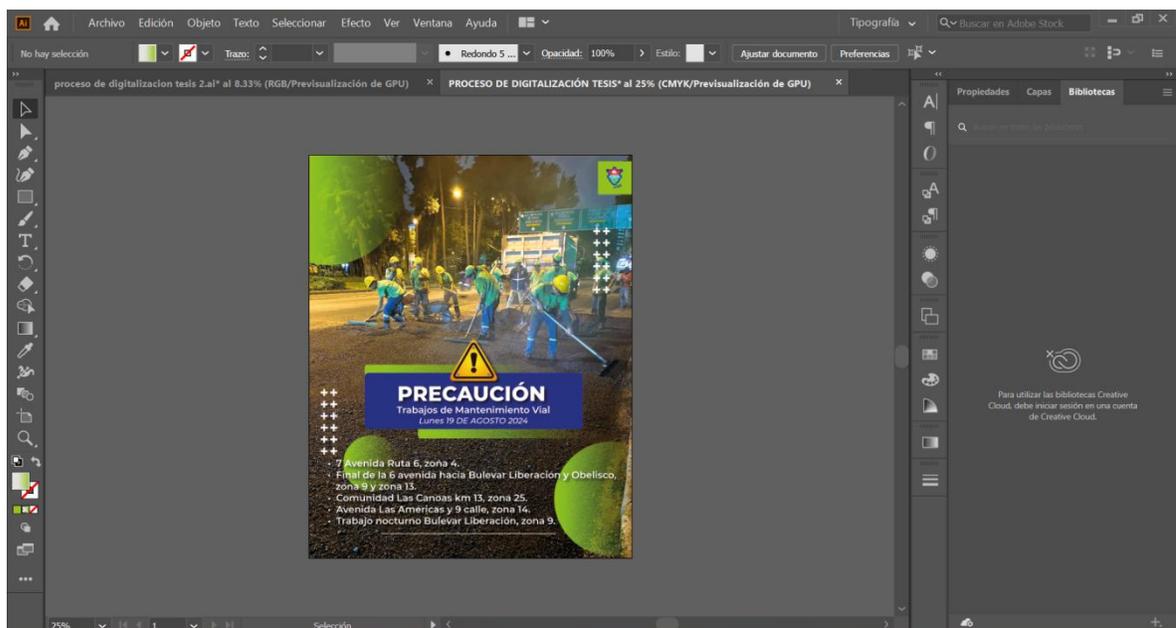
Paso 4

Se alinearon todos los elementos y se quitó el boceto de la parte trasera, colocando la imagen dada por la institución.



Paso 6

Se agrega título y contenido previamente revisado con su respectiva línea tipográfica institucional.

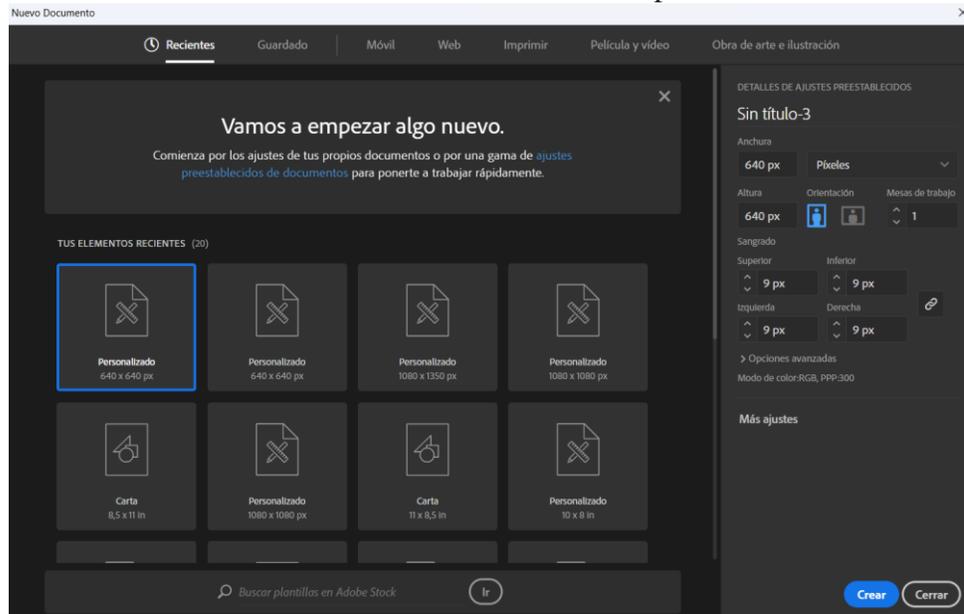


Proceso de digitalización iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 1 Área de “Podas”

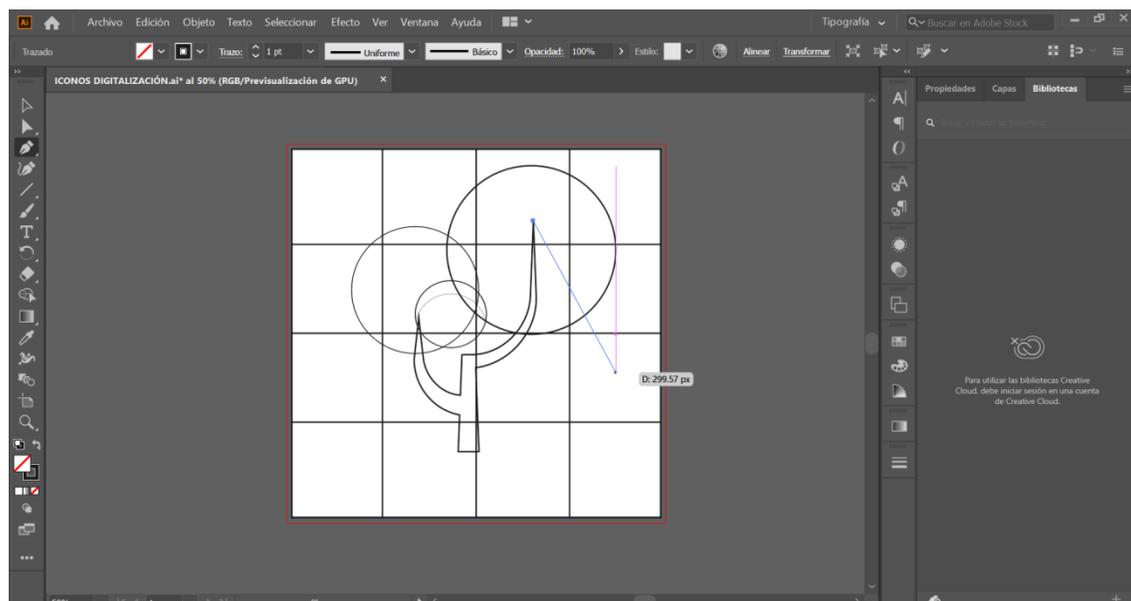
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 640x640 píxeles.



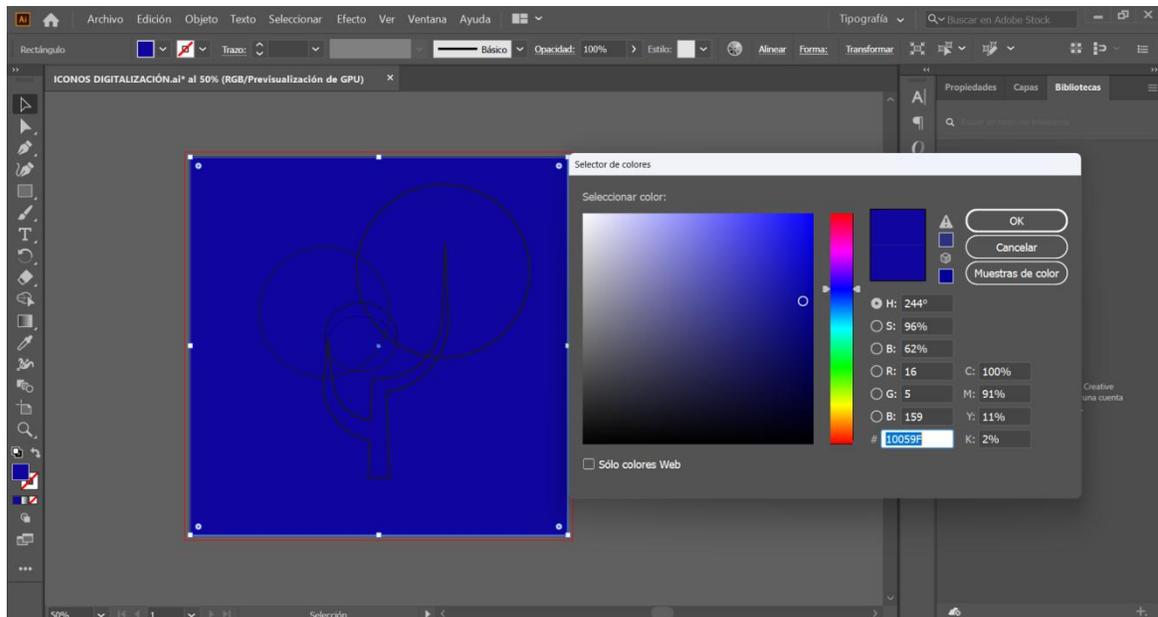
Paso 2

Se construyó la retícula con módulos cuadrados de 4x4 y se digitalizó el boceto inicial con figuras geométricas y se vectorizó lo necesario con la herramienta pluma.



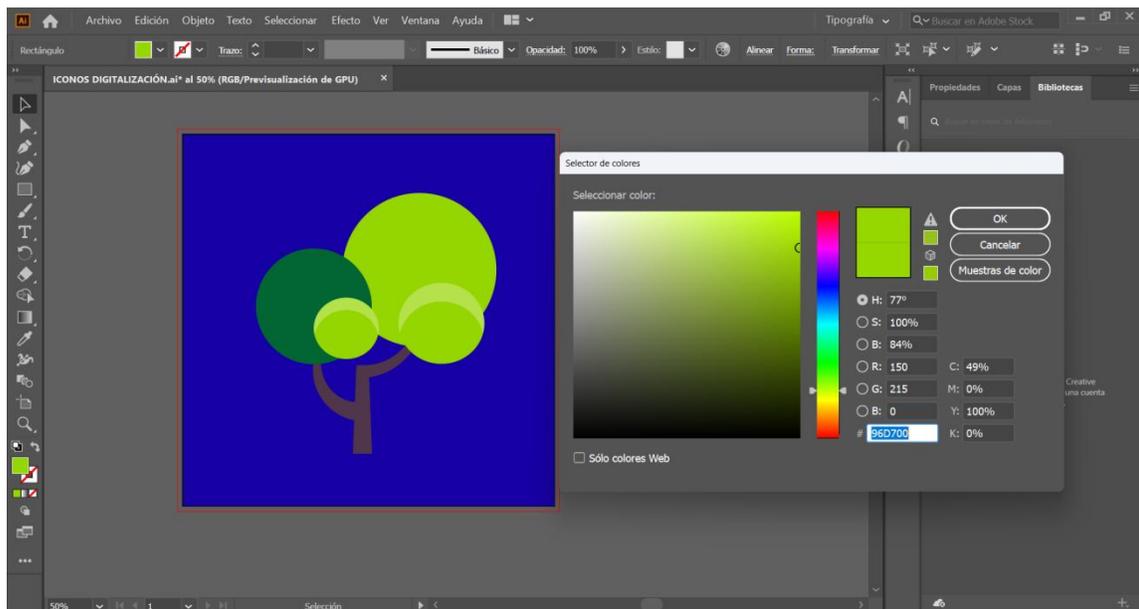
Paso 3

Se agregó un fondo con el color institucional “azul muni”.



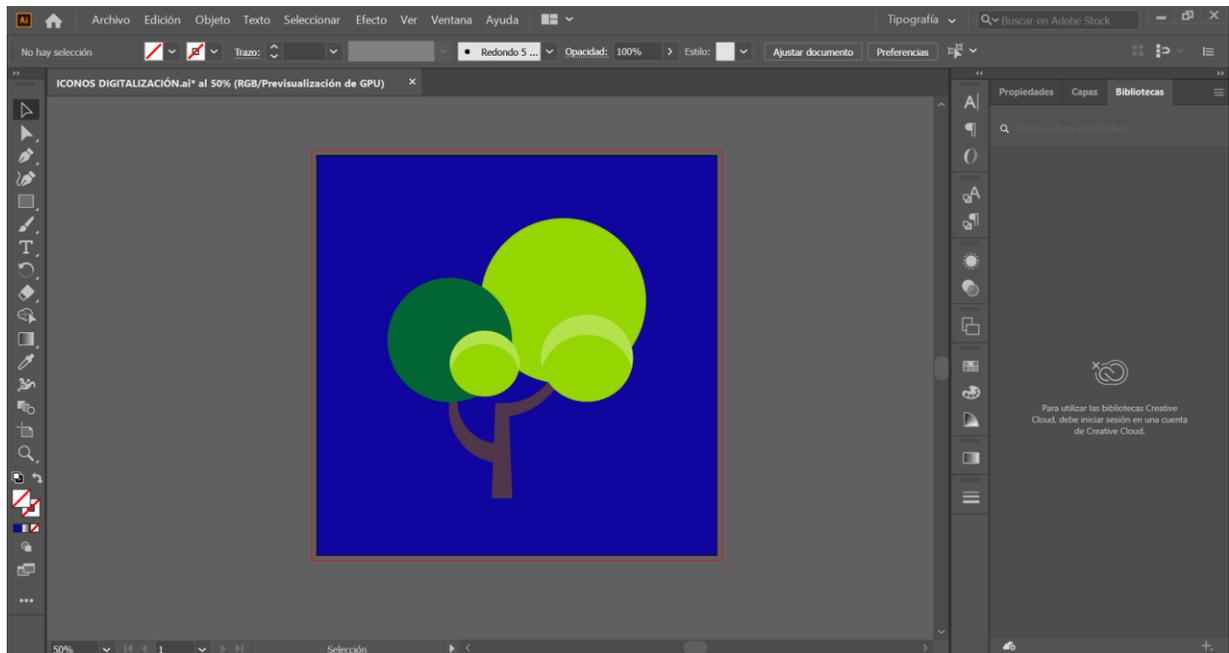
Paso 4

Se agregó color a la ilustración, dando como prioridad el color institucional “verde muni”.



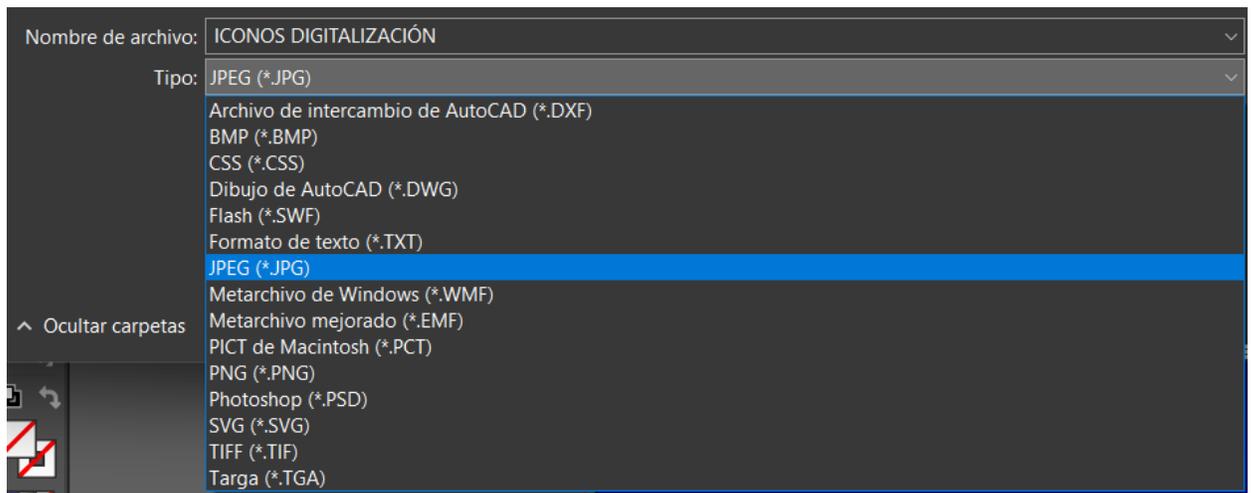
Paso 5

Se posicionó linealmente cada elemento creando un icono minimalista y limpio visualmente.



Paso 5

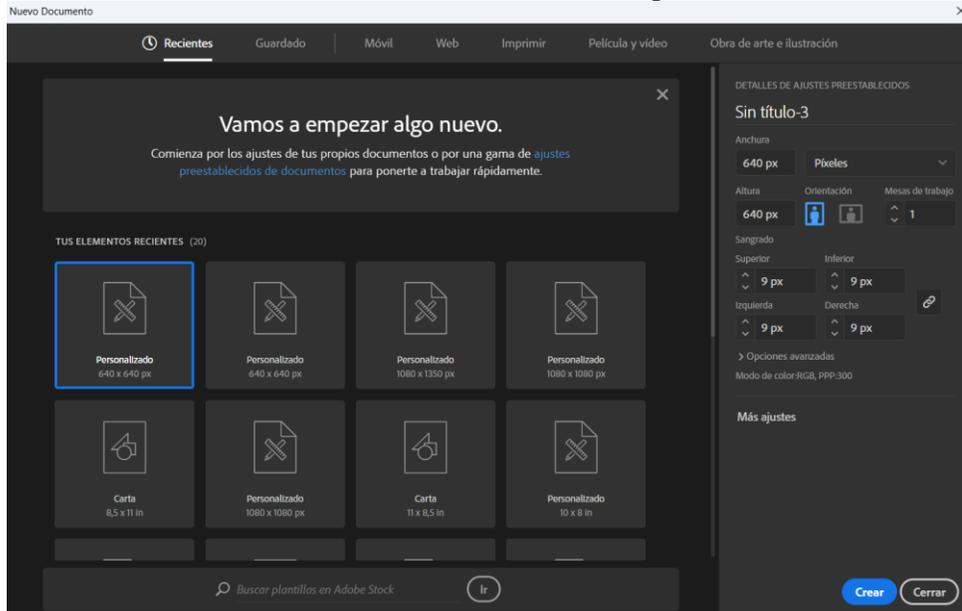
Se guardó la ilustración en un formato adecuado, en este caso JPG.



Icono 2 Área “Limpia y Verde”

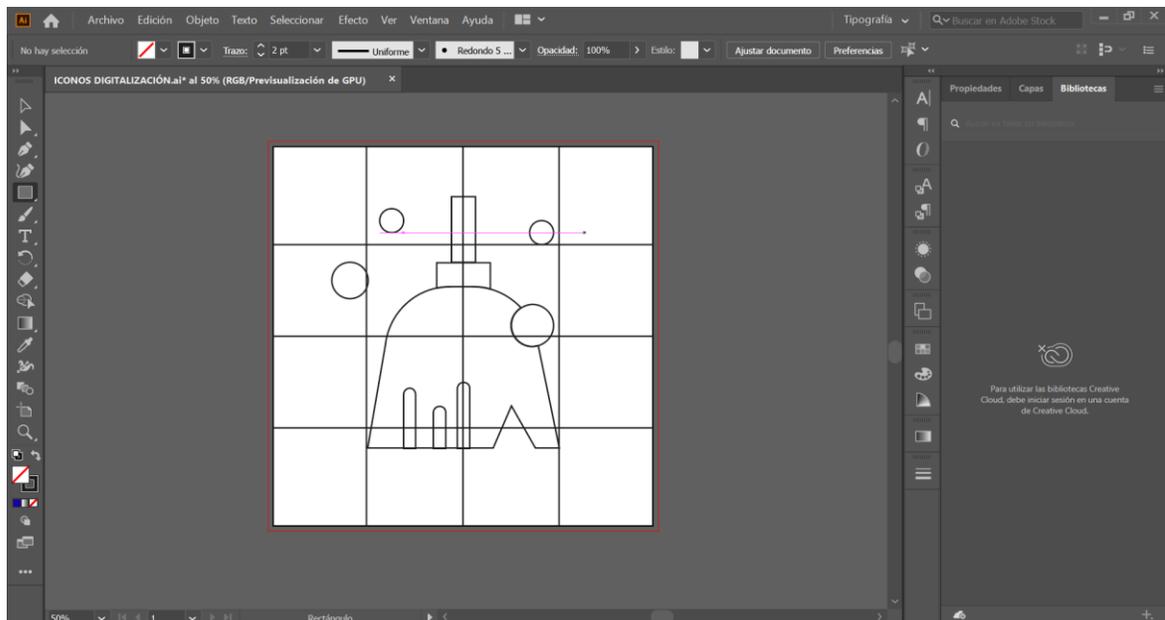
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 640x640 pixeles.



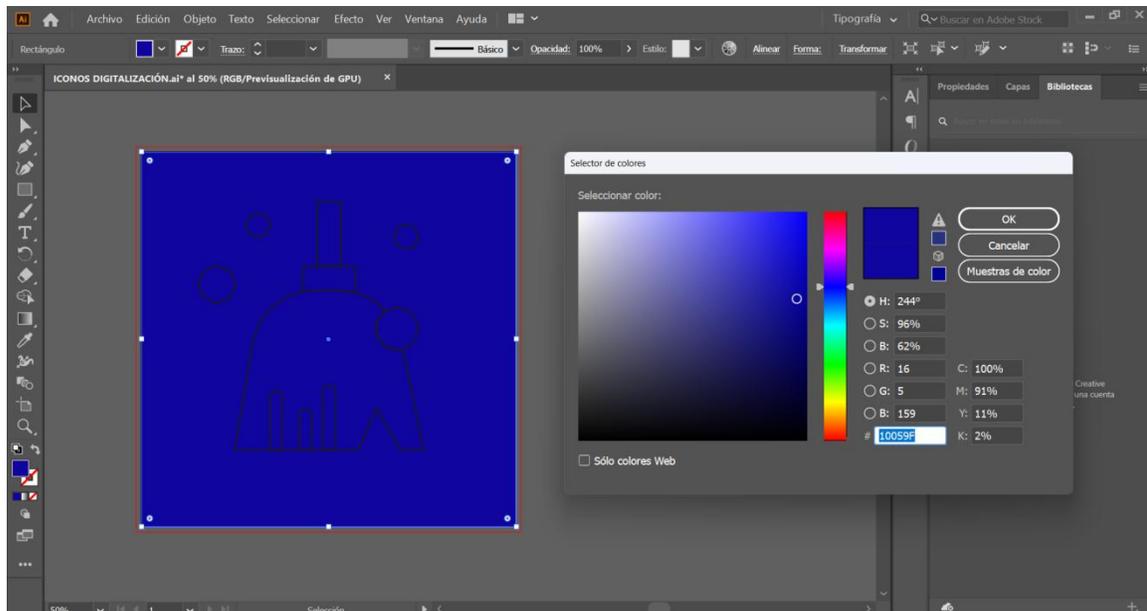
Paso 2

Se construyó la retícula con módulos cuadrados de 4x4 y se digitalizó el boceto inicial con figuras geométricas y se vectorizó lo necesario con la herramienta pluma.



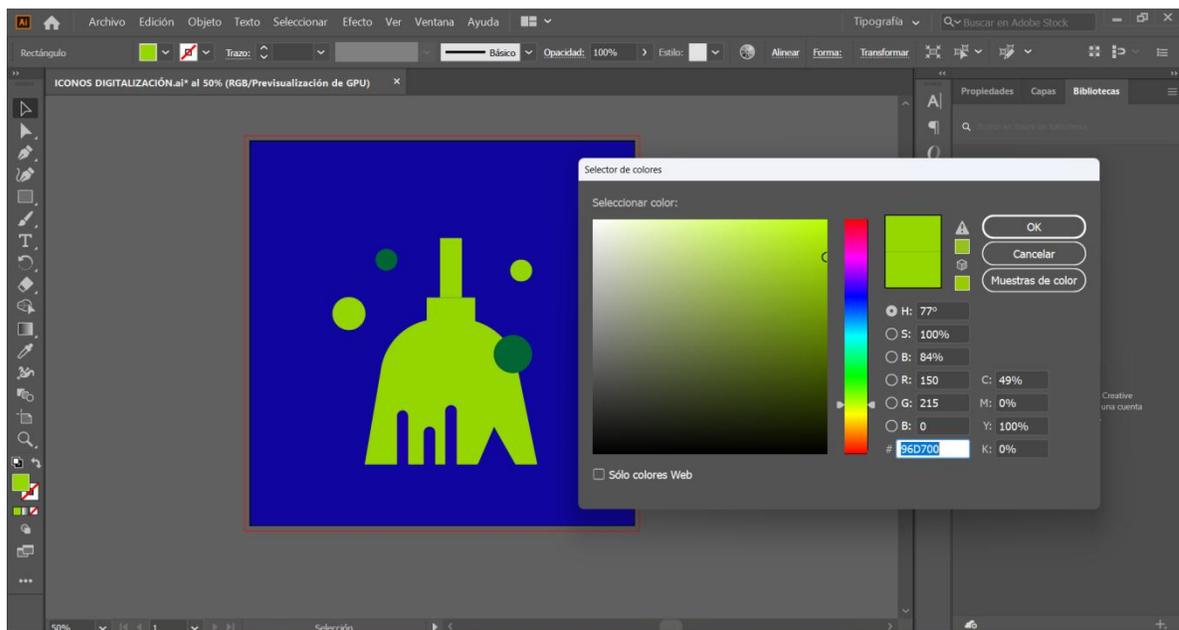
Paso 3

Se agregó un fondo con el color institucional “azul muni”.



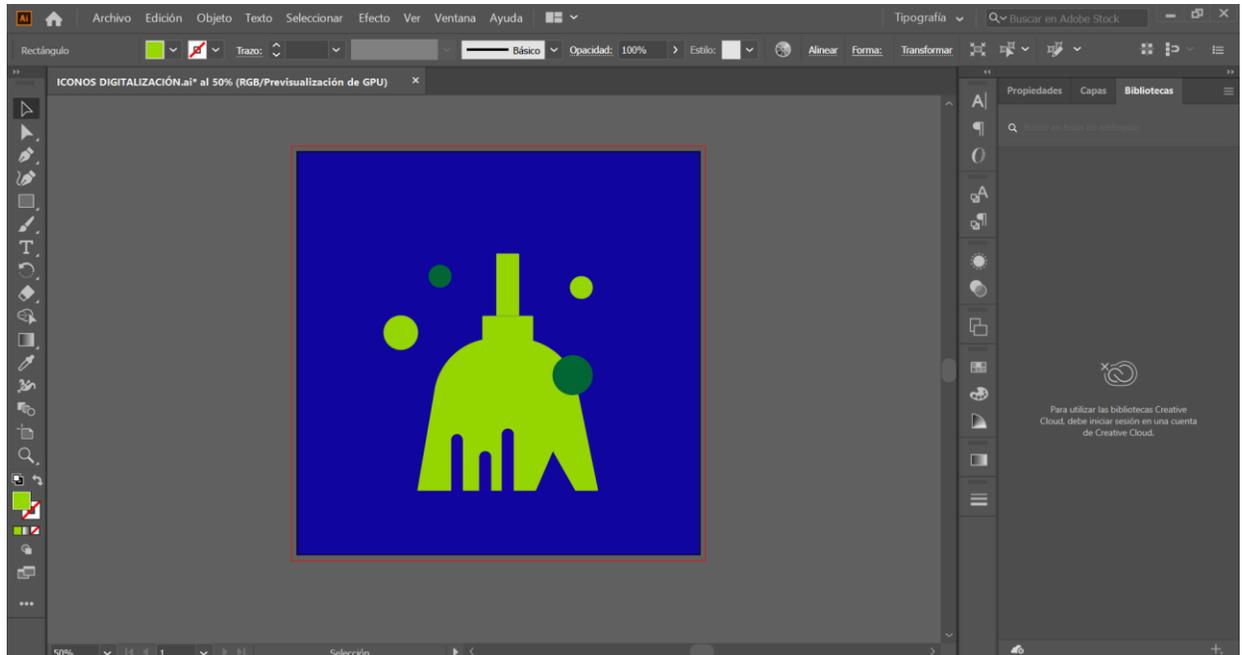
Paso 4

Se agregó color a la ilustración, dando como prioridad el color institucional “verde muni”.



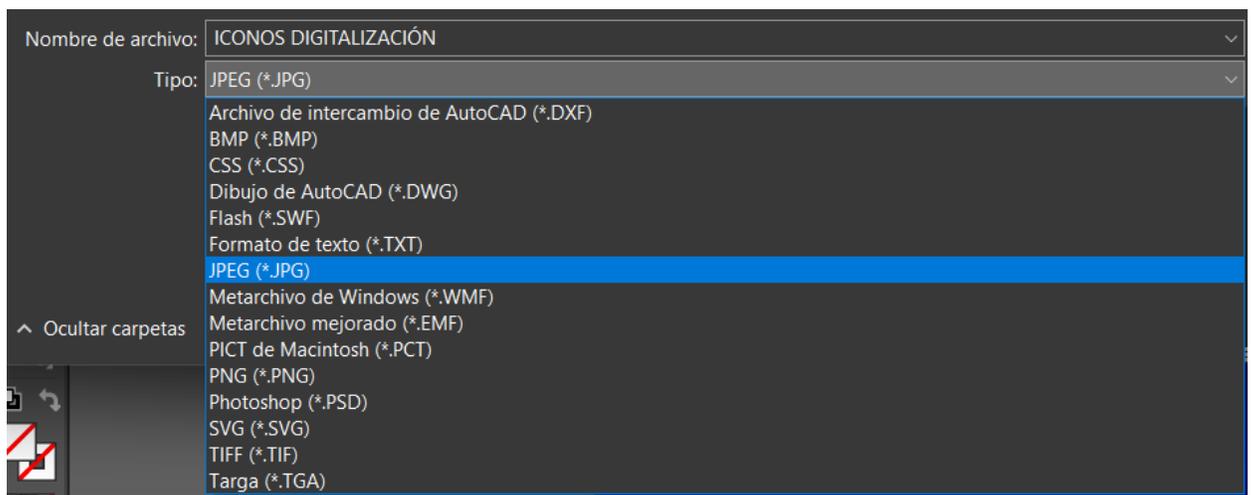
Paso 5

Se posicionó linealmente cada elemento creando un icono minimalista y limpio visualmente.



Paso 5

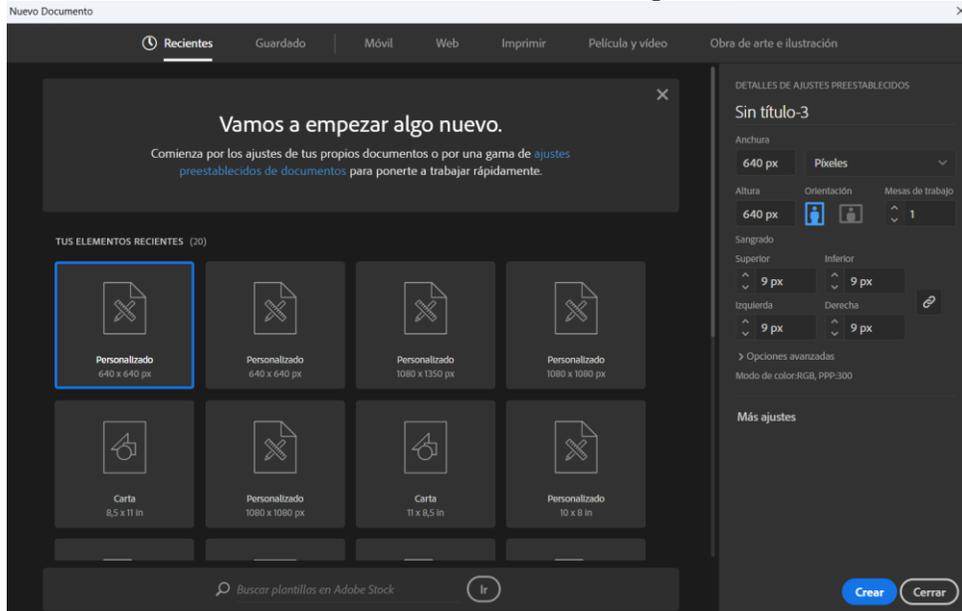
Se guardó la ilustración en un formato adecuado, en este caso JPG.



Icono 3 Área de “Limpieza Municipal”

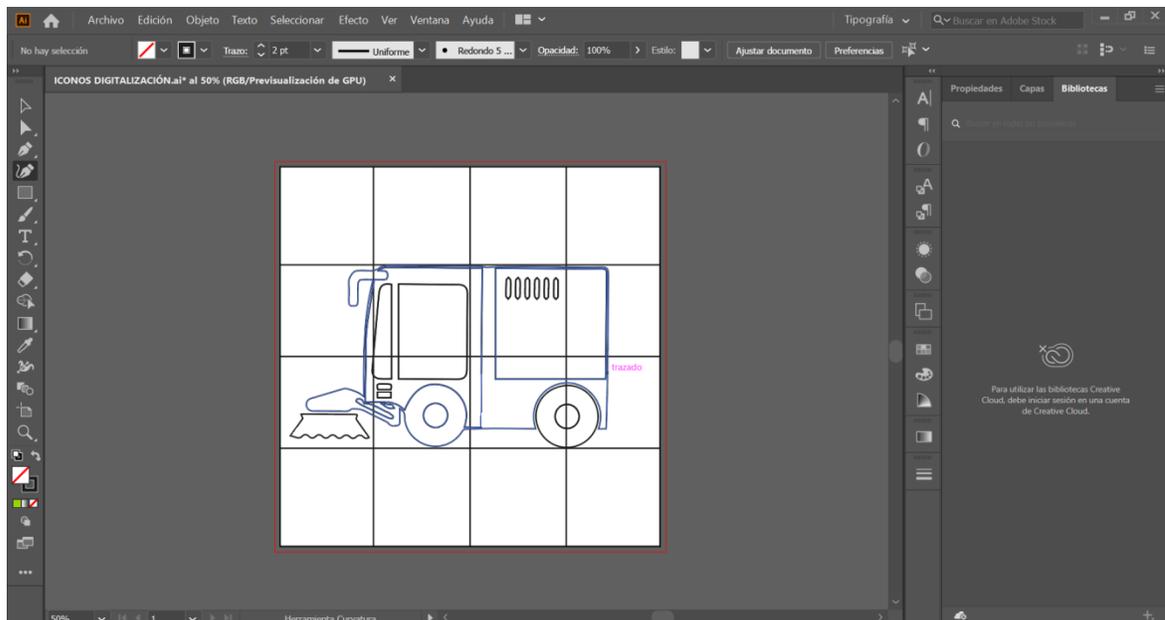
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 640x640 pixeles.



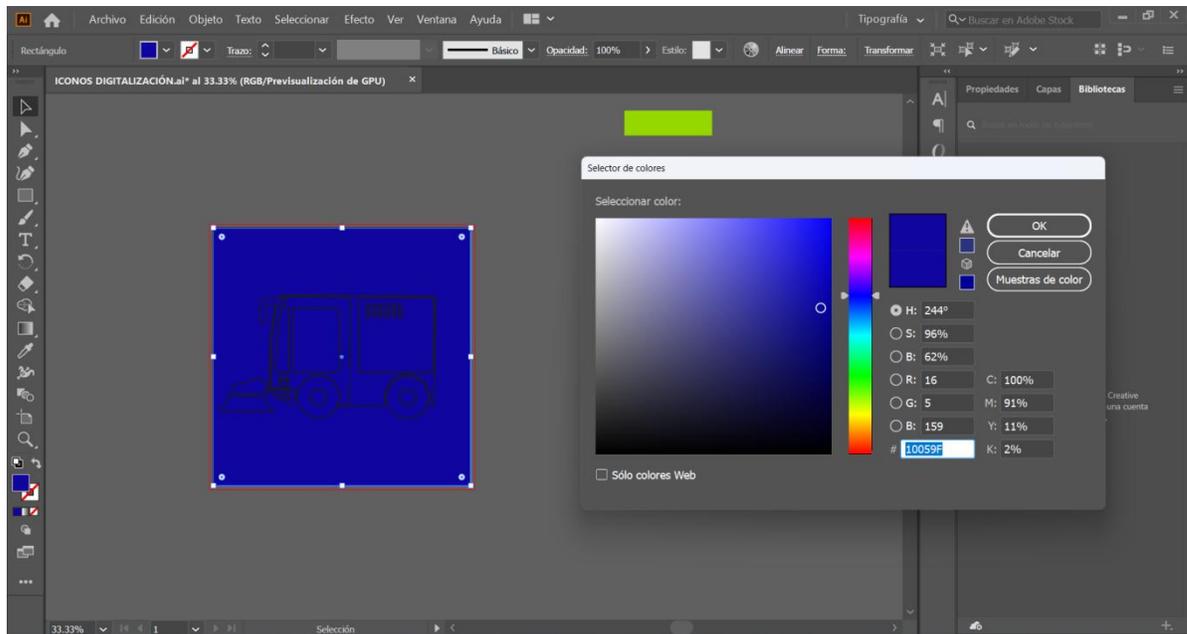
Paso 2

Se construyó la retícula con módulos cuadrados de 4x4 y se digitalizó el boceto inicial con figuras geométricas y se vectorizó lo necesario con la herramienta pluma.



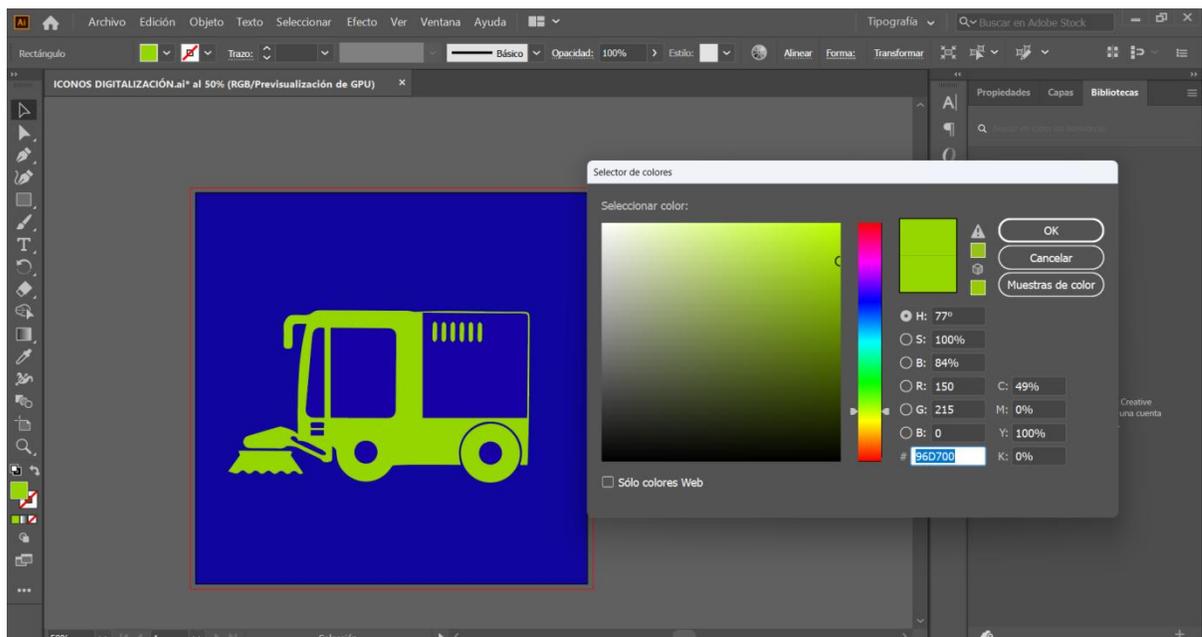
Paso 3

Se agregó un fondo con el color institucional “azul muni”.



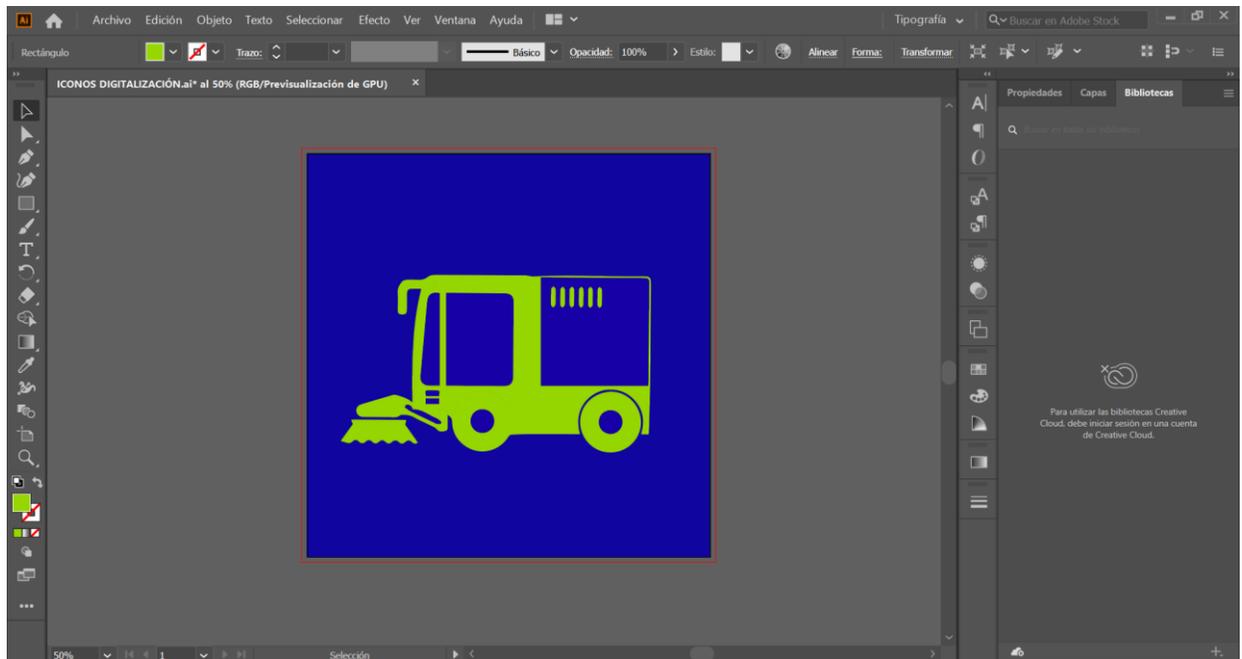
Paso 4

Se agregó color a la ilustración, dando como prioridad el color institucional “verde muni”.



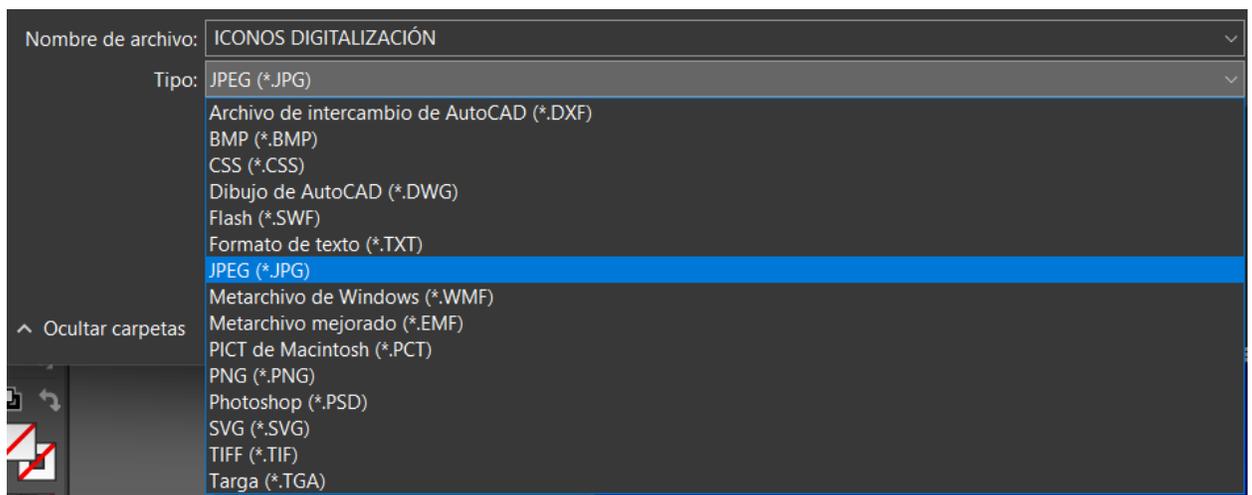
Paso 5

Se posicionó linealmente cada elemento creando un icono minimalista y limpio visualmente.



Paso 5

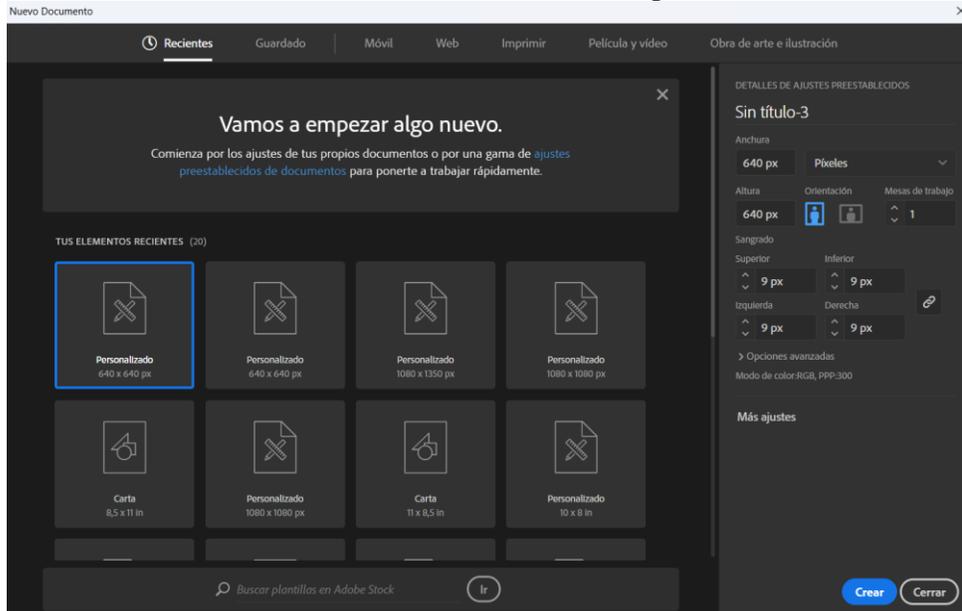
Se guardó la ilustración en un formato adecuado, en este caso JPG.



Icono 4 Área de “Obras”

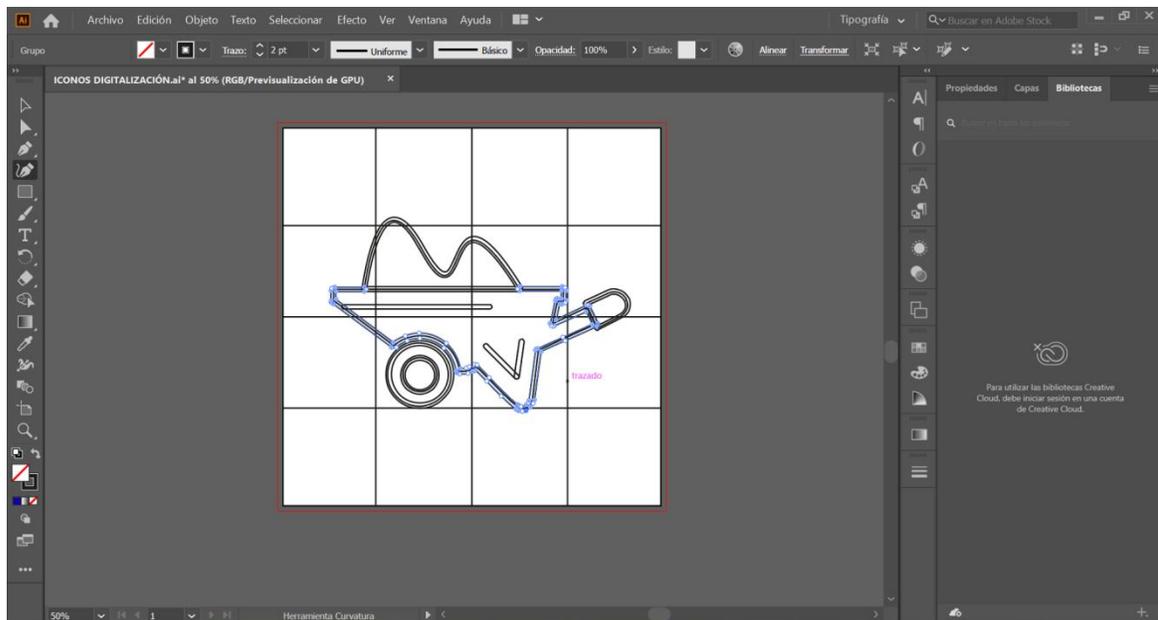
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 640x640 píxeles.



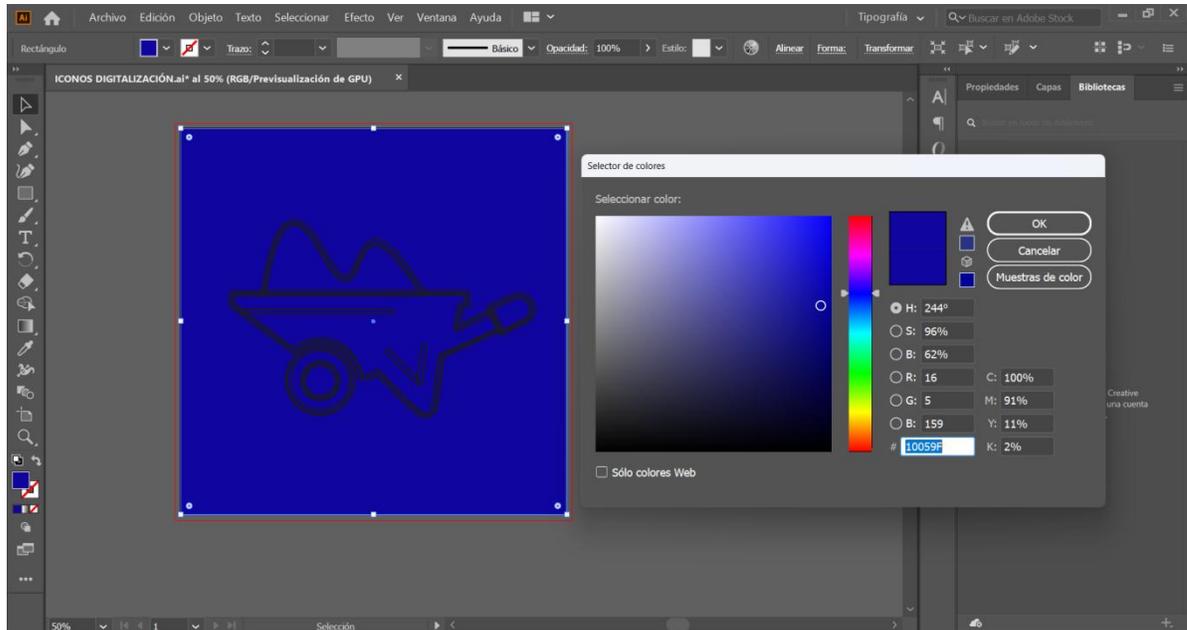
Paso 2

Se construyó la retícula con módulos cuadrados de 4x4 y se digitalizó el boceto inicial con figuras geométricas y se vectorizó lo necesario con la herramienta pluma.



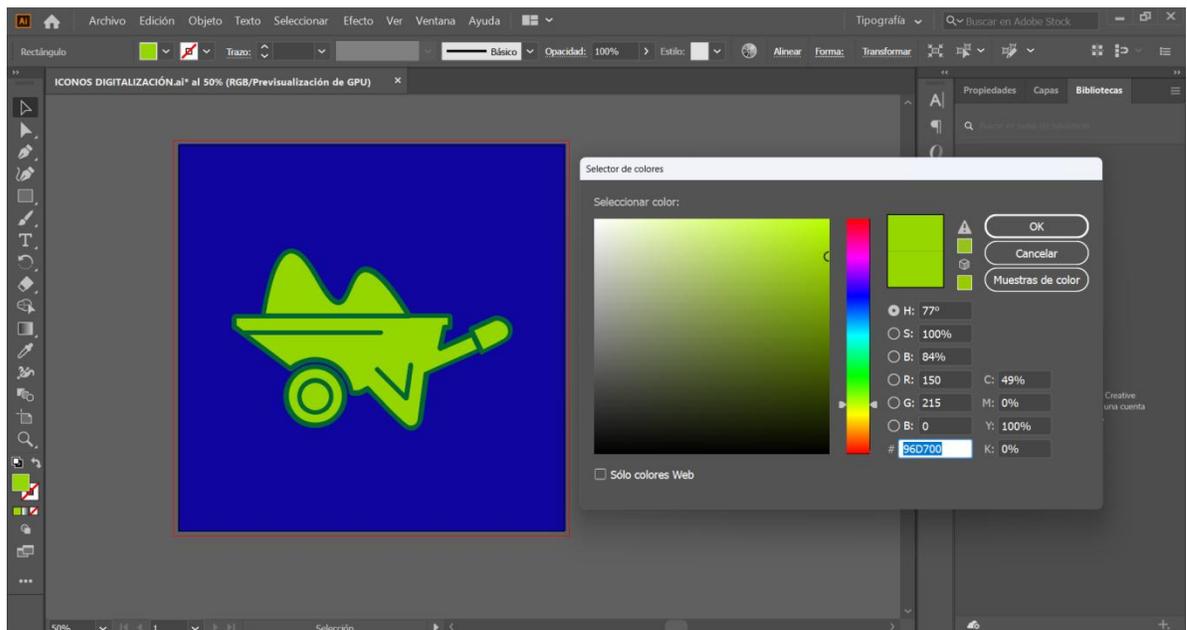
Paso 3

Se agregó un fondo con el color institucional “azul muni”.



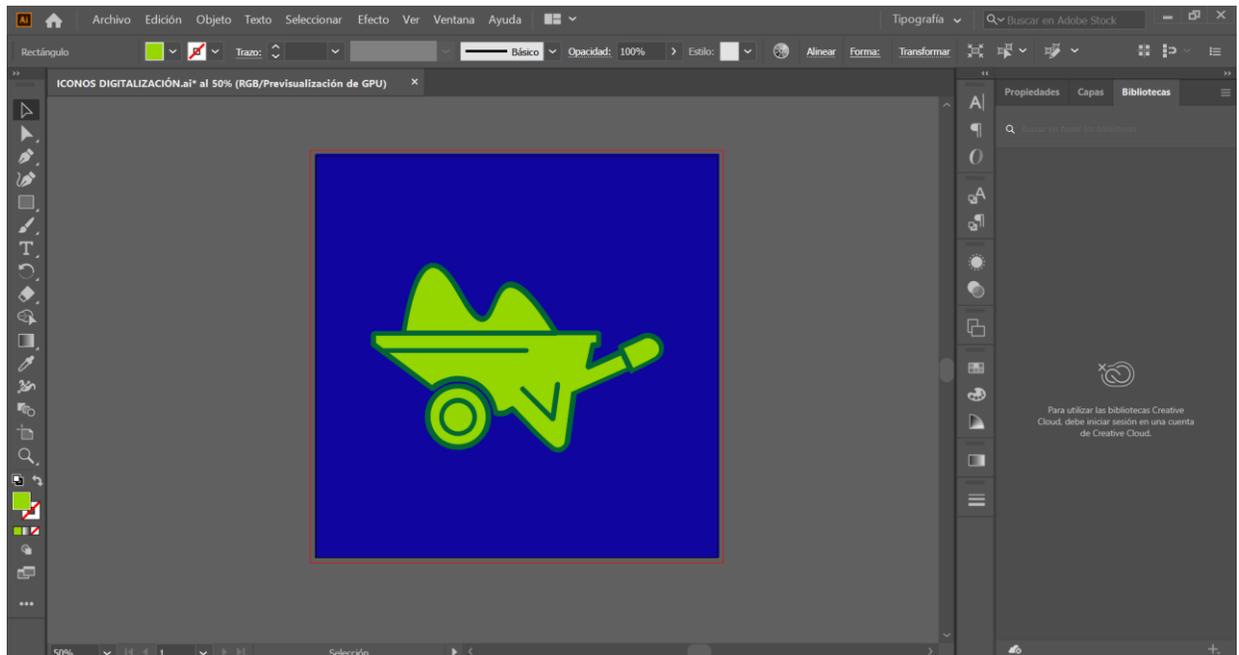
Paso 4

Se agregó color a la ilustración, dando como prioridad el color institucional “verde muni”.



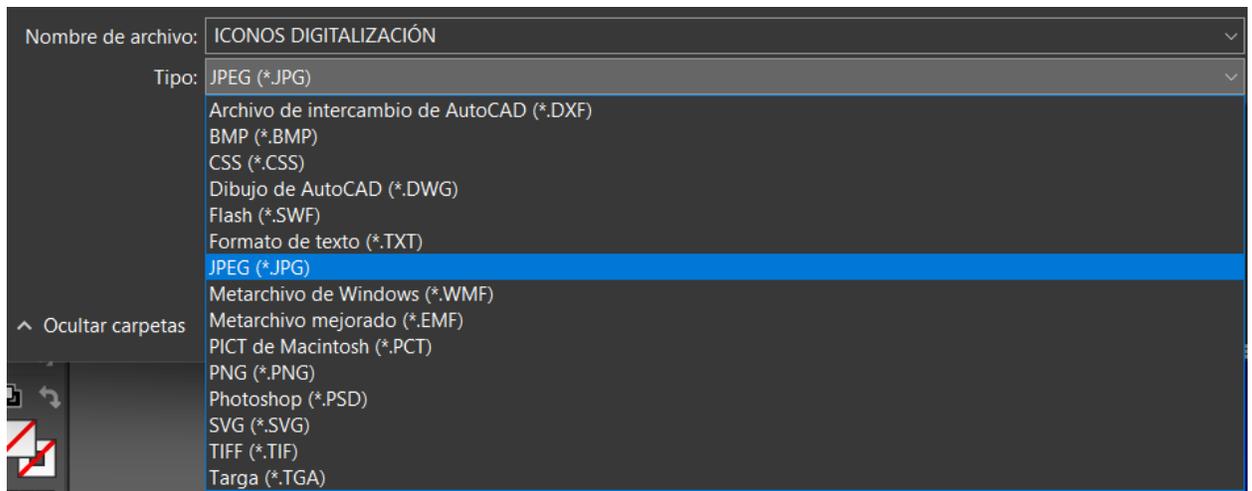
Paso 5

Se posicionó linealmente cada elemento creando un icono minimalista y limpio visualmente.



Paso 5

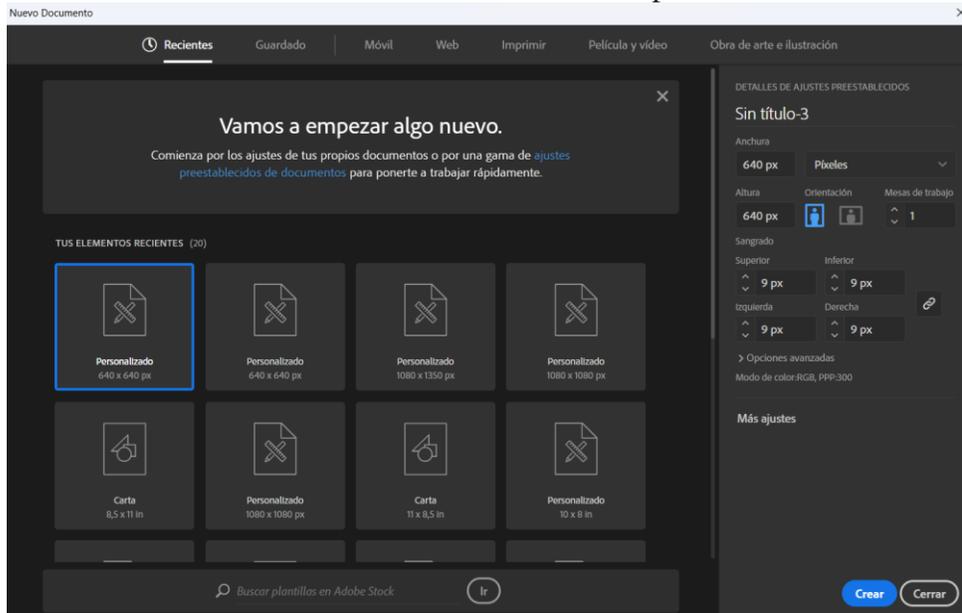
Se guardó la ilustración en un formato adecuado, en este caso JPG.



Icono 5 Área de “Unidad de Apoyos Alcaldías Auxiliares”

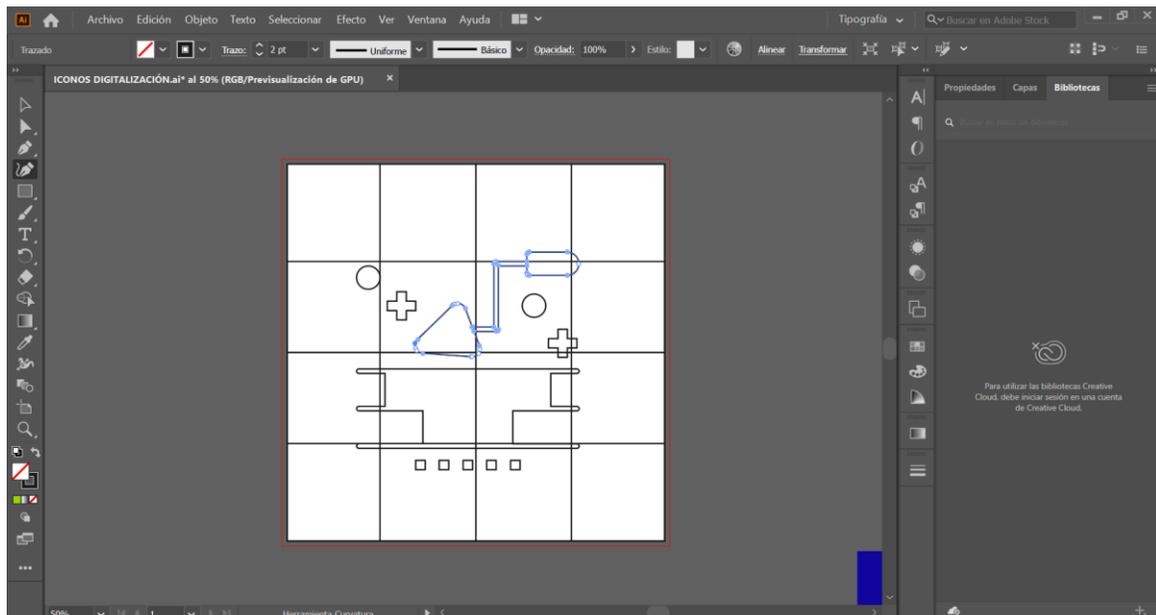
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 640x640 pixeles.



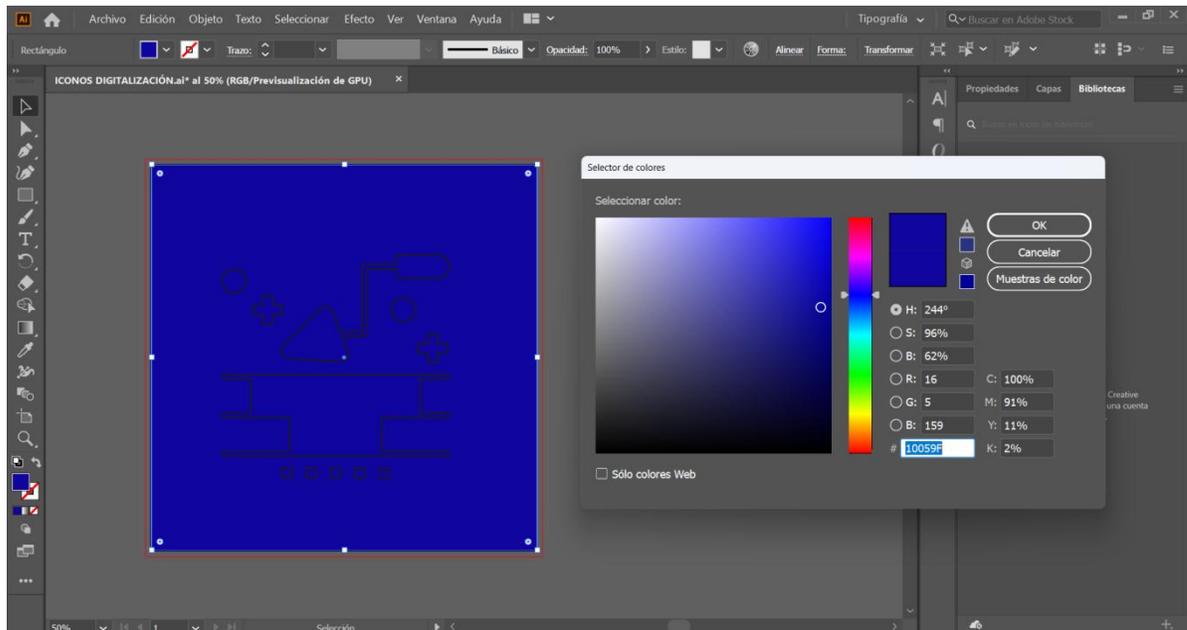
Paso 2

Se construyó la retícula con módulos cuadrados de 4x4 y se digitalizó el boceto inicial con figuras geométricas y se vectorizó lo necesario con la herramienta pluma.



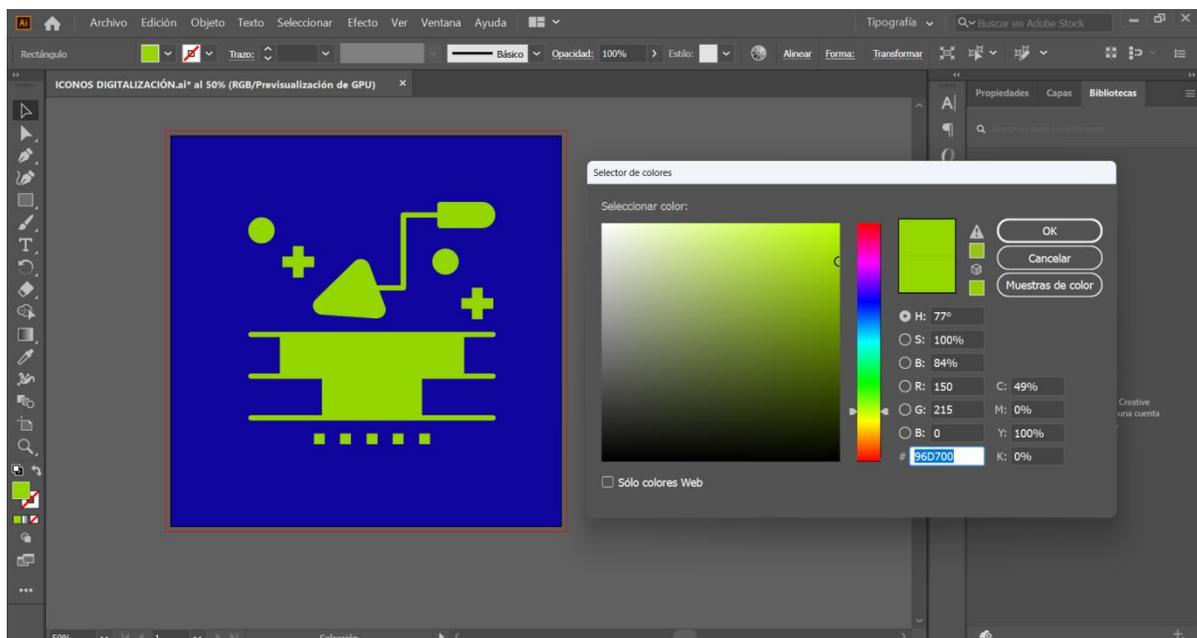
Paso 3

Se agregó un fondo con el color institucional “azul muni”.



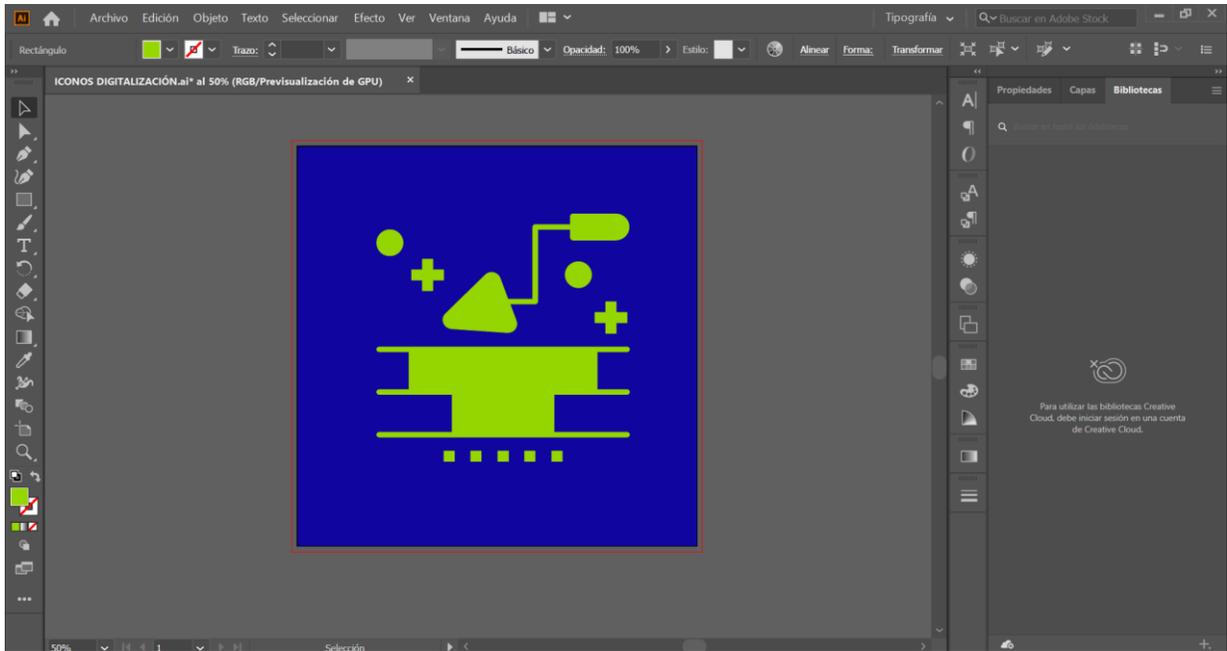
Paso 4

Se agregó color a la ilustración, dando como prioridad el color institucional “verde muni”.



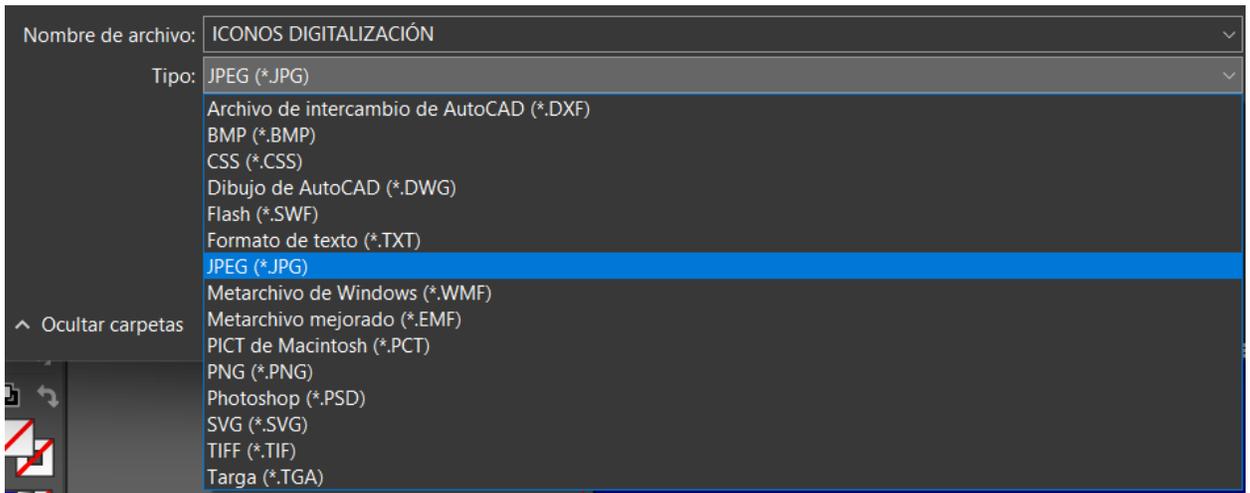
Paso 5

Se posicionó linealmente cada elemento creando un icono minimalista y limpio visualmente.



Paso 5

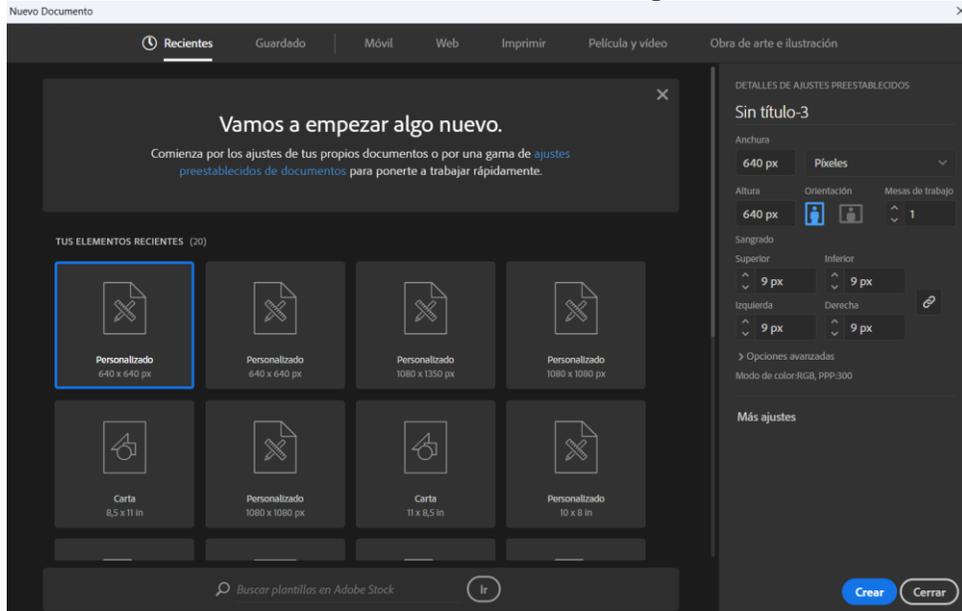
Se guardó la ilustración en un formato adecuado, en este caso JPG.



Icono 6 Área de “Alumbrado Público”

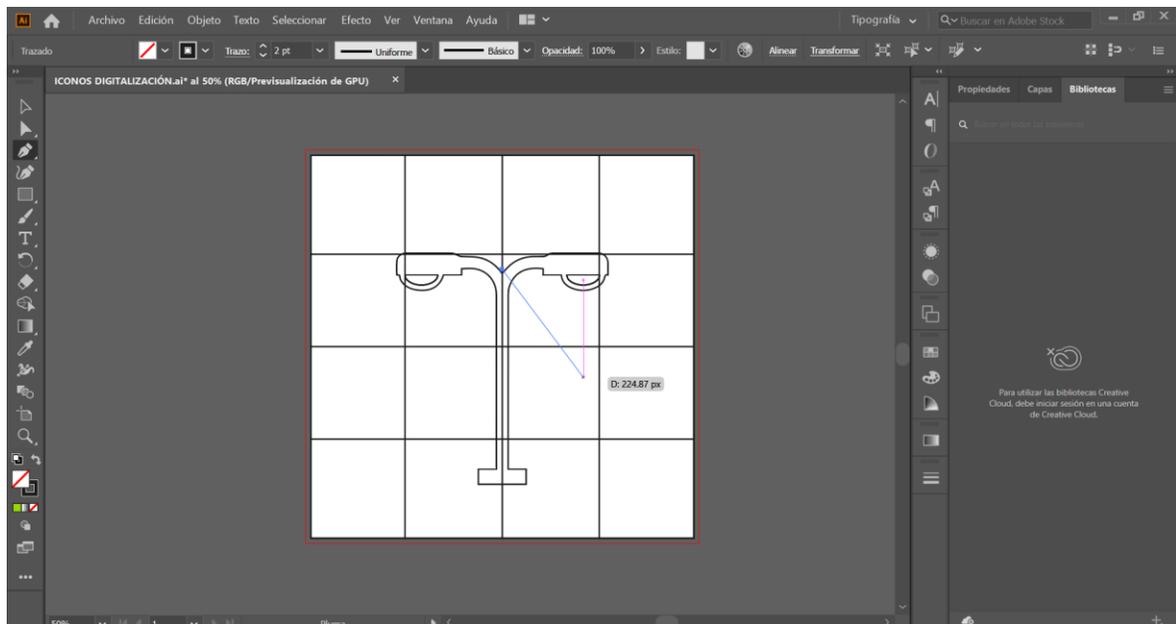
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 640x640 pixeles.



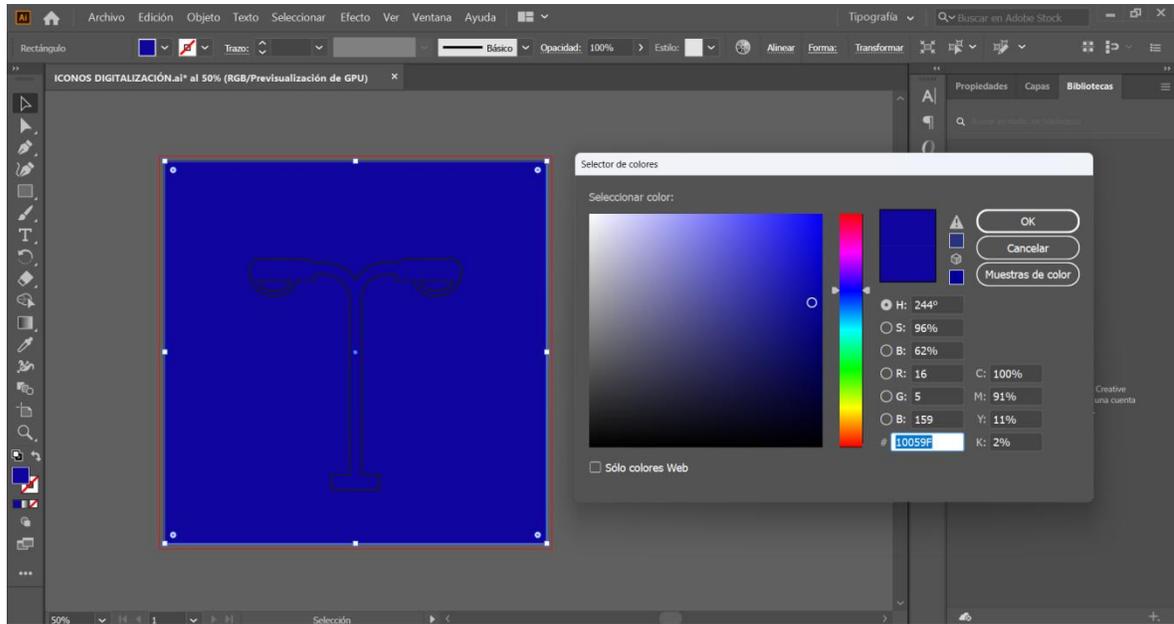
Paso 2

Se construyó la retícula con módulos cuadrados de 4x4 y se digitalizó el boceto inicial con figuras geométricas y se vectorizó lo necesario con la herramienta pluma.



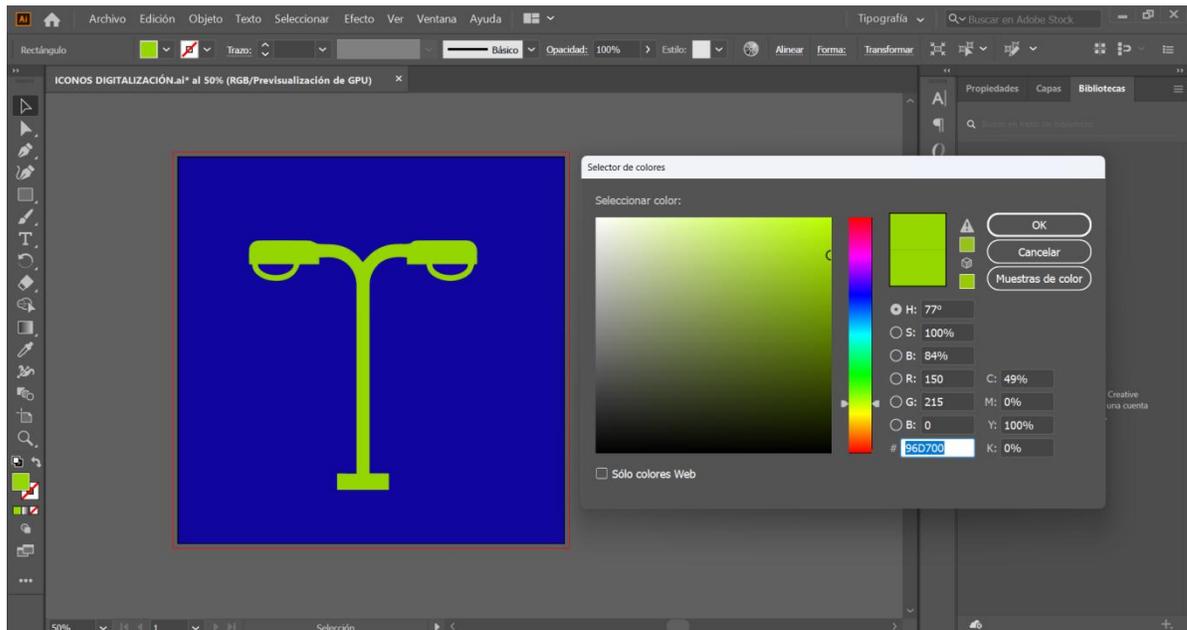
Paso 3

Se agregó un fondo con el color institucional “azul muni”.



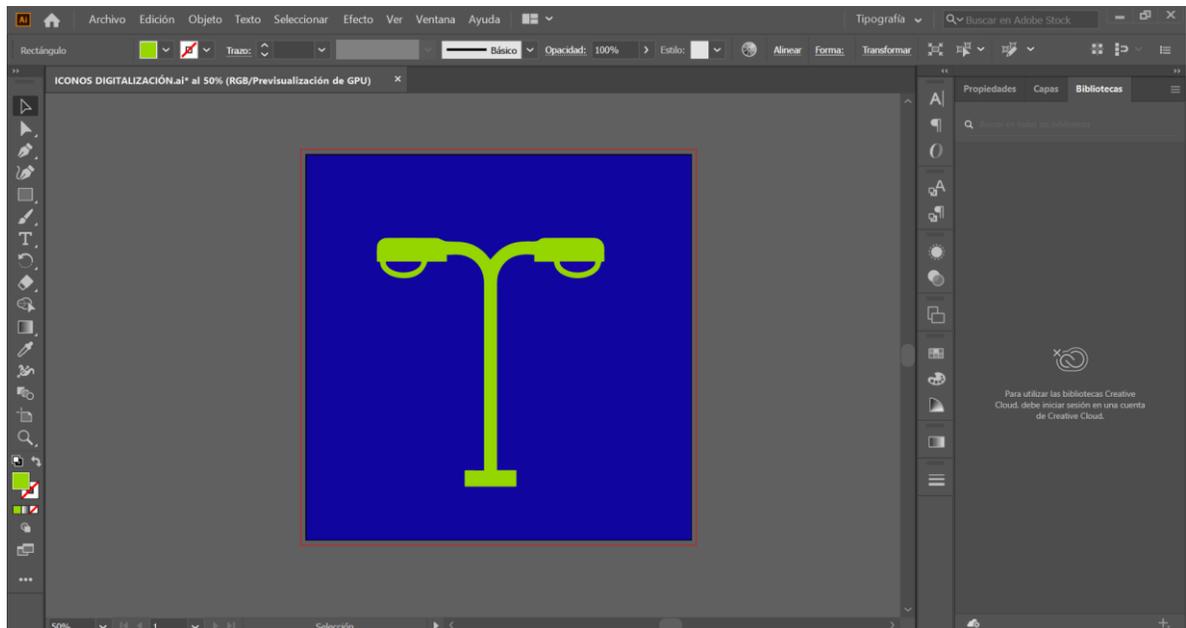
Paso 4

Se agregó color a la ilustración, dando como prioridad el color institucional “verde muni”.



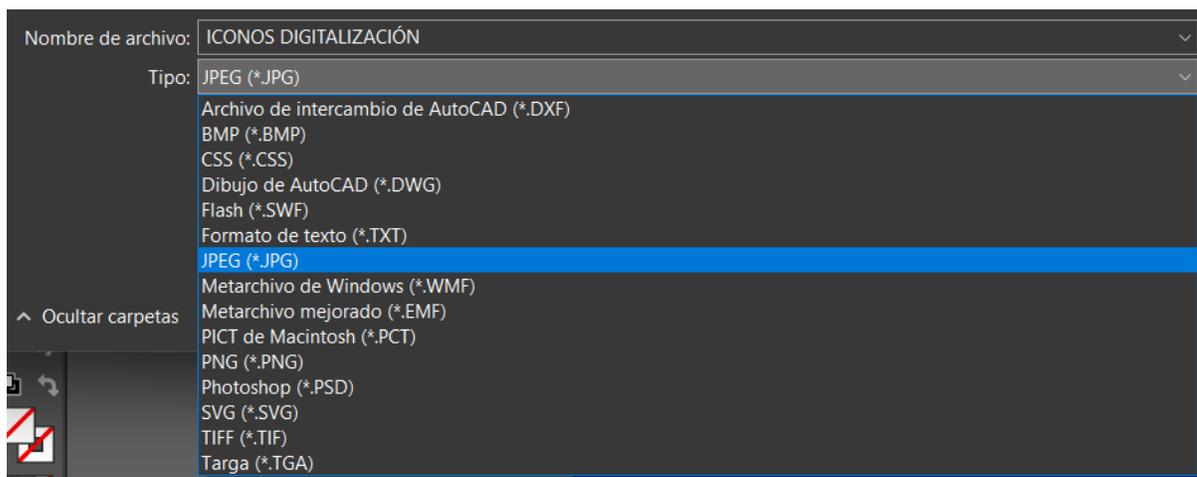
Paso 5

Se posicionó linealmente cada elemento creando un icono minimalista y limpio visualmente.



Paso 5

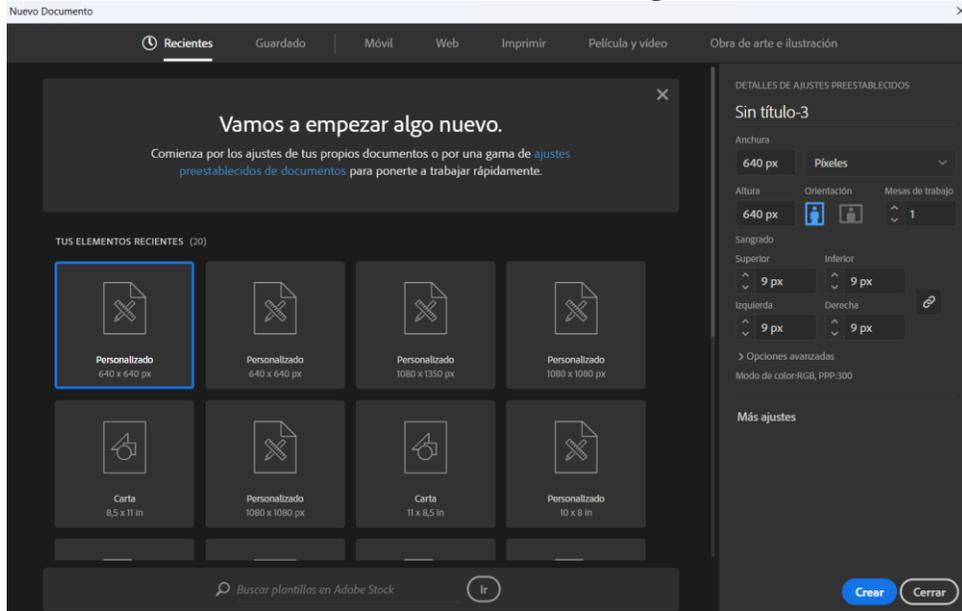
Se guardó la ilustración en un formato adecuado, en este caso JPG.



Icono 7 Área de “Planificación y Diseño”

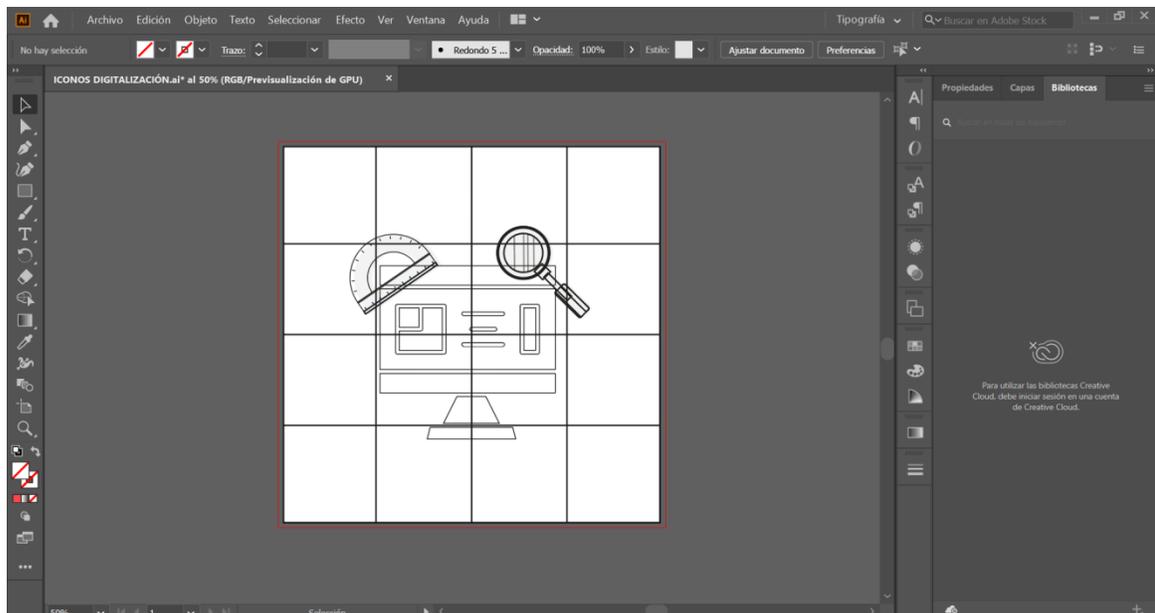
Paso 1

En Adobe Illustrator se crea un canva de 640x640 pixeles.



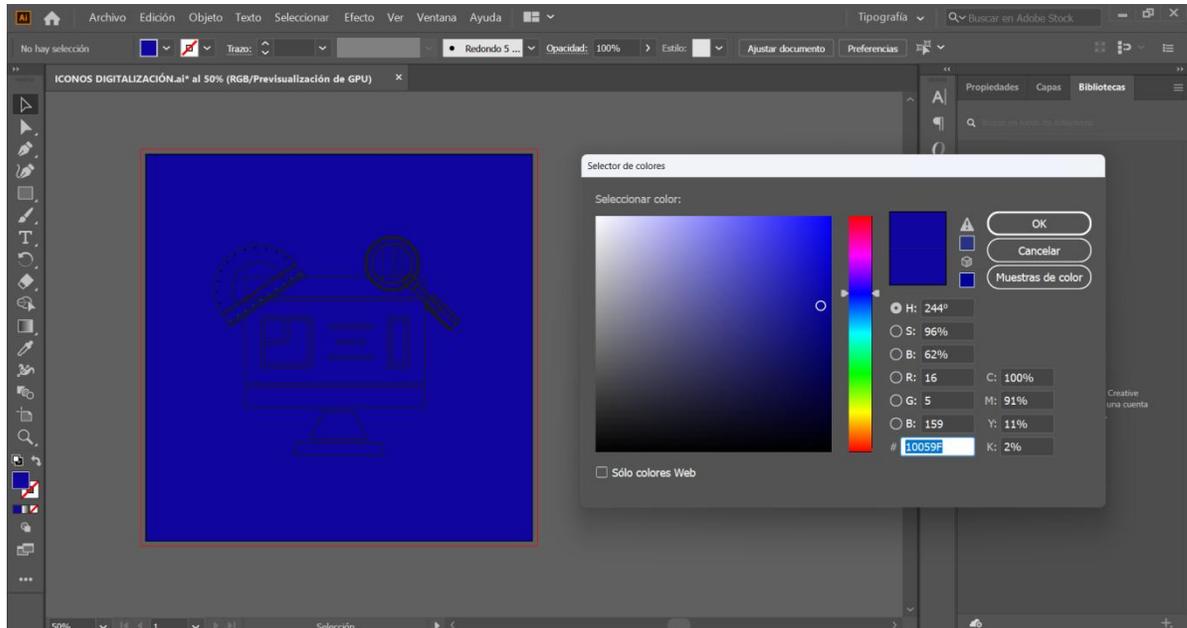
Paso 2

Se construyó la retícula con módulos cuadrados de 4x4 y se digitalizó el boceto inicial con figuras geométricas y se vectorizó lo necesario con la herramienta pluma.



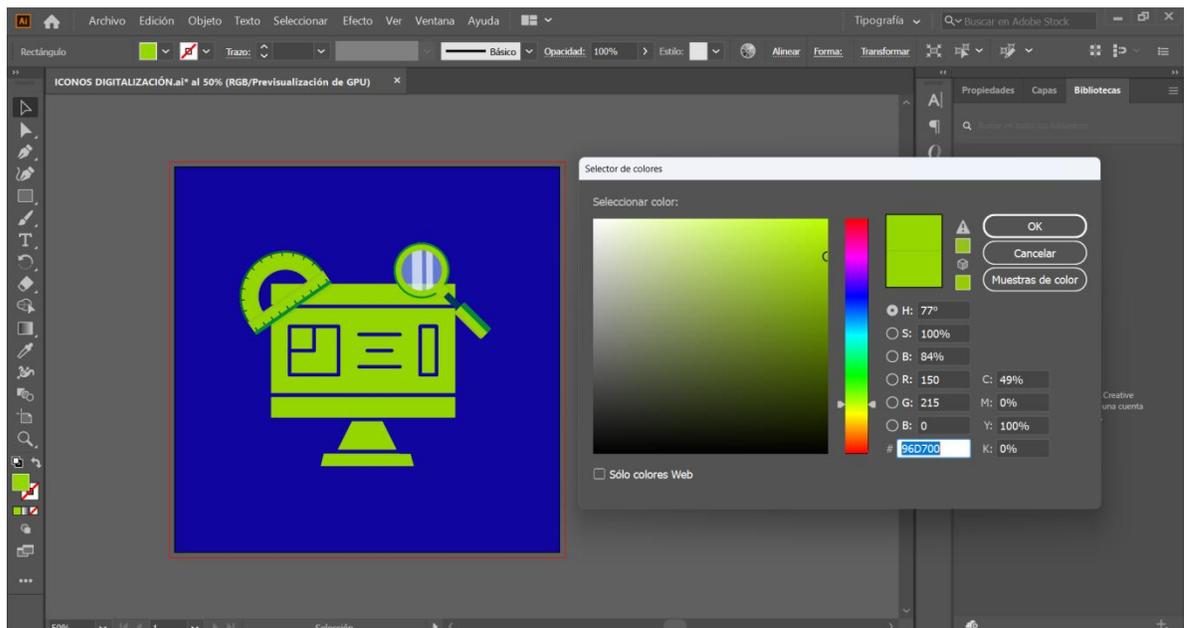
Paso 3

Se agregó un fondo con el color institucional “azul muni”.



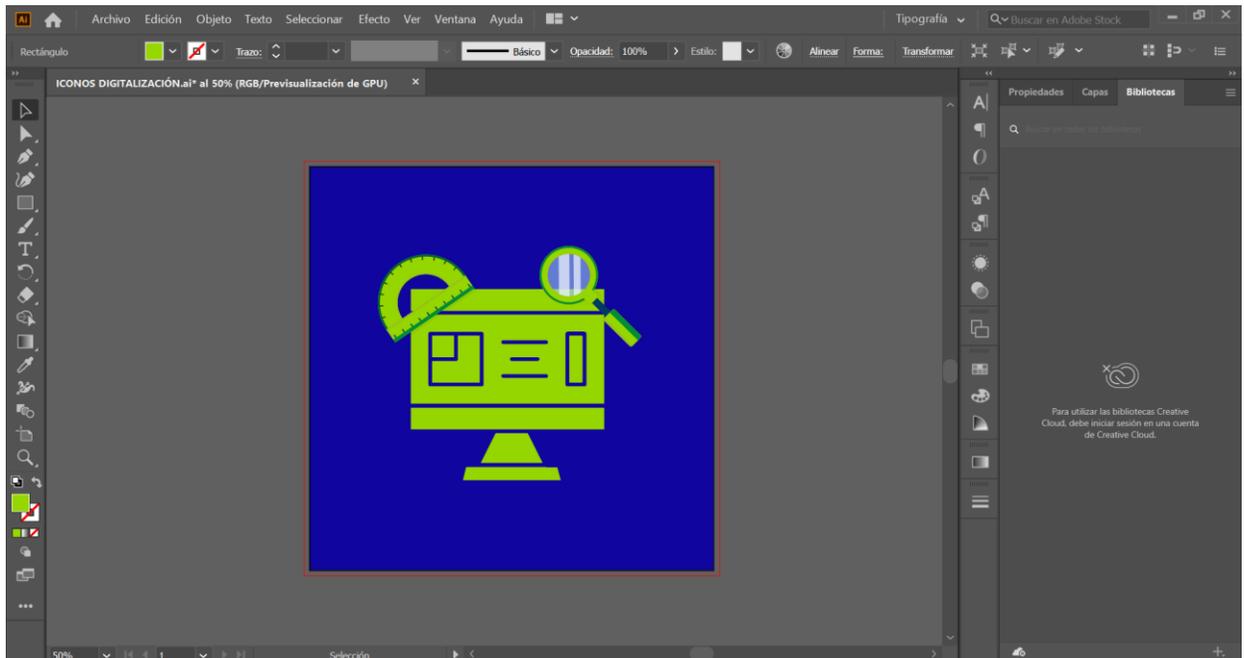
Paso 4

Se agregó color a la ilustración, dando como prioridad el color institucional “verde muni”.



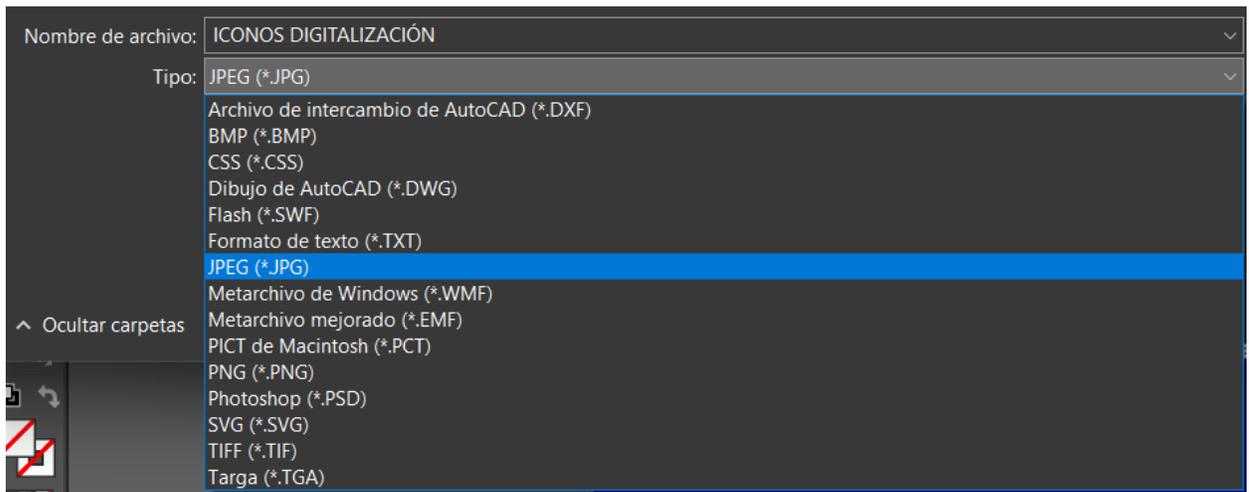
Paso 5

Se posicionó linealmente cada elemento creando un icono minimalista y limpio visualmente.



Paso 5

Se guardó la ilustración en un formato adecuado, en este caso JPG.



A continuación, se presenta la propuesta preliminar del diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Se elaboro a través de software de diseño, en este caso Adobe Illustrator, donde se digitalizaron diferentes elementos gráficos y se ilustraron piezas básicas para cada publicación e icono.

Publicaciones para Instagram y Facebook

Publicación 1

(Tamaño de piezas)



Publicación 2



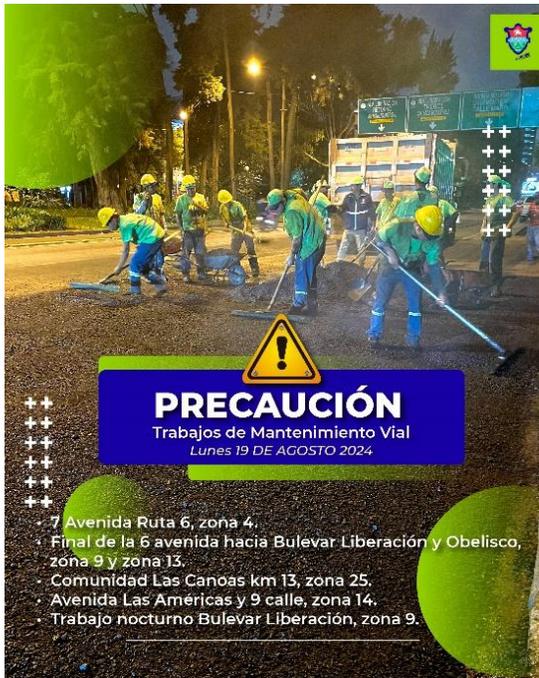
Publicación 3



Publicación 4

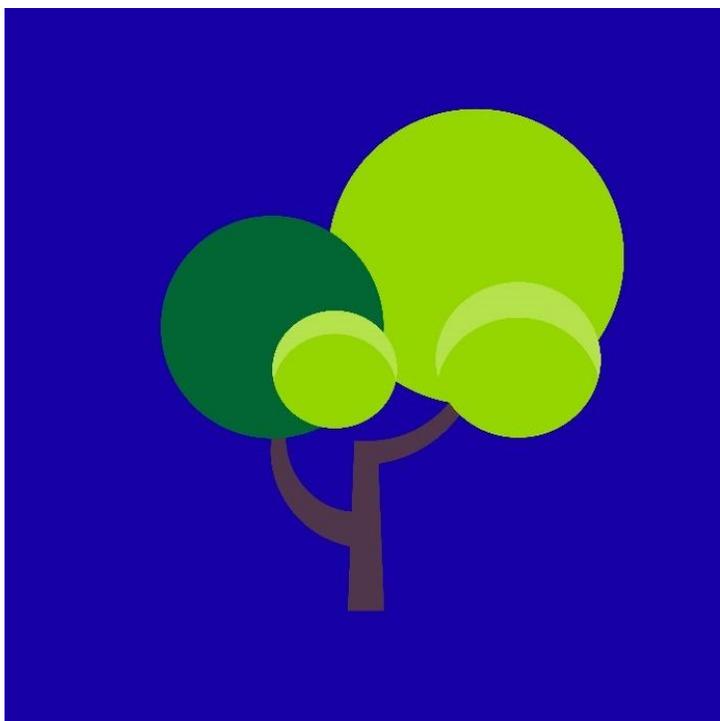


Publicación 5

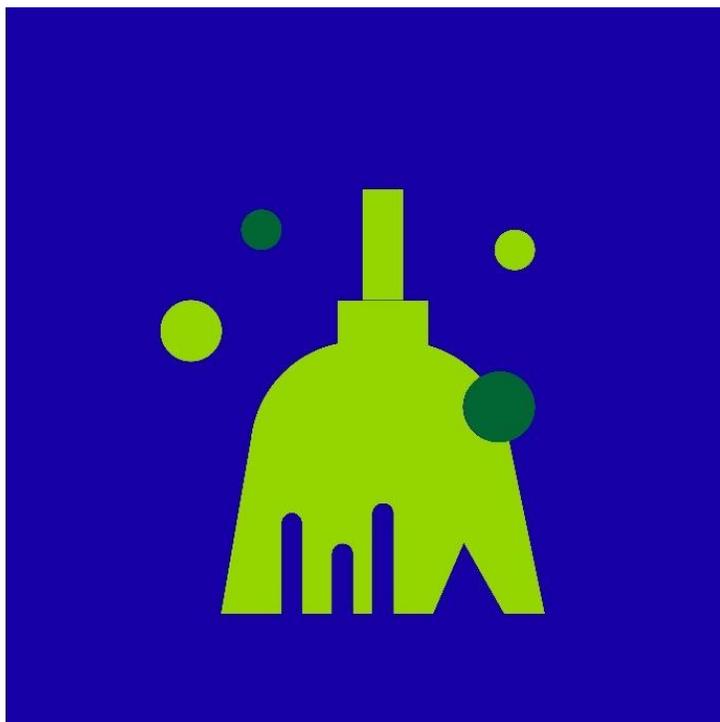


Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 1 Área de “Podas”



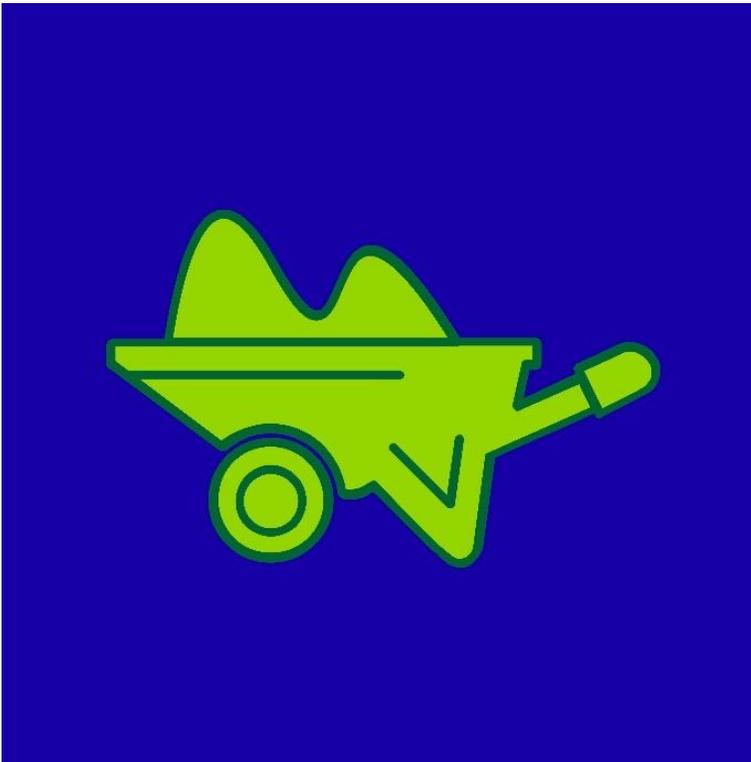
Icono 2 Área "Limpia y Verde"



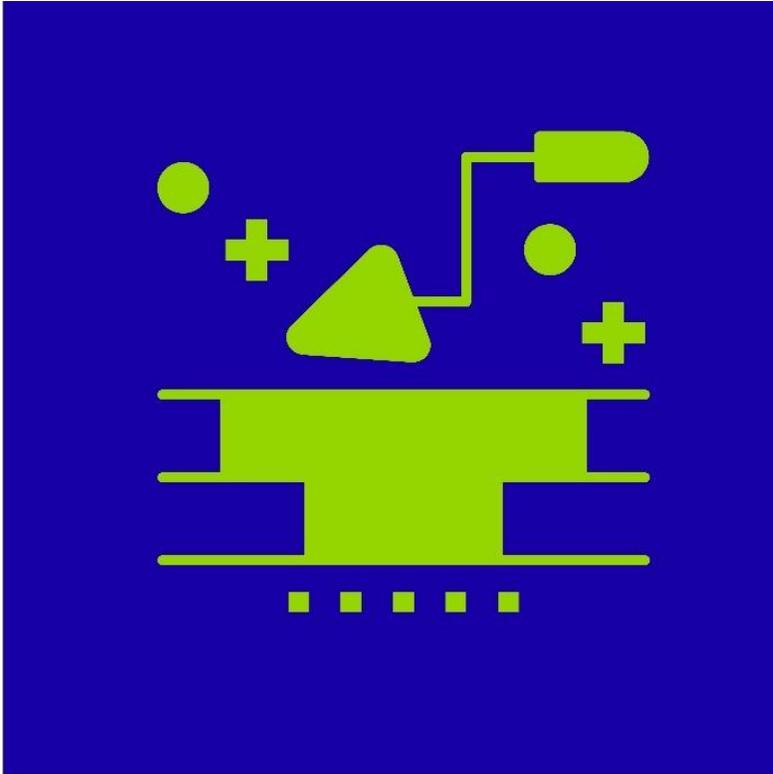
Icono 3 Área de "Limpieza Municipal"



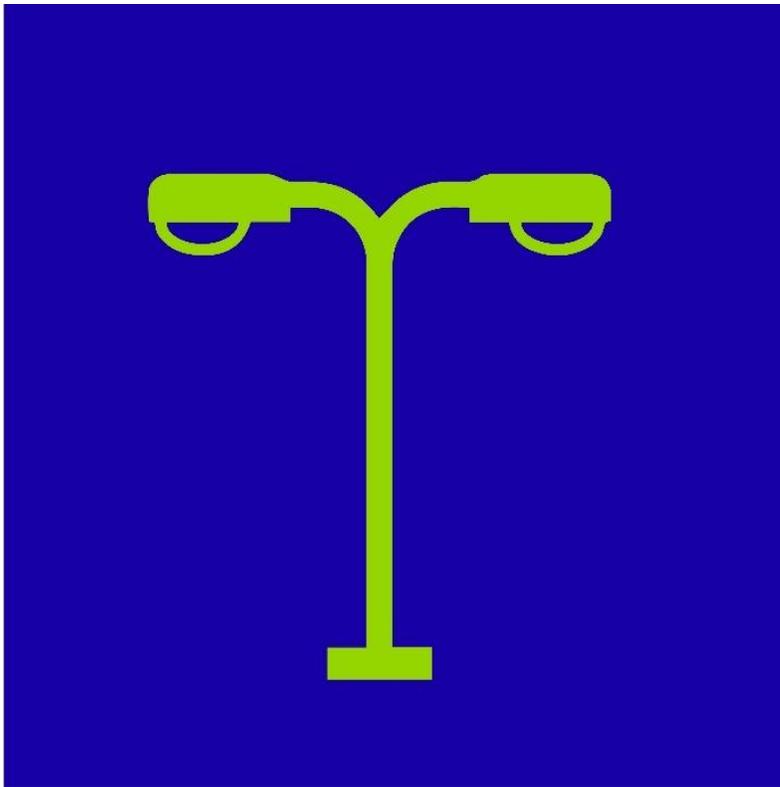
Icono 4 Área de “Obras”



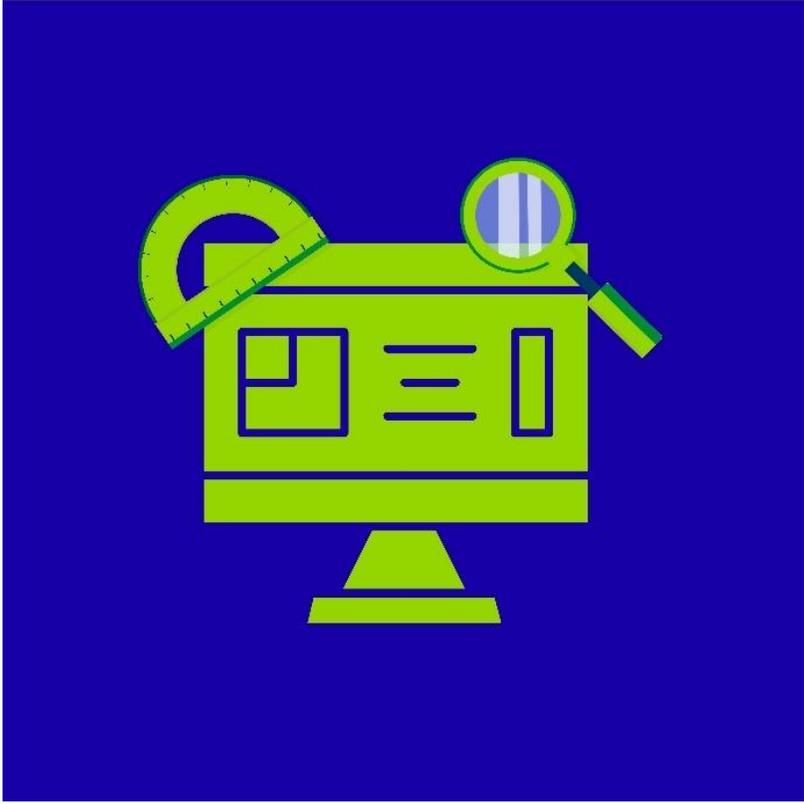
Icono 5 Área de “Unidad de Apoyo Alcaldías Auxiliares”



Icono 6 Área de “Alumbrado Público”



Icono 7 Área de “Planificación y Diseño”



CAPÍTULO VII
VALIDACIÓN TÉCNICA

Capítulo VIII: Validación técnica

El trabajo de investigación es mixto, por cuanto se utilizará el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo. El primero servirá para cuantificar los resultados de la encuesta aplicada a los sujetos y a través de enfoque cualitativo se evaluará el nivel de percepción de los encuestados con respecto a la propuesta preliminar del material audiovisual.

La herramienta por utilizar es una encuesta de respuesta múltiple digital en Google Forms que, se aplicara al cliente, a 5 expertos en el área de comunicación y diseño y 16 personas, hombres y mujeres que conforman al grupo objetivo.

Población y Muestreo

El total de personas encuestadas para la validación será de 22 personas, este grupo estará conformado por el cliente, las personas de grupo objetivo y expertos en el área de comunicación y diseño.

Cliente: Paola Recinos, jefa de comunicación en el área “Dirección de Obras”.

Grupo objetivo: 16 personas conformadas por hombres y mujeres, entre 25 a 55 años, del área metropolitana de Guatemala, con un nivel socioeconómico C1, C2, C3 y D1.

Experto: 5 profesionales en las áreas de comunicación y diseño.

- Lic Arnulfo Guzmán, Licenciado en Comunicación.
- Lic Carlos Franco, Licenciado en Diseño.
- Licda Andrea Aguilar, Licenciada en Comunicación y Diseño.
- Lic Bryan Gómez, Licenciado en Arte y Copywriter.
- Lic Ana Gabriela Cabrera, Licenciada en Comunicación y Diseño.

Método e instrumentos

Se utilizará la entrevista como método cualitativo, donde se percibirá el agrado o desagrado de las personas respecto al material audiovisual. A la vez, con el fin de validar la propuesta preliminar, se aplicará la técnica cuantitativa al cliente, grupo objetivo y expertos en el área de comunicación, diseño y producción audiovisual, a través de una encuesta de opción múltiple en Google Forms.

El instrumento esta conformado por un cuestionario distribuido en tres segmentos:

- Parte objetiva. Se evalúan aspectos relacionados a los objetivos del proyecto, con cuatro preguntas dicotómicas: Sí o no.
- Parte semiológica. Evalúa los elementos gráficos y estéticos del material audiovisual, conformada con preguntas a través de una escala de Likert de variables.
- Parte operativa. Evalúa principalmente la funcionalidad de la propuesta dentro del material audiovisual, consta de preguntas con respuesta de escala de Likert de 4 variables.

Modelo de la encuesta

Modelo de la encuesta pagina 1



Galileo
UNIVERSIDAD

Facultad de Ciencias de la Comunicación

-FACOM-

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Proyecto de Graduación

Género

Perfil

F

Cliente

Nombre

M

Experto

Profesión

Edad

Grupo Objetivo

Puesto

Encuesta de Validación Proyecto de Graduación

Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Antecedentes:

Obras Muniguat es el Equipo principal de la Gerencia de Operaciones y Obras de la Municipalidad de Guatemala. El proyecto elaborado para la Municipalidad de Guatemala directamente en el área de Obras Muniguat después de un acercamiento con el cliente se determinó que carecen de un diseño de línea gráfica para dar a conocer a la población guatemalteca las actividades que realiza la constitución por medio de las redes sociales Facebook e Instagram.

Modelo de la encuesta página 2

Instrucciones:

Con base a lo anterior, observe la propuesta y según su criterio responda a las siguientes interrogantes colocando una X en el espacio en blanco.

Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar una línea grafica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala?

SI ____ NO ____

2. ¿Considera importante recopilar información verídica del Equipo Obras Muniguat con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus metas?

SI ____ NO ____

3. ¿Considera adecuado Investigar tendencias actuales, horarios de publicación, línea grafica del equipo, diseños laborales; a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar gráficamente la propuesta de diseño?

SI ____ NO ____

4. ¿Considera adecuado diseñar una matriz de contenido para informar acerca de las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala?

SI ____ NO ____

Parte Semiológica

1. Considera que los colores utilizados en la propuesta de diseño para Obras Muniguat son

Muy adecuados ____ Poco adecuados ____ Nada adecuados ____

2. Considera que la tipografía utilizada en la propuesta de diseño de Obras Muniguat es

Muy adecuados ____ Poco adecuados ____ Nada adecuados ____

3. Considera que los elementos, diseños, iconografía y fotografías empleados en la propuesta gráfica son

Muy adecuados ____ Poco adecuados ____ Nada adecuados ____

4. Considera que en general la propuesta es

Muy atractivos ____ Poco atractivos ____ Nada atractivos ____

Modelo de la encuesta página 3

Parte Operativa

1. Considera que las dimensiones de las publicaciones son

Muy adecuada ____ Poco adecuada ____ Nada adecuada ____

2. Considera que el recorrido visual de cada publicación e icono es

Muy apropiado ____ Poco apropiado ____ Nada apropiado ____

3. Considera que publicar cada post digital mediante las redes sociales del equipo Muniguat de la Municipalidad de Guatemala es

Muy funcional ____ Poco funcional ____ Nada funcional ____

De antemano le agradezco su tiempo y atención al material para contestar esta encuesta. Si en caso usted tiene alguna sugerencia o comentario puede hacerlo en el siguiente espacio.

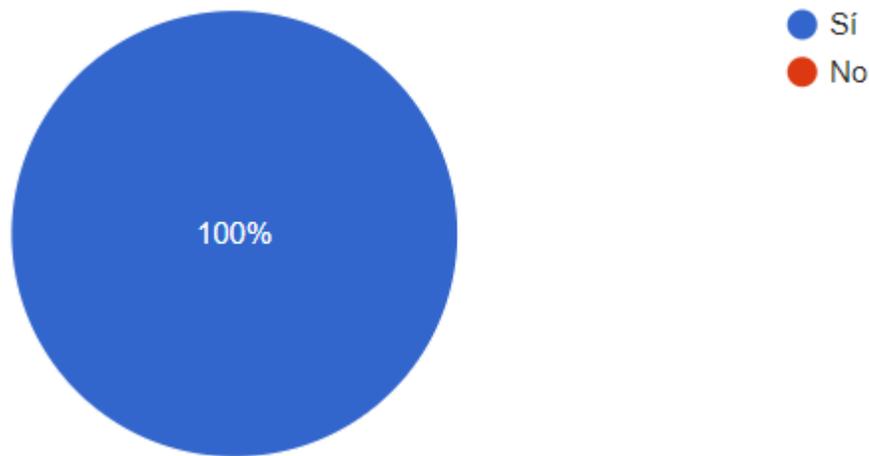
Enlace del instrumento de validación digital:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfMz3IJDE5R-It_AwQvERn6s13YrVJfDriwy4HVccCkI8o0kw/viewform

Resultados e interpretación de resultados

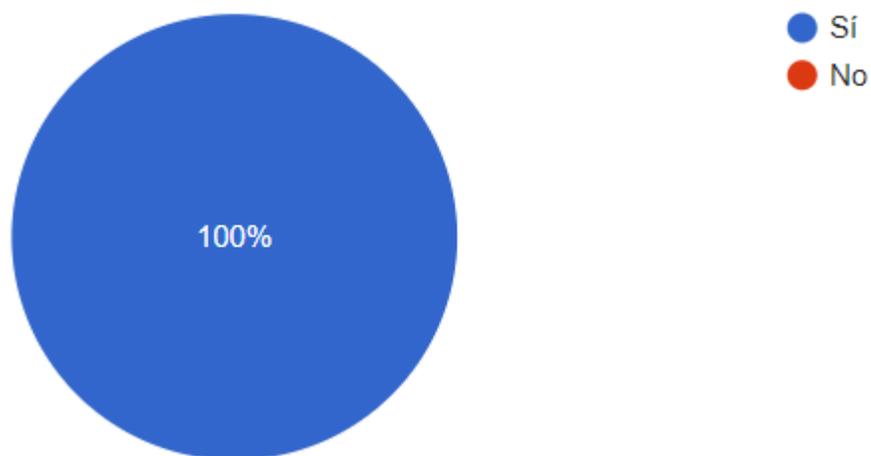
Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar una línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguatate de la Municipalidad de Guatemala?



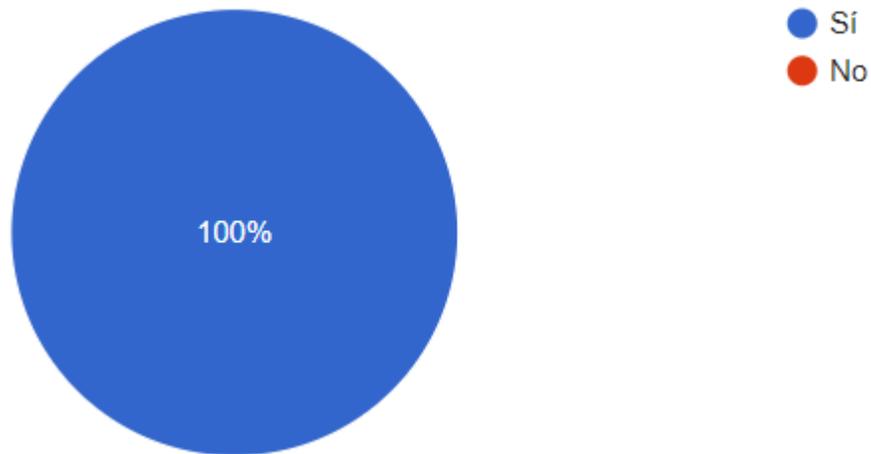
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es necesario diseñar una línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguatate de la Municipalidad de Guatemala.

2. ¿Considera importante recopilar información verídica del Equipo Obras Munigate con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus metas?



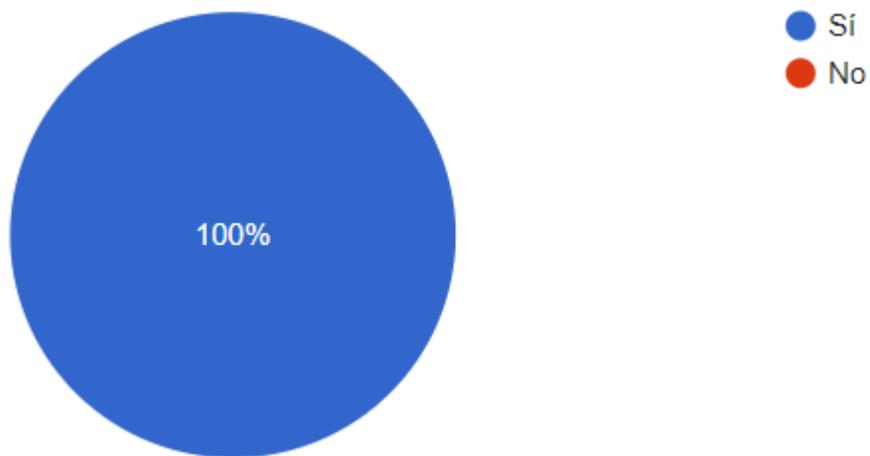
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es importante recopilar información verídica del Equipo Obras Munigate con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus metas.

3. ¿Considera adecuado investigar tendencias actuales, horarios de publicación, línea gráfica del equipo, diseños laborales; a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar gráficamente la propuesta de diseño?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es adecuado investigar tendencias actuales, horarios de publicación, línea gráfica del equipo, diseños laborales; a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar gráficamente la propuesta de diseño.

4. ¿Considera adecuado diseñar una matriz de contenido para informar acerca de las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala?



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es adecuado diseñar una matriz de contenido para informar acerca de las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Parte Semiológica

1. Considera que los colores utilizados en la propuesta de diseño para Obras Munigate son



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que son adecuados los colores utilizados en la propuesta de diseño para Obras Munigate.

2. Considera que la tipografía utilizada en la propuesta de diseño de Obras Munigate es



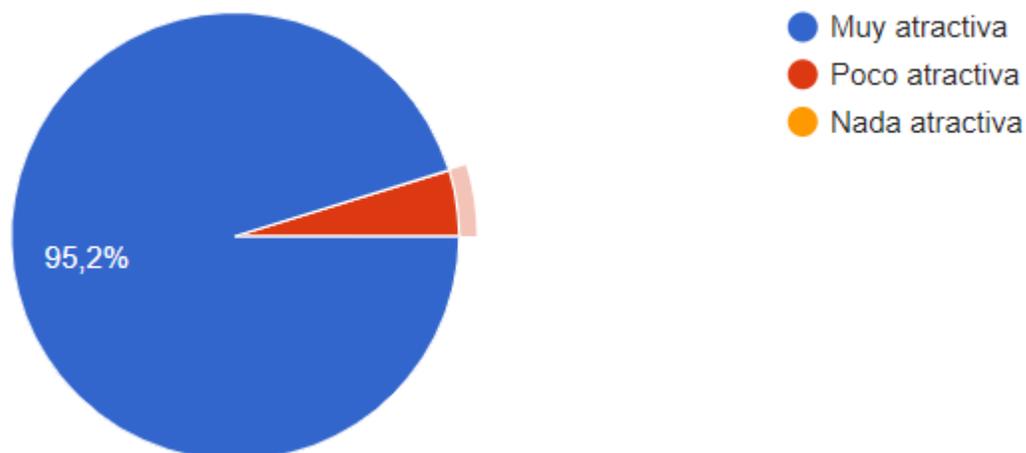
Interpretación: El 100% de los encuestados considera que es adecuada la tipografía utilizada en la propuesta de diseño de Obras Munigate.

3. Considera que los elementos, diseños, iconografía y fotografías empleados en la propuesta gráfica son



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que son adecuados los elementos, diseños, iconografía y fotografías empleados en la propuesta gráfica.

4. Considera que en general la propuesta es



Interpretación: El 95.2% de los encuestados considera que la propuesta en general es muy atractiva, mientras el 4.8% lo considera poco atractiva.

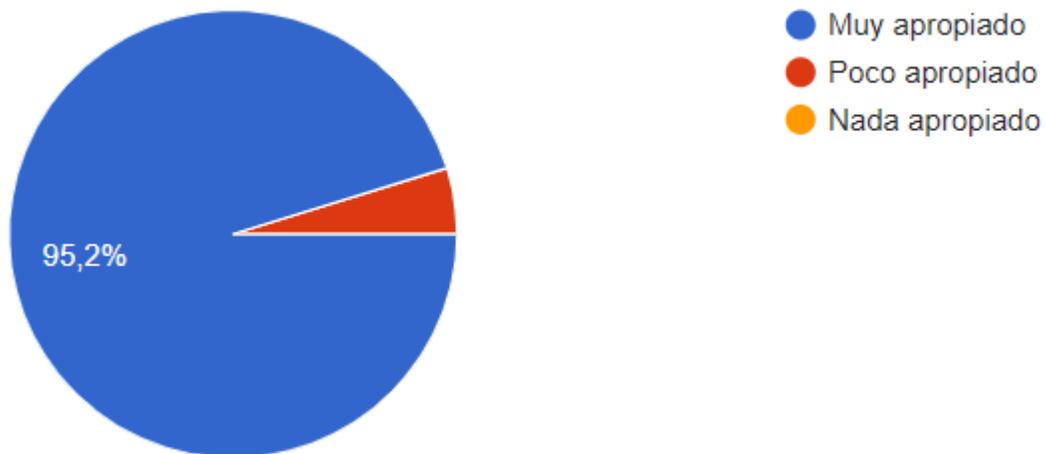
Parte Operativa

1. Considera que las dimensiones de las publicaciones son



Interpretación: El 100% de los encuestados considera que las dimensiones de las publicaciones son muy adecuados.

2. Considera que el recorrido visual de cada publicación e icono es



Interpretación: El 95.2% de los encuestados considera que el recorrido visual de cada publicación e icono es muy apropiado, mientras el 4.8% lo considera poco apropiada.

3. Considera que publicar cada post digital mediante las redes sociales del equipo Muniguate de la Municipalidad de Guatemala es

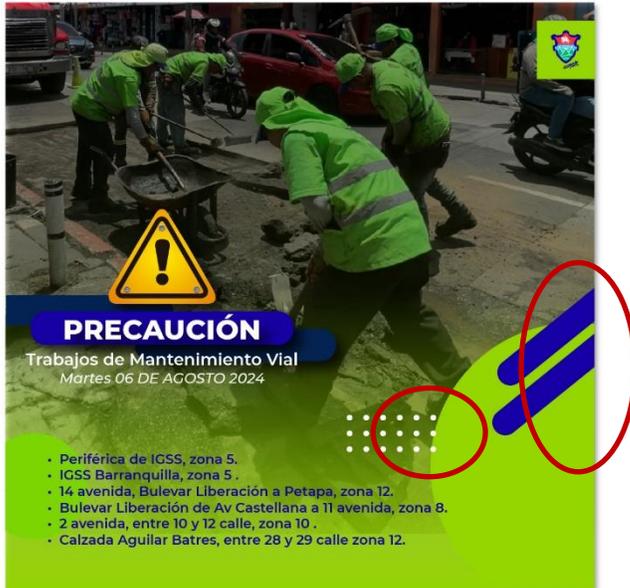


Interpretación: El 100% de los encuestados considera que publicar cada post digital mediante las redes sociales del equipo Muniguate de la Municipalidad de Guatemala es muy funcional.

Cambios en base a resultados

Publicación 1 para redes sociales elementos

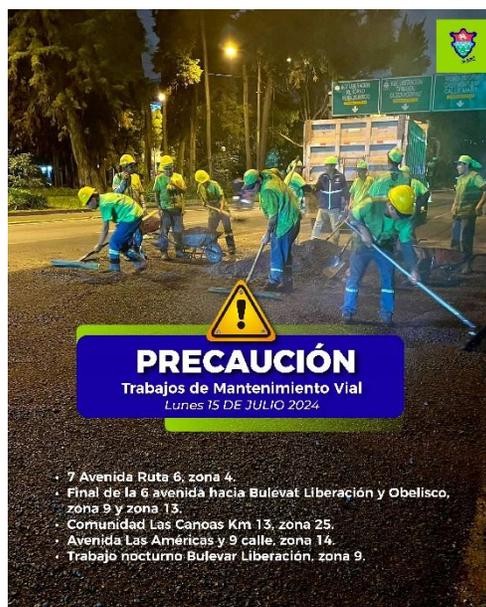
Antes:



En la publicación 1 previamente tenía saturación de elementos.

Publicación 5 para redes sociales elementos

Después:



En la publicación 5 se eliminaron elementos creando visualmente una publicación agradable y más limpia.

Publicación 1 para redes sociales color de imagen

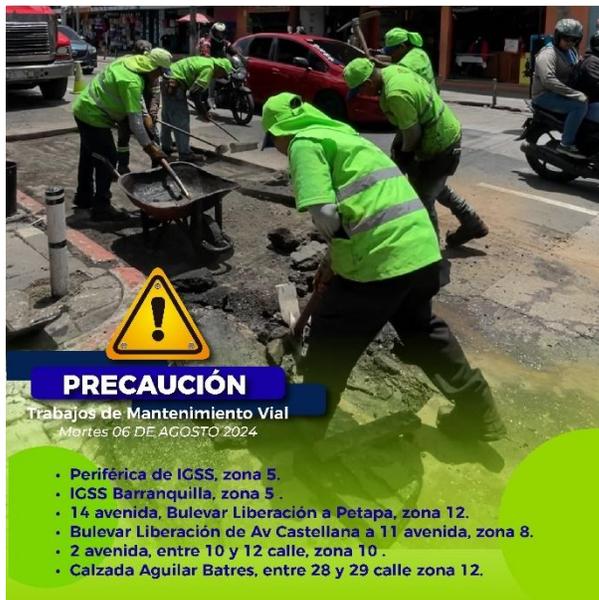
Antes:



En la publicación 1 la imagen de fondo necesitaba edición, visualmente un fondo muy apagado y opaco.

Publicación 1 para redes sociales color de imagen

Después:



En la publicación 1 se edito la imagen de fondo, resaltando más los colores de la foto original.

Publicación 3 para redes sociales color de imagen

Antes:



En la publicación 1 la imagen de fondo necesitaba edición, visualmente un fondo muy apagado y opaco.

Publicación 3 para redes sociales color de imagen

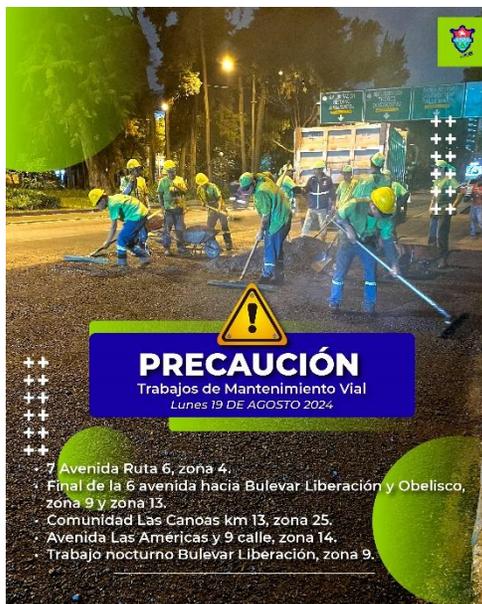
Después:



En la publicación 1 se edito la imagen de fondo, resaltando más los colores de la foto original y se elimino el elemento para apreciar mejor la foto completa.

Publicación 5 para redes sociales color de imagen

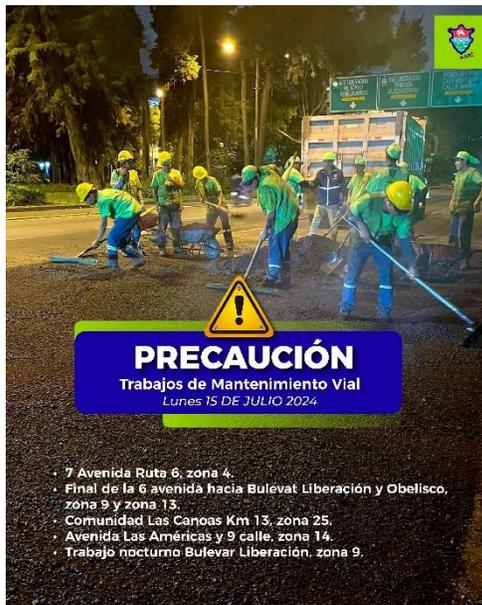
Antes:



En la publicación 5 previamente tenía saturación de elementos.

Publicación 5 para redes sociales color de imagen

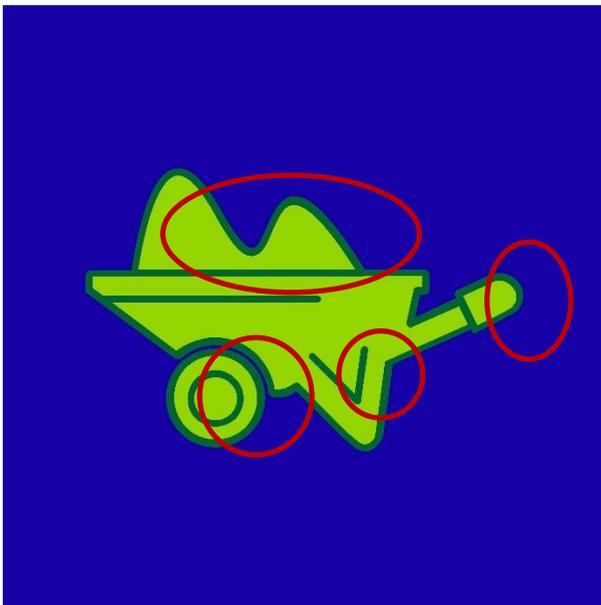
Después:



En la publicación 5 se eliminaron elementos creando visualmente una publicación agradable y más limpia.

Icono 4 área “Obras”

Antes:



En el icono 4 previamente se logra apreciar un contorno verde mas fuerte, el cual no lo contienen los demás iconos, lo hace ver inconsistente al resto.

Icono 4 área “Obras”

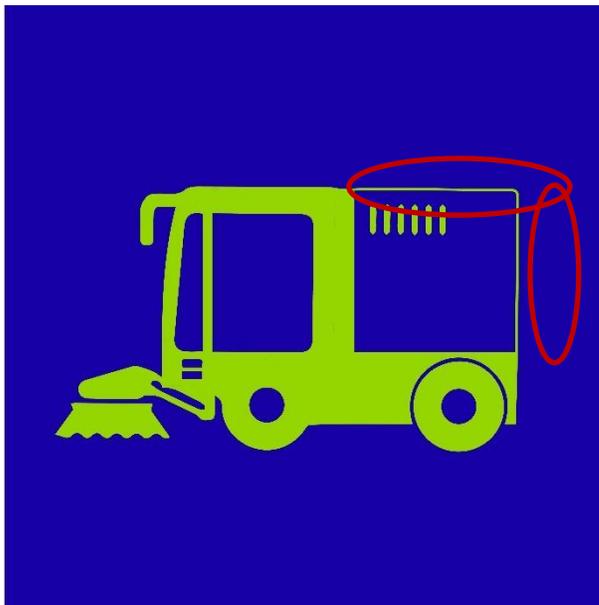
Después:



En el icono 4 se elimino el contorno, visualmente uniforme al resto de iconos.

Icono 3 área “Limpieza Municipal”

Antes:



En el icono 3 previamente se logra apreciar el contorno trasero de la barredora muy delgado, no es simétrico al resto de la pieza gráfica.

Publicación 3 área “Limpieza Municipal”

Después:



En el icono 3 se agrego trazo mas grueso para que haya una simetría con el resto de la pieza gráfica.

CAPÍTULO IX
PROPUESTA GRÁFICA FINAL

Capítulo IX: Propuesta Gráfica Final

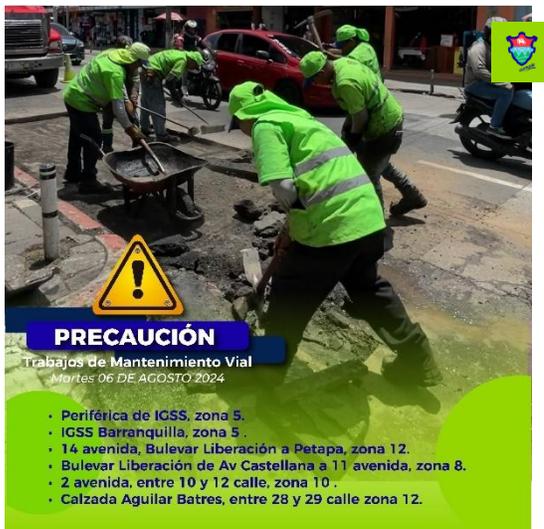
Se presenta la propuesta grafica final del diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala, Guatemala.

Enlace de la Propuesta:

<https://drive.google.com/drive/folders/1k2zlxWUJmWgtUmsAWE9pAb-kHM8I754B?usp=sharing>

Publicaciones para Instagram y Facebook

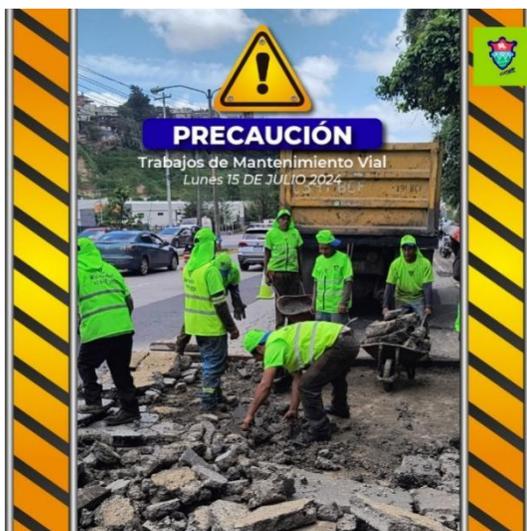
Publicación 1



1080px

Diseño de publicación 1 para redes sociales, con dimensiones 1080x1080 píxeles, utilizando de fondo una imagen proporcionada por el equipo de Obras Munigate, utilizando colores municipales e implementando su respectivo logo.

Publicación 2



1080px

1080px

Diseño de publicación 2 para redes sociales, con dimensiones 1080x1080 píxeles, utilizando de fondo una imagen proporcionada por el equipo de Obras Munigate, utilizando colores municipales e implementando su respectivo logo.

Publicación 3



1080px

1080px

Diseño de publicación 3 para redes sociales, con dimensiones 1080x1080 píxeles, utilizando de fondo una imagen proporcionada por el equipo de Obras Muniguatense, utilizando colores municipales e implementando su respectivo logo.

Publicación 4

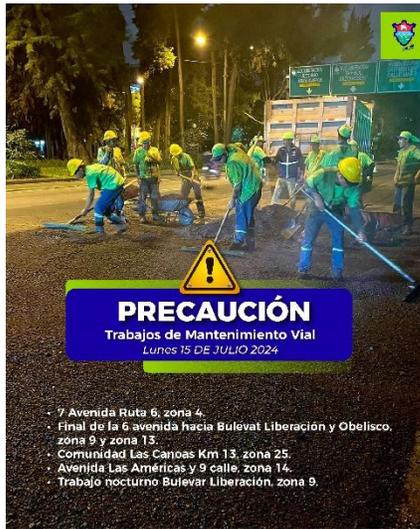


1080px

1350px

Diseño de publicación 4 para redes sociales, con dimensiones 1350x1080 píxeles, utilizando colores municipales e implementando su respectivo logo.

Publicación 5



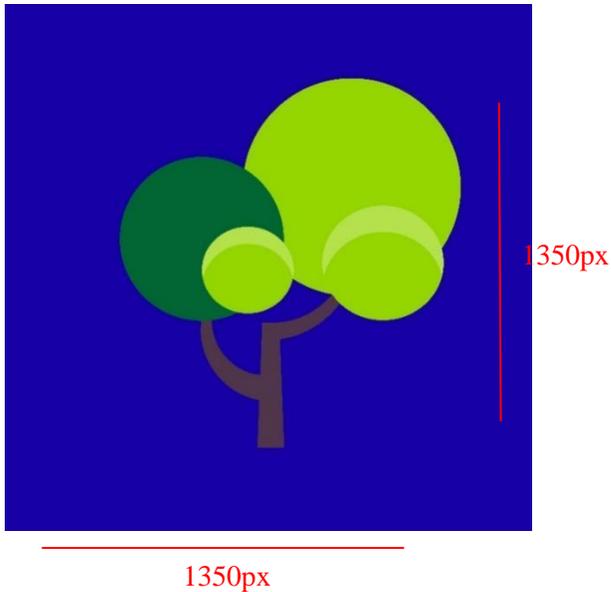
1350px

1080px

Diseño de publicación 5 para redes sociales, con dimensiones 1350x1080 píxeles, utilizando de fondo una imagen proporcionada por el equipo de Obras Munigate, utilizando colores municipales e implementando su respectivo logo.

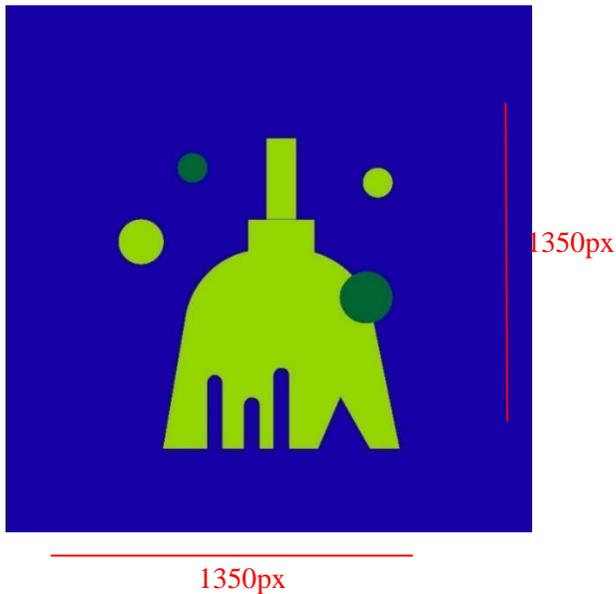
Iconos para historias destacadas en Instagram

Icono 1 Área de “Podas”



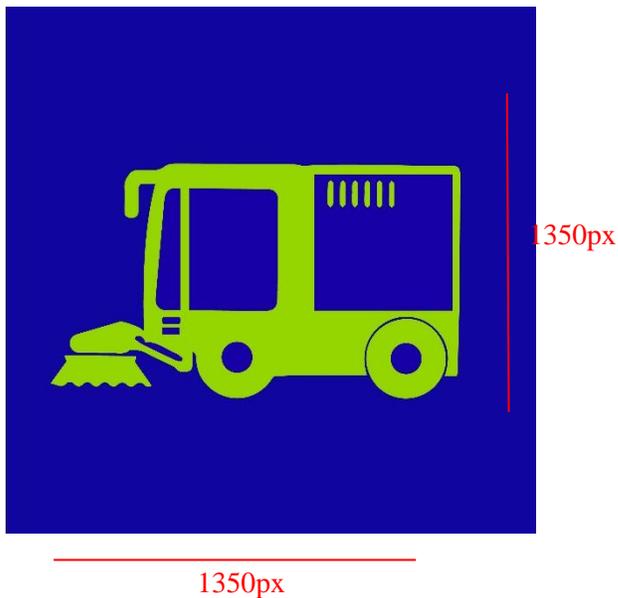
Diseño de icono 1 minimalista para red social Instagram, implementando los colores municipales, con dimensiones de 640x640 píxeles.

Icono 2 Área “Limpia y Verde”



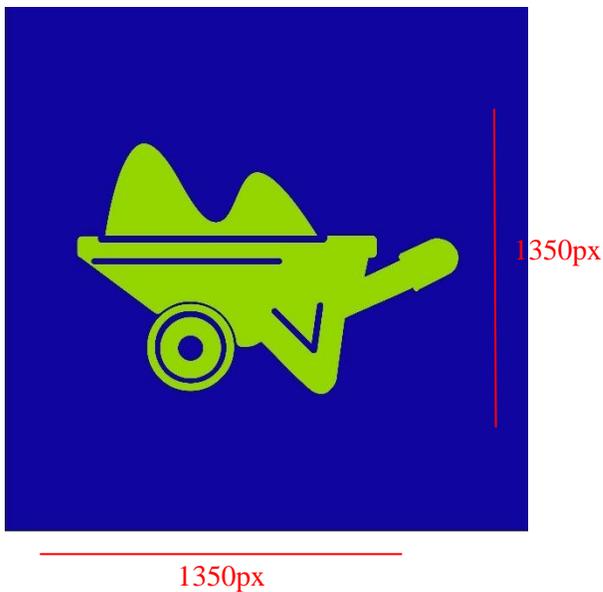
Diseño de icono 2 minimalista para red social Instagram, implementando los colores municipales, con dimensiones de 640x640 píxeles.

Icono 3 Área de “Limpieza Municipal”



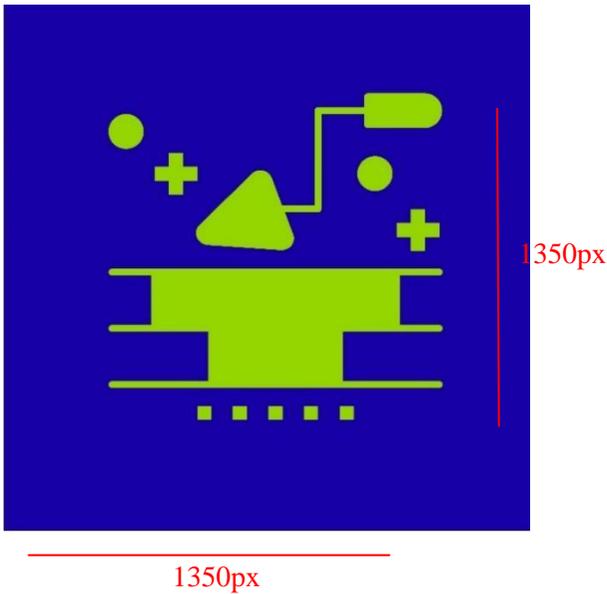
Diseño de icono 3 minimalista para red social Instagram, implementando los colores municipales, con dimensiones de 640x640 píxeles.

Icono 4 Área de “Obras”



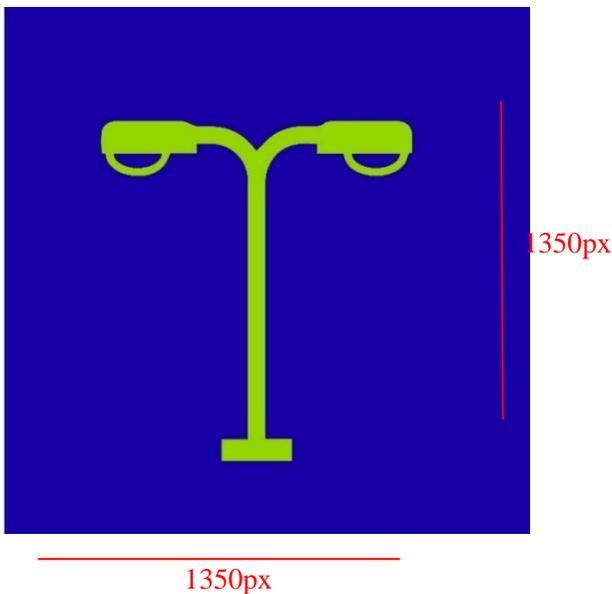
Diseño de icono 4 minimalista para red social Instagram, implementando los colores municipales, con dimensiones de 640x640 píxeles.

Icono 5 Área de “Unidad de Apoyo Alcaldías Auxiliares”



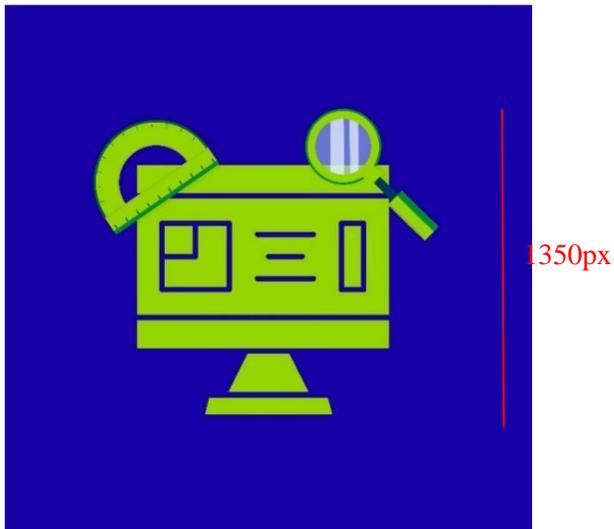
Diseño de icono 5 minimalista para red social Instagram, implementando los colores municipales, con dimensiones de 640x640 píxeles.

Icono 6 Área de “Alumbrado Público”



Diseño de icono 6 minimalista para red social Instagram, implementando los colores municipales, con dimensiones de 640x640 píxeles.

Icono 7 Área de “Planificación y Diseño”



1350px

Diseño de icono 7 minimalista para red social Instagram, implementando los colores municipales, con dimensiones de 640x640 píxeles.

CAPÍTULO X
PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Capítulo X: Producción, reproducción y distribución

Como parte fundamental para el desarrollo del diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala. Conlleva disponer con los medios financieros tanto para la producción como para la distribución del mismo. A continuación, se proporciona un análisis detallado de los distintos aspectos que componen la inversión destinada al proyecto.

Plan de Costos de Elaboración

Tomando en cuenta que el diseñador gráfico promedio tiene un salario mensual de Q6,000.00 el pago del día es de trabajo de Q200.00 y la hora se estima en Q25.00.

Descripción	Horas empleadas	Costo por hora	Subtotal
Análisis e identificación de la necesidad de diseño	6	Q25.00	Q150.00
Recopilación de información	4	Q25.00	Q100.00
Bocetos propuesta 1	28	Q25.00	Q700.00
Bocetos propuesta 2	24	Q25.00	Q600.00
Total, de costos de elaboración			Q1,550.00

Plan de Costos de Producción

A continuación, se presenta el tiempo invertido en el desarrollo de la propuesta para las publicaciones para redes sociales Instagram y Facebook e iconos para historias destacadas en la red social Instagram.

Descripción	Horas empleadas	Costo por hora	Subtotal
Digitalización de bocetos y propuestas gráficas con su diagramación	32	Q25.00	Q800.00
Costos variables de operación (luz, internet)			Q500.00
Artes Finales de material digital	40	Q25.00	Q1000.00
Total, de costos de elaboración			Q2,300.00

Plan de Costos de Reproducción

Debido a que las publicaciones no serán reproducidas de manera física, sino que este se mantendrá en un formato digital, en las redes sociales Instagram y Facebook, no representa un costo de reproducción.

Plan de Costos de Distribución

Este costo es un monto variable, que dependerá del cliente determinar la cantidad a invertir. A su vez, se estimó que el material gráfico será promocionado por un tiempo de 30 días en las redes sociales Instagram y Facebook, con un alcance diario de 3,000 personas.

Descripción	Días	Alcance de personas al día	Subtotal
Facebook	30	3,000	Q275.00
Instagram	30	3,000	Q275.00
Total, de costos de elaboración			Q550.00

Margen de Utilidad

Se estima para el siguiente proyecto un promedio de 20% de utilidad sobre los costos.

Total de costos de elaboración	Q1,550.00
Total de costos de producción	Q2,300.00
Total de costos de reproducción	Q0.00
Total de costos de distribución	Q550.00
Subtotal	Q4,400.00
Total margen de utilidad (20%)	Q880.00

IVA

Total de costos de elaboración	Q1,150.00
Total de costos de producción	Q2,300.00
Total de costos de reproducción	Q0.00
Total de costos de distribución	Q550.00
Total margen de utilidad (20%)	Q880.00
Subtotal	Q4,880.00
IVA 12%	Q585.60

Cuadro con Resumen General de Costos

En el cuadro se presenta el total general que representa el costo total de la elaboración del folleto para el equipo Obras Muniguate.

Descripción	Total de Costos
Total de costos de elaboración	Q1,150.00
Total de costos de producción	Q2,300.00
Total de costos de reproducción	Q0.00
Total de costos de distribución	Q550.00
Subtotal I	Q4,400.00
Total margen de utilidad (20%)	Q880.00
Subtotal II	Q4,880.00
IVA 12%	Q585.60
TOTAL	Q5,465.60

CAPÍTULO XI
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Capítulo XI: Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

En conclusión, se afirma que es necesario diseñar una línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Además, se considera que toda la información recopilada fue necesaria por medio del brief proporcionado por el cliente, de los trabajos y actividades que realiza Obras Munigate y así brindar un contenido apegado a los objetivos de la institución.

Por otro lado, se puede concluir también que la investigación relacionada a las ciencias, artes, teorías y tendencias actuales a través de distintas fuentes bibliográficas sobre el diseño de línea grafica y la generación de contenido para redes sociales cumpliera en respaldar científicamente la propuesta de diseño.

Finalmente, se puede observar que la diagramación fue vital para creación de publicaciones para redes sociales y la línea grafica de forma ordenada, coherente y atractiva para que la población guatemalteca pueda estar informada acerca de las actividades que realiza Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Recomendaciones

Se recomienda mantener la misma línea gráfica establecida en el proyecto para la creación de contenido en redes sociales. Esto permitirá lograr una imagen coherente y alineada con los lineamientos visuales de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala, asegurando así una comunicación uniforme y efectiva de las actividades realizadas a la población guatemalteca.

También, es importante considerar que, en el proceso de cualquier diseño, ya sea con fines publicitarios o comunicativos, es fundamental recopilar información precisa mediante la elaboración de un brief alineado a los objetivos de la institución, además se sugiere renovar mensualmente el contenido de las publicaciones, de manera que se mantenga relevante y adaptado a las necesidades actuales de la audiencia.

Se recomienda establecer un calendario de contenido mensual para las publicaciones en redes sociales, esto permitirá planificar de forma estratégica y ordenada el tipo de mensajes adaptándose a eventos relevantes y necesidades de la audiencia. Esto facilitará la coordinación entre equipo de diseño y comunicación asegurándose una presencia constante y coherente en las plataformas digitales.

Por último, es recomendable realizar un seguimiento mensual de las métricas de redes sociales para poder evaluar el impacto de línea gráfica para creación de publicaciones en redes sociales de forma ordenada, coherente y atractiva para que la población guatemalteca pueda estar informada acerca de las actividades que realiza Obras Muniguat y realizar ajustes si es necesario adaptando la estrategia de contenido en secuencia.

CAPÍTULO XII
CONOCIMIENTO GENERAL

Capítulo XII: Conocimiento General

Demostración de Conocimiento



CAPÍTULO XIII
REFERENCIAS

Capítulo XIII: Referencias

Referencias de Libros

A

Acevedo, R. & Vásquez, L. (2014). *Gestión Municipal en Guatemala: Un enfoque estratégico y operativo*. Editorial Universitaria.

Aaker, D. A. (2019). *Administración de marcas*. McGraw-Hill Interamericana.

Ang, T. (2021). *Adobe Photoshop: La guía completa*. Barcelona: Editorial Blume.

B

Barthes, R. (1967). *El mensaje en la imagen*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

D

Danah m. boyd, N. B. (2007). *Sitios de redes sociales: definición, historia y conocimientos académicos*. California: Journal of Computer-Mediated Communication.

Dougherty, M. L. (2017). *Derecho Municipal Guatemalteco*. Editorial Universitaria.

E

Eco, U. (1976). *Curso de semiología general*. Madrid: Editorial Cátedra.

F

Frampton, K. (2004). *100 años de arquitectura moderna*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

G

García, M. A. (2018). *Derecho administrativo*. Editorial Jurídica.

Gay, P. (2007). *Historia de la Ilustración*. Madrid: Editorial Crítica.

Gea-Sacristán, J. M., & Sánchez-Úbeda, C. (2019). *Introducción a la Estadística*. Madrid: Editorial McGraw-Hill.

Giddens, A. (2006). *Sociología: Principios y perspectivas*. Madrid: Editorial Alianza.

H

Harris, M. (2001). *Introducción a la antropología*. Madrid: Editorial Alianza.

Heller, S. (2008). *El ojo del diseñador*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

I

Itten, J. (1974). *El arte del color*. Barcelona: Editorial Paidós.

K

Kelby, S. (2018). *Fundamentos de la fotografía*. Barcelona: Editorial Oceano.

Kotler, Armstrong & Keller, Lane. (2016). *Marketing*. Ciudad de México: Editorial Pearson.

Thompson, J. (1998). *El libro: Diseño, impresión y lectura*. Barcelona: Editorial Paidós.

Kotler, P., Keller, K. L., & Cesarone, C. R. (2020). *Marketing 20.0: Marketing para la era de la experiencia*. Pearson Educación.

Köhler, Wolfgang. (1925). *Psicología de la Gestalt*. Nueva York: W. W. Norton & Company.

L

Lupton, E. (2016). *Diseño de identidad gráfica*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

M

Mahling, S, & Faber, J. A. (2017). *Introducción a la psicología de la comunicación*. Madrid: Editorial Pearson.

Martínez, J. L. (2018). *Ingeniería de instalaciones industriales*. McGraw-Hill.

Meggs, Philip B., & Williams, Rob. (2019). *Diseño gráfico: la historia de los estilos y movimientos*. Ediciones Cátedra.

P

Paul, C. (2016). *Digital Art*. Londres: Thames & Hudson.

Pérez, R. (2010). *El lenguaje del video*. Madrid: Editorial Paidós.

S

Slack, N., Chambers, S., & Johnston, R. (2019). *Administración de operaciones*. Pearson Educación.

Strang, G. (2018). *Introduction to Linear Algebra*. Wellesley, MA: Wellesley College Press.

W

Watzlawick, P., Beavin Bavelas, J., & Jackson, D. D. (1996). *Los cuatro pilares de la comunicación*. Editorial Paidós.

Wheeler, A. (2019). *Diseño de logotipos: Un manual práctico para crear marcas memorables*. México D.F.: Editorial Gustavo Gili.

Wiener, N. (1948). *Cibernética o el control y comunicación en animal y máquina*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.

Williams, R. (2017). *Adobe Illustrator para principiantes*. Madrid: Anaya Multimedia.

Referencias de Sitios Web

A

Annenberg School for Communication and Journalism. (2023). The Communication Process.

Recuperado de <https://annenberg.usc.edu/>

Arimetrics. (2024). Arimetrics. Recuperado de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/facebook>

Arimetrics. (2024). Arimetrics. Recuperado de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/instagram>

D

Design Studio (2023). Diseño neumorfismo: ¿el futuro del diseño UI/UX? Design Studio.

Recuperado de <https://uxplanet.org/neumorphism-design-the-future-of-ui-ux-design-d4dc01c6a382>

Diccionario Panhispánico del Español Jurídico. (2024). Municipalidad. Recuperado de <https://dpej.rae.es/lema/municipalidad>

Dongee. (8 de septiembre de 2023). Tutoriales Dongee. Recuperado de

<https://www.dongee.com/tutoriales/que-es-linea-grafica-una-guia-completa-para-principiantes/>

F

Font Trends (2024). Las 42 mejores fuentes modernas para diseños de tendencia en 2024. Font Trends. Recuperado de <https://looka.com/blog/modern-fonts/>

G

Great Big (2024) Las 26 principales tendencias de fotografía en 2024. Great Big. Recuperado de

<https://greatbigphotographyworld.com/photography-trends/>

N

Needle. F. (2024) Informe de marketing de vídeo de 2024 del blog de HubSpot (Datos de más de 500 especialistas en marketing de vídeo). HubSpot. Recuperado de

<https://blog.hubspot.com/marketing/video-marketing-report>

R

Real Academia Española (RAE). (2023). Diccionario de la lengua española. Recuperado de

<https://dle.rae.es/>

S

U-tad. (2023). ¿Qué es el diseño digital? U-tad. Recuperado de [https://u-tad.com/que-es-diseno-](https://u-tad.com/que-es-diseno-digital/)

[digital/](https://u-tad.com/que-es-diseno-digital/)

CAPÍTULO XIV
ANEXOS

Capítulo XIV: Anexos

Anexo 1. Brief.

Es un documento escrito que debe contener toda la información necesaria para el desarrollo del proyecto de graduación. Este instrumento sirve como plataforma para definir los objetivos de mercado de comunicación que requiere la organización.

Datos del estudiante

Nombre del estudiante	Alison Valeria Sarat Gramajo
No de Carné	21002366
Teléfono	5870-0848
E-mail	alvaleria2003@gmail.com
Proyecto	Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala.

Datos del cliente

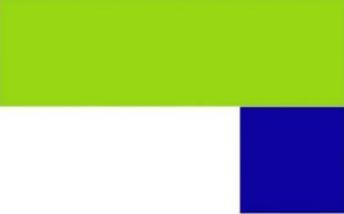
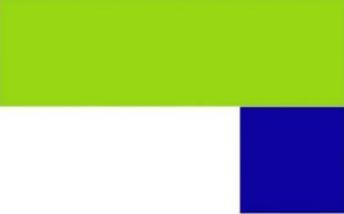
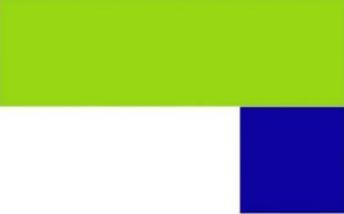
Empresa	Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala
Nombre del cliente	Paola Recinos
Teléfono	2285-8000
E-mail	obrasmuniguat2023@gmail.com
Antecedentes	Obras Muniguat fue creada como el equipo de apoyo a Gerencia de Operaciones y Obras de la Municipalidad de Guatemala, para comunicar obras continuas de este mismo. Su función principal en redes sociales es ser un canal de comunicación y medio social directo, para todo aquel guatemalteco que busque informarse de manera inmediata sobre las operaciones y obras a cargo de la institución pública para el servicio de los habitantes del municipio.
Oportunidad Identificada	El equipo Obras Muniguat no cuenta con una línea gráfica apropiada y contenido moderno adecuado para las redes sociales, no logra captar la atención del público guatemalteco.

Datos de la empresa

Promesa	Ofrecer a los habitantes del municipio las condiciones que generen una mejor calidad de vida, una convivencia armónica y las oportunidades necesarias para propiciar la inversión social, pública y privada por medio de acciones que impulsen la eficiencia en la prestación de los servicios públicos municipales.
Compromiso	Involucrarse al máximo en cualquier tarea, valiéndose de todos los conocimientos y capacidades que se poseen para llevar a cabo una actividad o proyecto, de modo que se ofrezca siempre el máximo esfuerzo para lograr cumplir con los objetivos.
Delimitación geográfica	Ciudad de Guatemala
Grupo Objetivo	El grupo objetivo está comprendido entre hombres y mujeres entre 25 a 55 años, en los niveles socioeconómicos C1, C2, C3 y D1 y residen en la Ciudad de Guatemala.
Principal beneficio al grupo objetivo	Beneficiará al equipo Obras Muniguatate para comunicar y dar a conocer las actividades de este mismo.
Posicionamiento	Obras Muniguatate ha sobresalido gracias a la diversidad y calidad de contenido que brinda al público guatemalteco, pero su secuencia dinámica y personalizada de su bajo perfil, tiende a no llamar la atención y perder la visibilidad de la población guatemalteca.
Factores de diferenciación	Obras Muniguatate fue creada como el equipo de apoyo a Gerencia de Operaciones y Obras de la Municipalidad de Guatemala, para comunicar obras continuas de este mismo. Su función principal en redes sociales es ser un canal de comunicación y medio social directo, para todo aquel guatemalteco que busque informarse de manera inmediata sobre las operaciones y obras a cargo de la institución pública para el servicio de los habitantes del municipio.

Objetivo de mercado	Crear una línea gráfica y contenido en redes sociales apropiados al trabajo que hace dicha institución, para que la población guatemalteca reconozca el trabajo, siendo la Gerencia de Operaciones y Obras un canal de comunicación y medio social principal.
Objetivo de comunicación	Diseñar una línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.
Mensaje clave a comunicar	Ser un canal de comunicación y medio social directo en redes sociales para la población guatemalteca.
Estrategia de comunicación	A través de una línea grafica y buen contenido de redes sociales, posicionarse en redes sociales y ser identificados por ser un efectivo y rápido canal de comunicación.
Reto del diseñador	Diseñar una línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.
Transcendencia	Creación de una línea gráfica apropiada y contenido moderno adecuado para las redes sociales, logrando captar la atención del público guatemalteco.
Materiales a realizar	Publicaciones en redes sociales Instagram y Facebook e iconos para historias destacadas de la red social Instagram.

Datos de la Imagen Gráfica

<p>Logotipo</p>													
<p>Colores y tipografía</p>	<table border="0"> <tr> <td data-bbox="565 772 683 848"> <p>Pantone 375 C CMYK 45, 0, 90, 0 HEX 97D700 RGB 151, 215, 0</p> </td> <td data-bbox="708 758 1052 972">  </td> <td data-bbox="1076 884 1203 959"> <p>Pantone Blue 072 C CMYK 100, 95, 0, 3 HEX 10069F RGB 16, 6, 159</p> </td> </tr> </table> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="553 1010 792 1125"> <p><small>Montserrat Thin</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p> </td> <td data-bbox="816 1010 1055 1125"> <p><small>Montserrat Extra Light</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p> </td> <td data-bbox="1079 1010 1318 1125"> <p><small>Montserrat Light</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="553 1167 792 1283"> <p><small>Montserrat Regular</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p> </td> <td data-bbox="816 1167 1055 1283"> <p><small>Montserrat Medium</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p> </td> <td data-bbox="1079 1167 1318 1283"> <p><small>Montserrat Italic</small></p> <hr/> <p><i>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</i></p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="553 1325 792 1440"> <p><small>Montserrat Semi Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p> </td> <td data-bbox="816 1325 1055 1440"> <p><small>Montserrat Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p> </td> <td data-bbox="1079 1325 1318 1440"> <p><small>Montserrat Extra Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p> </td> </tr> </table>	<p>Pantone 375 C CMYK 45, 0, 90, 0 HEX 97D700 RGB 151, 215, 0</p>		<p>Pantone Blue 072 C CMYK 100, 95, 0, 3 HEX 10069F RGB 16, 6, 159</p>	<p><small>Montserrat Thin</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Extra Light</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Light</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Regular</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Medium</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Italic</small></p> <hr/> <p><i>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</i></p>	<p><small>Montserrat Semi Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Extra Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>
<p>Pantone 375 C CMYK 45, 0, 90, 0 HEX 97D700 RGB 151, 215, 0</p>		<p>Pantone Blue 072 C CMYK 100, 95, 0, 3 HEX 10069F RGB 16, 6, 159</p>											
<p><small>Montserrat Thin</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Extra Light</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Light</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>											
<p><small>Montserrat Regular</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Medium</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Italic</small></p> <hr/> <p><i>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</i></p>											
<p><small>Montserrat Semi Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>	<p><small>Montserrat Extra Bold</small></p> <hr/> <p>"El que cree se esfuerza, el que se esfuerza se compromete y el que se compromete cumple"</p>											

Anexo 2. Tabla de Niveles Socioeconómicos.

Tabla de niveles socioeconómicos NSE 2018 la cual se utilizó como referencia para el trabajo escrito en el perfil demográfico, en las cuales se tomó en cuenta los niveles C1, C2, C3 y D1.

Tabla Niveles Socio Económicos Actualización 2018		1.80%		35.40%		62.80%		Indeterminado	
		0.70%	1.10%	5.9	11.60%	17.90%	50.70%	12.10%	
CARACTERÍSTICAS		NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C1	NIVEL C2	NIVEL C3	NIVEL D1	NIVEL D2	NIVEL E
Ingresos		+ de Q100,000.00	Q81,200.00	Q25,600.00	Q17,500.00	Q11,900.00	Q7,200.00	Q3,400.00	- de Q1,00.00
Educación padres	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura	Superior, licenciatura	Licenciatura	Media completa	Primaria completa	Sin estudios
Educación hijos	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privada y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas o estatales	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela	Sin estudios	
Desempeño	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciantes	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente	Dependiente o sujeto de caridad	
Vivienda	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehiculos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehiculos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baño, sala-comedor	Casa improvisada o sin hogar	
Otras propiedades	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con comodidades	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias						
Personal de servicio	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual				
Servicios financieros	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo salud	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro			
Posesiones	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero, avion-avioneta	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo			
Bienes de comodidad	3 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, Tv satelital, Internet de alta velocidad, 2 o + equipos audio, 3-5 TV, maquinas de lavar y secar platos, ropa, computadoras/miembro, seguridad domiciliar, todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	2 tel mínimo, cel cada miembro de la familia, TV satelital, internet de alta velocidad, 2 equipos de audio, 3 TV, maquinas de lavar y secar platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos. Todos los servicios de Internet.	1 teléfono, 1-2 celulares, cable, internet, equipo de audio, más de 2 TV, maquina de lavar ropa, computadora/miembro electrodomesticos básicos.	1 teléfono fijo, mínimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 teléfono fijo, celular cada miembro mayor, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa	Radio, cocina de leña.	
Diversión	Clubes privados, vacaciones en el exterior.	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine eventual, CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques		

Fuente: Niveles Socioeconómicos 2018/Multivex.

Anexo 3. Encuesta.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfMz3IJDE5Rlt_AwQvERn6s13YrVJfDriwy4H

[Vcck8o0kw/viewform](#)

Validación Proyecto de Graduación

Universidad Galileo
Facultad de Ciencias de la Comunicación -FACOM-
Licenciatura en Comunicación y Diseño
Proyecto de Graduación
Alison Sarat Gramajo - 21002366

21002366@galileo.edu [Cambiar de cuenta](#)



No compartido

Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala.

Antecedentes

Obras Munigate es el Equipo principal de la Gerencia de Operaciones y Obras de la Municipalidad de Guatemala. El proyecto elaborado para la Municipalidad de Guatemala directamente en el área de Obras Munigate después de un acercamiento con el cliente se determinó que carecen de un diseño de línea gráfica para dar a conocer a la población guatemalteca las actividades que realiza la constitución por medio de las redes sociales Facebook e Instagram.

Propuesta preliminar

A continuación visualice la propuesta preliminar del proyecto digital en el siguiente enlace:

https://drive.google.com/file/d/1uvydGT5lbQL8hpe0Exbl1fr1ura52RZW/view?usp=drive_link

Información general

Perfil *

- Cliente
- Experto
- Grupo Objetivo

Género *

- Femenino
- Masculino

Edad *

Tu respuesta _____

Nombre y Apellido *

Tu respuesta _____

Profesión *

Tu respuesta _____

Parte Objetiva

¿Considera necesario diseñar una línea grafica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook, para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala? *

- Sí
- No

¿Considera importante recopilar información verídica del Equipo Obras Muniguat con el fin de poder conocer y complementar datos importantes de la marca y sus metas? *

- Sí
- No

¿Considera adecuado Investigar tendencias actuales, horarios de publicación, línea grafica del equipo, diseños laborales; a través de distintas fuentes bibliográficas que puedan respaldar gráficamente la propuesta de diseño? *

- Si
- No

¿Considera adecuado diseñar una matriz de contenido para informar acerca de las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala ? *

- Si
- No

Parte Semiológica

Considera que los colores utilizados en la propuesta de diseño para Obras Munigate son *

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

Considera que la tipografía utilizada en la propuesta de diseño de Obras Munigate es *

- Muy adecuada
- Poco adecuada
- Nada adecuada

Considera que los elementos, diseños, iconografía y fotografías empleados en la propuesta gráfica son *

- Muy adecuados
- Poco adecuados
- Nada adecuados

Considera que en general la propuesta es *

- Muy atractiva
- Poco atractiva
- Nada atractiva

Parte Operativa

Considera que las dimensiones de las publicaciones son *

- Muy adecuadas
- Poco adecuadas
- Nada adecuadas

Considera que el recorrido visual de cada publicación e icono es *

- Muy apropiado
- Poco apropiado
- Nada apropiado

Considera que publicar cada post digital mediante las redes sociales del equipo *
Muniguate de la Municipalidad de Guatemala es

- Muy funcional
- Poco funcional
- Nada funcional

Si tiene alguna observación o comentario por favor hágamelo saber en este espacio con toda libertad.

Tu respuesta _____

De antemano se agradece la atención y el tiempo brindado para contestar esta encuesta.

Anexo 4. Validación con el Cliente.

Jefa de Comunicación – Paola Recinos

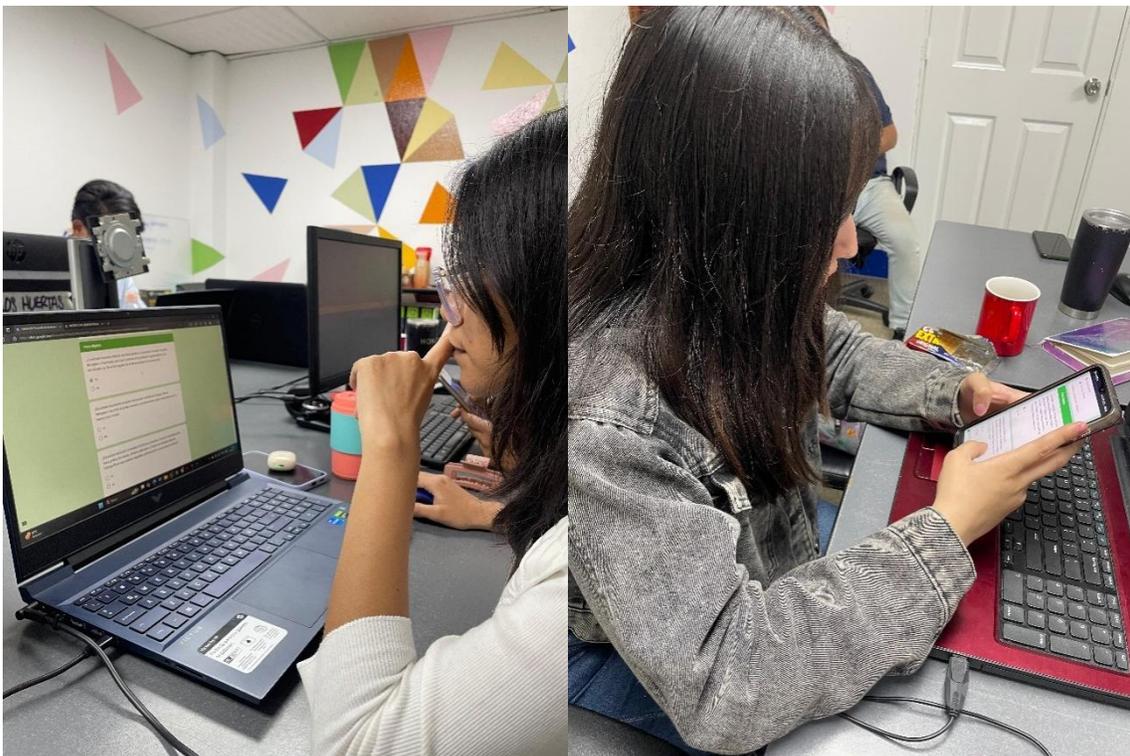


Proporcionado por Alison Sarat (2024)

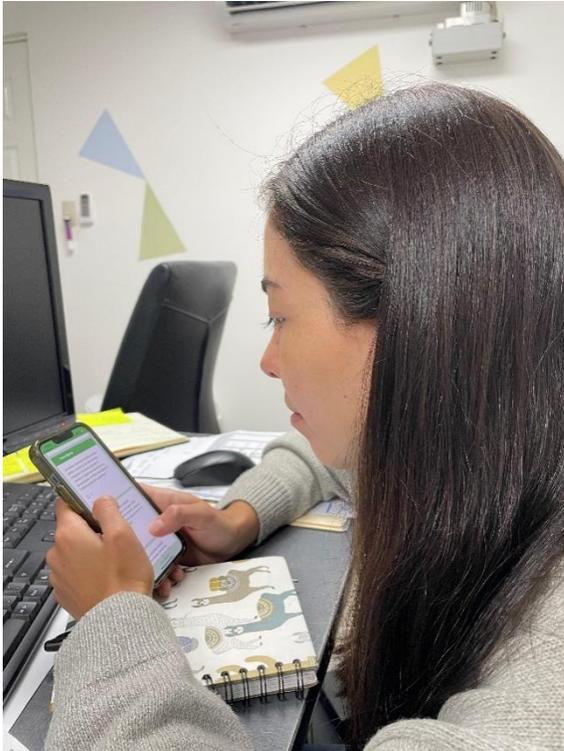
Anexo 5. Validación Grupo Objetivo.



Proporcionado por Alison Sarat (2024)



Proporcionado por Alison Sarat (2024)



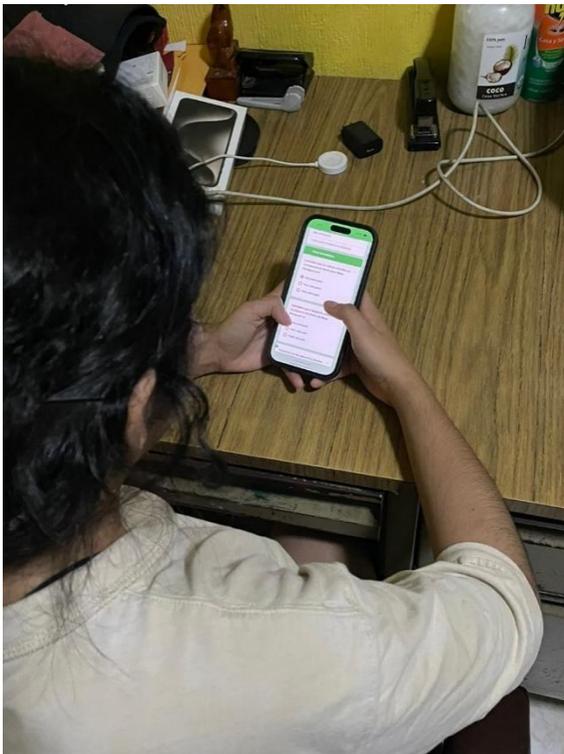
Proporcionado por Alison Sarat (2024)



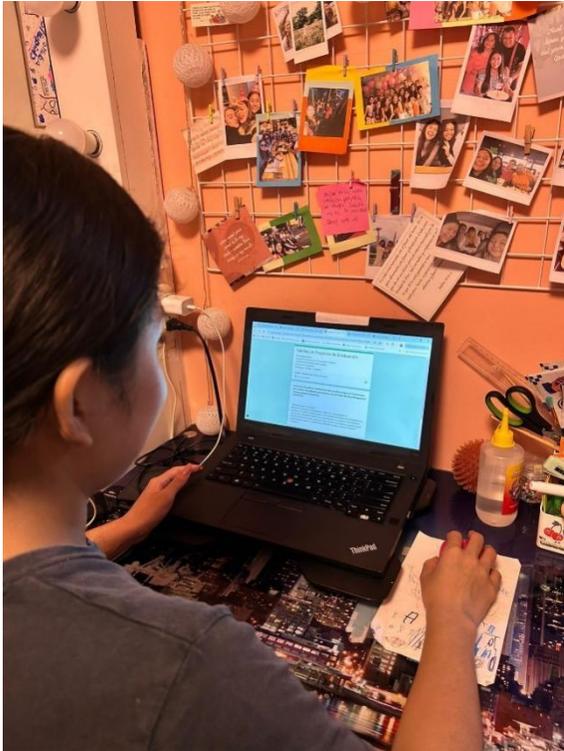
Proporcionado por Alison Sarat (2024)



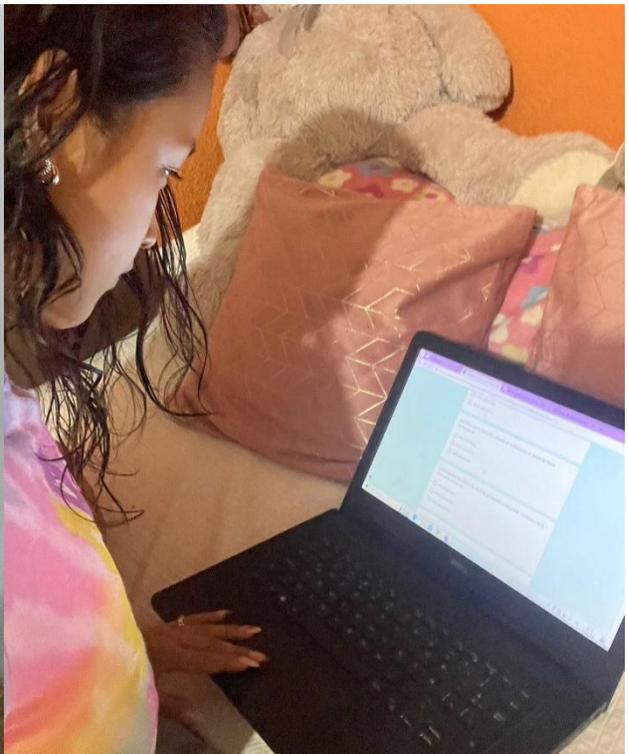
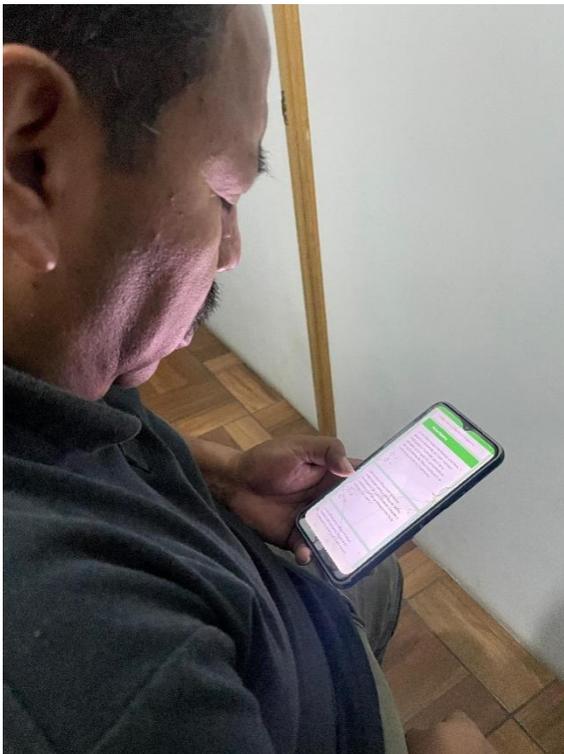
Proporcionado por Ximena y Sofia Suruy (2024)



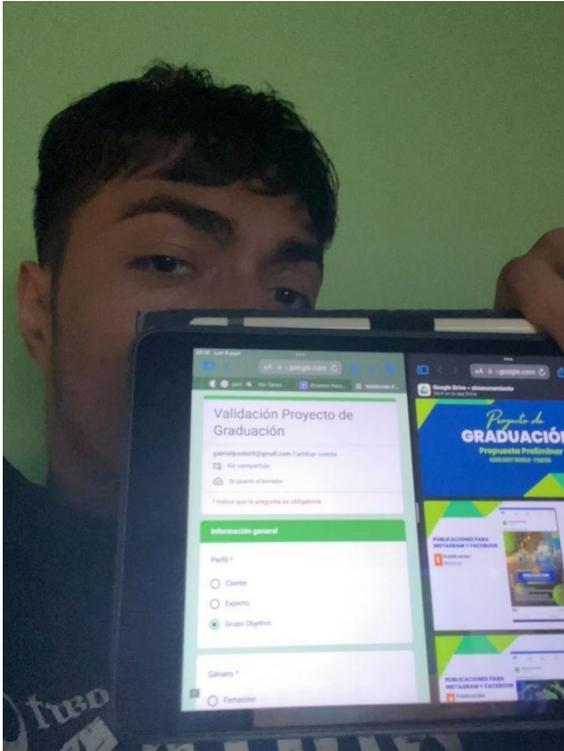
Proporcionado por Paola Escalante (2024)



Proporcionado por Saraí Barillas (2024)



Proporcionado por Alison Sarat (2024)



Proporcionado por Gabriel Pashel (2024)

Anexo 6. Validación de los expertos en comunicación.

Validación Licenciada Ana Gabriel Cabrera

TESIS FACOM Alison Sarat Gramajo Recibidos x



Alison Valeria Sarat Gramajo <21002366@galileo.edu>
para Ana ▾

mié, 11 sept, 8:28 ☆ ↶ ⋮

Buen día estimado Licda. Gabriela Cabrera es un gusto saludarle.

Por este medio y de la manera más atenta me comunico con usted para solicitar su valioso apoyo en la validación de mi proyecto de graduación titulado: Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniqate de la Municipalidad de Guatemala Guatemala.

Agradecería si pudiera responder a todas las interrogantes y al final en las observaciones agradecería sus comentarios, o si lo prefiere los puede colocar como respuesta en este correo.

Al final si pudiera apoyarme tomándose una fotografía visualizando mi proyecto la cuál me servirá como evidencia de mi validación con su persona.

Quedo atento a sus comentarios.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSiMz3lJDE5R-It_AwQvERn6s13YrVJfDrwy4HVccCk18o0kw/viewform



Ana Gabriela Cabrera Conde <gabriela.cabrera@galileo.edu>
para mí ▾

lun, 16 sept, 19:38 ☆ ↶ ⋮

Buen día Alison,

He completado la validación de su proyecto, ¡buen trabajo!
Le deseo muchos éxitos en lo que resta de su proyecto de graduación.

Saludos.

Validación Licenciado Bryan Gómez

VALIDACIÓN DE TESIS POR EXPERTO



Alison Valeria Sarat Gramajo <21002366@galileo.edu>
para bryan.gomezsoj

vie, 13 sept, 18:42 ☆ ↶ ⋮

Buen día estimado Lic Byron Gómez es un gusto saludarle.

Por este medio y de la manera más atenta me comunico con usted para solicitar su valioso apoyo en la validación de mi proyecto de graduación titulado: Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala Guatemala.

Agradecería si pudiera responder a todas las interrogantes y al final en las observaciones agradecería sus comentarios, o si lo prefiere los puede colocar como respuesta en este correo.

Al final si pudiera apoyarme tomándose una fotografía visualizando mi proyecto la cuál me servirá como evidencia de mi validación con su persona.

Quedo atento a sus comentarios.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfMz3JDE5R-It_AwQvERn6s13YrVJfDrwy4HVccCkI8o0kw/viewform

↶ Responder

↷ Reenviar

Validación Licenciado Arnulfo Guzmán

VALIDACIÓN TESIS ALISON SARAT FACOM Recibidos x



Alison Valeria Sarat Gramajo <21002366@galileo.edu>
para Arnulfo

mar, 3 sept, 9:43 ☆ ↶ ⋮

Buen día estimado Lic. Arnulfo Guzmán es un gusto saludarle.

Por este medio y de la manera más atenta me comunico con usted para solicitar su valioso apoyo en la validación de mi proyecto de graduación titulado: Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala Guatemala.

Agradecería si pudiera responder a todas las interrogantes y al final en las observaciones agradecería sus comentarios, o si lo prefiere los puede colocar como respuesta en este correo.

Al final si pudiera apoyarme tomándose una fotografía visualizando mi proyecto la cuál me servirá como evidencia de mi validación con su persona.

Quedo atento a sus comentarios.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfMz3JDE5R-It_AwQvERn6s13YrVJfDrwy4HVccCkI8o0kw/viewform



Arnulfo Guzman <arnulfo@galileo.edu>
para mi

mar, 3 sept, 11:52 ☆ ↶ ⋮

Listo. Espero que le vaya muy bien en su proyecto de graduación.

Mgr. Arnulfo Guzmán
Catedrático

Validación Licenciado Carlos Franco

VALIDACIÓN TESIS ALISON SARAT FACOM Recibidos x



Alison Valeria Sarat Gramajo <21002366@galileo.edu>
para Carlos

mar, 3 sept, 9:46 ☆ ↶ ⋮

Buen día estimado Lic. Carlos Franco es un gusto saludarle.

Por este medio y de la manera más atenta me comunico con usted para solicitar su valioso apoyo en la validación de mi proyecto de graduación titulado: Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Muniguat de la Municipalidad de Guatemala Guatemala.

Agradecería si pudiera responder a todas las interrogantes y al final en las observaciones agradecería sus comentarios, o si lo prefiere los puede colocar como respuesta en este correo.

Al final si pudiera apoyarme tomándose una fotografía visualizando mi proyecto la cuál me servirá como evidencia de mi validación con su persona.

Quedo atento a sus comentarios.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfMz3JDE5R-It_AwQvERn6s13YrVJfDrwy4HVccCkI8o0kw/viewform



Carlos Franco
Con mucho gusto. Siga adelante en su proceso.

mié, 4 sept, 13:15 ☆

Validación Licenciado Carmen Aguilar

TESIS FACOM Alison Sarat Gramajo Recibidos x



Alison Valeria Sarat Gramajo <21002366@galileo.edu>
para Carmen ▾

mar, 10 sept, 14:40

Buen día estimado Licda. Andrea Aguilar es un gusto saludarle.

Por este medio y de la manera más atenta me comunico con usted para solicitar su valioso apoyo en la validación de mi proyecto de graduación titulado: Diseño de línea gráfica y contenido de redes sociales Instagram y Facebook para dar a conocer a la población guatemalteca, las actividades de Obras Munigate de la Municipalidad de Guatemala Guatemala.

Agradecería si pudiera responder a todas las interrogantes y al final en las observaciones agradecería sus comentarios, o si lo prefiere los puede colocar como respuesta en este correo.

Al final si pudiera apoyarme tomándose una fotografía visualizando mi proyecto la cuál me servirá como evidencia de mi validación con su persona.

Quedo atento a sus comentarios.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSiMz3JJDE5R-IL_AwQvERn6s13YrVJfDrwy4HVccCkl8o0kw/viewform



Carmen Andrea Aguilar Flores

Buenos días, Le escribo para confirmar que ya validé su proyecto de graduación. Saludos, Licda. Andrea Aguilar

jue, 12 sept, 7:48

Anexo 7. Cotizaciones.

Cotizaciones realizadas para la adquisición de memoria USB a las tiendas Pacifiko e Intelaf.

Artículo agregado correctamente

Memoria Kingston Onyx De 64GB USB Flash Drive USB 3.2 Gen 1

Recibelo en:
 Recibelo HOY en área metropolitana
 Interior: 2 a 4 días
1 x Q34.00

Pago

Subtotal de orden
Q34.00

Tu carreta contiene 1 productos

Continuar compra

Ver carreta

Q34.00 Disponible.

Recibelo en:
En la Ciudad:
 Recibe en 2 hrs, costo de envío Q30.00
 Recibelo HOY si haces tu pedido antes de las 12:00pm.
En el interior:
 Recibe de 2 a 4 días

Garantía: Sin Garantía

Cantidad:
 1

Agregar a Carreta

Recibelo Hoy y Entregas en 2 Horas aplican solamente en el Área Metropolitana. De lo contrario a Envío Estándar

Garantía: Sin Garantía

Costo de envío: Q20.00

Carreta de compras

Enviado por Pacifiko

Memoria Kingston Onyx De 64GB USB Flash Drive USB 3.2 Gen 1 Q34.00

Cantidad: 1

1 unidad disponible en 2 a 4 días

Costo de envío Q20.00

SUBTOTAL PACIFIKO Q54.00

TOTAL DE TU ORDEN

SUB-TOTAL PRODUCTOS: Q34.00

ENVÍO: Q20.00

TOTAL: Q54.00

Al confirmar la orden, confirmo que he leído y acepto los [Términos y Condiciones](#), [Política de Devolución y Reembolso](#) y [Garantía](#) de Pacifiko.com.

CONFIRMAR ORDEN

Intelaf.com

Categorías

Buscar en Intelaf

Mi Cuenta

Mis Favoritos

Pickup Zona 4 | C.C. Zona 4

Ofertas Ubicaciones Mayorero Empresa Soporte Políticas Sugerencias Empleos

1 Mi carrito **2 Pago** **3 Fin del pedido**

Método de entrega

A domicilio **Recoger en tienda** Tarjeta Monetario

Método de pago

Resumen

Sub Total Q42

Descuento -Q0

Total Q42

¿Tienes un código de descuento? [Iniciar sesión](#)

Finalizar mi compra

Agregar otro producto

Limpiar mi carrito

Mi Carrito

Productos disponibles

1 KINGSTON Flashdrive Kingston Exodia 64gb Usb3.2 Gen1 Dtx/64gb

Precio unitario Q42

Descuento Q0

Subtotal **Q42**

Cotización 1

Licda. Lucia Gálvez
luciafrineegalvez@gmail.com
Ciudad de Guatemala
Noviembre, 2024

Estimado Cliente

Me dirijo a usted para presentarle una cotización para el proyecto que hemos discutido anteriormente. Nuestro equipo está emocionado de trabajar con usted para crear un diseño que se adapte a sus necesidades y objetivos.

Detalles del proyecto

Cotización

Nuestra cotización para el proyecto de diseño es la siguiente:

- Análisis y recopilación del diseño: 8 horas - Q450
- Propuesta de boceto 1: 32 horas - Q640/
- Propuesta de boceto 2: 28 horas - Q560

- Digitalización de propuestas gráficas: 48 horas - Q1200
- Costos variables: Q600
- Artes finales en digital: 48 horas - Q1200

- Redes Sociales:
- Facebook: 30 días - alcance de 1,500 personas x día - Q300
- Instagram: 30 días - alcance de 1,500 personas x día - Q300

El total de la cotización es de: Q5,250.00

Condiciones

Nuestra cotización es válida por 30 días. Si desea aceptar nuestra cotización, por favor firme y devuelva una copia de esta carta a nuestro correo electrónico.

Agradezco su consideración y espero con interés la oportunidad de trabajar con usted. Si tiene alguna pregunta o inquietud, por favor no dude en hacérmelo saber.

Atentamente,

Licda. Lucia Gálvez

Cotización 2

Lic. Diego Castañeda
djcroman98@gmail.com
Ciudad de Guatemala
Noviembre, 2024

Estimado Cliente

Me dirijo a usted para presentarle una cotización para el proyecto que hemos discutido anteriormente. Nuestro equipo está emocionado de trabajar con usted para crear un diseño que se adapte a sus necesidades y objetivos.

Detalles del proyecto

Cotización

Nuestra cotización para el proyecto de diseño es la siguiente:

- Análisis y recopilación del diseño: 8 horas – Q400
- Propuesta de boceto 1: 32 horas – Q640
- Propuesta de boceto 2: 28 horas – Q600

- Digitalización de propuestas gráficas: 48 horas – Q1200
- Costos variables: Q600
- Artes finales en digital: 48 horas – Q1200

- Redes Sociales:
- Facebook: 30 días – alcance de 1,500 personas x día - Q350
- Instagram: 30 días – alcance de 1,500 personas x día – Q350

El total de la cotización es de: Q5,340.00

Condiciones

Nuestra cotización es válida por 30 días. Si desea aceptar nuestra cotización, por favor firme y devuelva una copia de esta carta a nuestro correo electrónico.

Agradezco su consideración y espero con interés la oportunidad de trabajar con usted. Si tiene alguna pregunta o inquietud, por favor no dude en hacérmelo saber.

Atentamente,

Lic. Diego Castañeda