

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



**TITULO:
REDISEÑO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DEL NEGOCIO LOCAL
DE SORBETES ARTESANALES, DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ
GUAYABAL, EN EL AÑO 2023.**

PRESENTADO POR:

LINDA PAOLA ALEGRÍA CAMPOS	(AC18009)
ALFONSO ERNESTO FIGUEROA RIVERA	(FR18016)
SAMUEL DAVID RIVERA GUZMÁN	(RG16083)

INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “EL ARTE EN LA
GESTIÓN CULTURAL” PARA OPTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
ARTES PLÁSTICAS OPCIÓN PINTURA; Y LICENCIADO EN ARTES
PLÁSTICAS OPCIÓN DISEÑO GRAFICO

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA

COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN
MAESTRA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR,
EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, SEPTIEMBRE DEL 2023

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

RECTOR

Maestro Juan Rosa Quintanilla

VICERRECTORA ACADÉMICA

Doctora Evelyn Beatriz Farfán

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Maestro Roger Armando Arias Alvarado

SECRETARIO GENERAL

Licenciado Pedro Rosalío Escobar Castaneda

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Maestro Julio César Grande Rivera

VICE DECANO

Maestra María Blas Cruz Jurado

SECRETARIO

Maestra Natividad de las Mercedes Teshe Padilla

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

DIRECTOR ESCUELA DE ARTES

Licenciado Miguel Ángel Mira Mira

COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Maestra Ligia del Rosario Manzano Martínez

DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

Maestra Xenia María Pérez Oliva

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios por permitirme finalizar mis estudios, por ser mi guía y llenarme de fortaleza, energía y sabiduría, logrando llegar a esta etapa de mi vida. Dedico este logro profesional a mis padres, Clara Campos y Pablo Alegría; que han sido parte de todo el proceso como apoyo incondicional, su amor y ánimos han dado fruto. Agradezco a la Universidad de El Salvador por abrirme las puertas y brindarme los conocimientos, a los docentes coordinadores que nos guiaron y forjaron en estos años de carrera; por la paciencia y consejos que nos dieron para la realización del proyecto de especialización.

Finalmente, agradezco a mis amistades y compañeros que formaron parte de este proyecto, por el esfuerzo y dedicación realizada en estos meses de trabajo, se llegó a la meta.

Gracias a todos.

Linda Paola Alegría Campos

En primer lugar, deseo expresar mi agradecimiento a Dios por permitirme llegar a este punto de mi carrera y a ver podido terminar este proyecto de la mejor manera, agradezco a la Universidad de El Salvador que me brindo conocimientos durante los últimos años y a los docentes coordinadores que nos guiaron para que todo se realizara de una manera correcta y sin complicaciones, de igual manera agradezco a las personas encargadas del negocio de sorbetes artesanales por darnos el espacio y el tiempo de trabajar con ellos. Además, agradecer a mis padres que me acompañaron todo el tiempo y me motivaban a seguir adelante, que nunca dudaron de mis capacidades y me apoyaron en los peores y mejores momentos y por eso ahora les dedico este logro a mi madre Ana Yolanda Rivera y a mi Padre José Figueroa.

También agradezco a mis amistades que cuando necesite de su apoyo no dudaron en brindármelo, y a mis compañeros de trabajo por el esfuerzo que realizaron en estos últimos meses.

Gracias a todos.

Alfonso Ernesto Figueroa Rivera

Agradezco primeramente a Dios y a mis padres por estar presentes en cada etapa de mi vida, por apoyarme en mi desarrollo y formación profesional, siendo una parte fundamental de guía e inspiración a lo largo de este camino ya que con su esfuerzo y dedicación he logrado este nivel académico. Agradezco también a la institución encargada de formarme en este periodo de estudio la Universidad de El Salvador y su grupo de docentes en la Escuela de Artes que estuvieron acompañándome en este proceso de formación a lo largo de los años de la carrera y a cada uno de los asesores del curso de especialización en gestión cultural Mtra. Xenia Pérez, Mtro. Orlando Ángel, Mtro. Carlos Quijada y a la coordinadora de proceso de grado Mtra. Ligia Manzano que con sus conocimientos, paciencia y esfuerzo han contribuido para la realización de este curso para culminar con éxito esta etapa. Finalmente agradecer también a mis amigos y compañeros cercanos que estuvieron presentes y apoyando a lo largo de esta carrera.

Samuel David Rivera Guzmán

INDICE

RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
INTRODUCCIÓN.....	13
I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO	15
1.1. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	15
1.1.1. PROPUESTA GENERAL DE EJECUCIÓN	17
1.2. PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES	20
II. OBJETIVOS	26
2.1. GENERAL	26
2.2. ESPECÍFICOS	26
III. CONTENIDO GENERAL	27
3.1. FUNDAMENTACIÓN.....	27
3.1.1. La identidad gráfica	28
3.1.2. Municipio de San José Guayabal.....	30
3.1.3. Rescate de identidad cultural	32
3.1.4. Desarrollo de la gestión cultural	33
3.1.5. Sorbetes Don Toño	34
3.2. DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL.....	35
3.2.1. ESTRATEGIAS CREATIVAS	37
3.2.2. ADECUACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN DIFICULTADES.....	38
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO	39
4.1. ACTIVIDADES REALIZADAS	39
4.1.1. Etapa 1, Preparatoria.....	39
4.1.2. Etapa 2, Propuesta del proyecto	39
4.1.3. Etapa 3, Gestión de recursos.....	40
4.1.4. Etapa 4, Ejecución del contenido.....	41
4.1.5. Etapa 5, Finalización y evaluación de resultados.....	49
4.2. EVALUACIÓN DE RESULTADOS	49
4.2.1. Etapa 1, Preparatoria.....	49
4.2.2. Etapa 2, Propuesta del proyecto	50

4.2.3.	Etapa 3, Gestión de recursos.....	50
4.2.4.	Etapa 4, Ejecución del contenido.....	51
4.2.5.	Etapa 5, Finalización y evaluación de resultados.....	52
V.	CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO	53
5.1.	CONCLUSIONES.....	53
5.2.	CONTINUIDAD DEL PROYECTO	54
VI.	RECOMENDACIONES	55
	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	57
	ANEXOS.....	59
	TRIBUNAL EVALUADOR.....	102

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1, Infografía de las etapas de desarrollo del proyecto. Fuente: Elaboración propia.	16
Ilustración 2 Negocio local para actualización de identidad gráfica. Fotografía por: Alfonso Figueroa. Ubicado en el municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán.	23
Ilustración 3, Local del negocio. Fotografía por: Alfonso Figueroa. Ubicado en el Municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán.	23
Ilustración 4 Mapeo del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Referencia de: Pagina de Facebook Gobierno Municipal de San José Guayabal.....	25
Ilustración 5, Ubicación de negocio en mapeo del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Referencia de: Pagina de Facebook Gobierno Municipal de San José Guayabal.....	25
Ilustración 6, Tema general de presentación. Fuente: elaboración propia.	40
Ilustración 7, Captura de mensaje con un contacto de la Alcaldía. Fuente: Propia.	41
Ilustración 8, Primera sesión de taller informativo sobre Branding. En Casa de la Juventud. Fuente: Fotografía propia.	42
Ilustración 9, Segunda sesión de taller informativo sobre Branding. En Casa de la Juventud. Fuente: Fotografía propia.	43
Ilustración 10, Tercera sesión de taller informativo sobre Branding. En vivienda de las encargadas. Fuente: Fotografía propia.....	43
Ilustración 11, Cuarta sesión de taller informativo sobre Branding. En vivienda de las encargadas. Fuente: Fotografía propia.....	44
Ilustración 12, Propuesta de logo 1. Fuente: Elaboración propia	45
Ilustración 13, Propuesta de logo 2. Fuente: Elaboración propia.	45
Ilustración 14, Propuesta de ilustraciones relacionadas al sorbete 1. Fuente: Elaboración propia.	45

Ilustración 15, Propuesta de ilustraciones relacionadas al sorbete 2. Fuente: Elaboración propia.	46
Ilustración 16, Reunión virtual para la intervención del mural. Fuente: Propia	47
Ilustración 17, Montaje de la propuesta para la intervención del mural. Fuente: Elaboración propia.	47
Ilustración 18 Menú del producto. Fuente: Elaboración propia.....	48
Ilustración 19, Letrero del logo en el local: mockup. Fuente: Elaboración propia..	48
Ilustración 20, Mapeo del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Referencia de: Pagina de Facebook Gobierno Municipal de San José Guayabal.....	60
<i>Ilustración 21 Ubicación de negocio en mapeo del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Referencia de: Pagina de Facebook Gobierno Municipal de San José Guayabal.....</i>	<i>63</i>
<i>Ilustración 22 Figueroa, Alfonso. 2023.Local de negocio para actualización de identidad gráfica. Fotografía. Ubicado en el Municipio de San José Guayabal, departamento Cuscatlán.</i>	<i>64</i>
<i>Ilustración 23 Figueroa, Alfonso. 2023.Local de negocio para actualización de identidad gráfica. Fotografía. Ubicado en el Municipio de San José Guayabal, departamento Cuscatlán.</i>	<i>65</i>
Ilustración 24, Infografía de las etapas de desarrollo del proyecto. Fuente: elaboración propia.....	66

RESUMEN

El proyecto de la gestión cultural desarrollado, se basó en visibilizar una tradición de producción local artesanal, enfocado en un proceso de aplicación de técnicas e información sobre identidad de marca para un sorbete artesanal único; un producto cuya manufactura ha sido compartida de generación en generación. Este proceso tradicional es relevante además de ser un referente del municipio de San José Guayabal en el departamento de Cuscatlán, que sigue manteniéndose vigente a través del paso de los años como un negocio local representativo. Luego de los estudios preliminares en que se identificó la problemática a abordar y se definió la posible solución, se inició el proyecto, con el desarrollo de cuatro sesiones denominadas “Taller de Branding”, en donde se abordó un contenido específico para construir una marca y el alcance de esta a través de crear una identidad. Lo anterior, para concretar su visibilización y posicionamiento por medio de estrategias de branding fundamentales, encargadas de difundir una marca con un peso referente de tradición, denotando la importancia de poseer un manual de marca para la posterior creación de uno para el negocio local “Sorbetes don Toño”. En esta iniciativa se aplicó el contenido del manual en la elaboración y uso de elementos locales del negocio característicos del municipio, en función de la producción representativa con un resultado interesante y llamativo, esto en relación al consumidor; culminando con la última actividad del proyecto que consistió en una serie de publicaciones para las redes sociales de preferencia sobre “Sorbetes don Toño”, cumpliendo los objetivos trazados en el desarrollo del proyecto. La evaluación de resultados permitió constatar la efectividad de una identidad de marca y la tendencia de mejora en la difusión y posicionamiento del negocio local de interés, ampliando sus posibles consumidores, simultáneamente, ayudando a fortalecer su identidad y respeto a una importante tradición artesanal de producción.

Palabras Clave: Diseño, manual de marca, tradición, difusión, posicionamiento, artesanal, branding, producción, identidad.

ABSTRACT

The cultural management project developed was based on making visible a tradition of local artisan production, focused on a process of applying techniques and information on brand identity for a unique artisan sorbet; a product whose manufacture has been shared from generation to generation. This traditional process is relevant as well as being a benchmark for the municipality of San José Guayabal in the department of Cuscatlán, which continues to be valid over the years as a representative local business. After the preliminary studies in which the problem to be addressed was identified and the possible solution was defined, the project began, with the development of four sessions called "Branding Workshop", where specific content was addressed to build a brand and the scope of this through creating an identity. The foregoing, to specify its visibility and positioning through fundamental branding strategies, in charge of disseminating a brand with a reference weight of tradition, denoting the importance of having a brand manual for the subsequent creation of one for the local business "Sorbetes Don Toño". In this initiative, the content of the manual was applied in the elaboration and use of local elements of the business characteristic of the municipality, based on the representative production with an interesting and striking result, this in relation to the consumer; culminating with the last activity of the project that consisted of a series of publications for social networks preferably on "Sorbetes don Toño", fulfilling the objectives outlined in the development of the project. The evaluation of results allowed us to verify the effectiveness of a brand identity and the trend of improvement in the dissemination and positioning of the local business of interest, expanding its potential consumers, simultaneously, helping to strengthen its identity and respect for an important artisan production tradition.

Keywords: Design, brand manual, tradition, dissemination, positioning, craft, branding, production, identity.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años los negocios de artesanos en las comunidades de El Salvador han ido disminuyendo en una gran cantidad y los pocos que quedan no se les da la importancia que les corresponde o solo pasan desapercibidos y no se dan cuenta del valor cultural que estos aportan a un municipio debido a una falta de identidad propia que les ayude a presentar sus productos a un público consumidor.

Es por esta razón, que se realiza el proyecto de REDISEÑO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DEL NEGOCIO LOCAL DE SORBETES ARTESANALES, DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ GUAYABAL, EN EL AÑO 2023. con la finalidad de difundir la tradición cultural de la elaboración de sorbete artesanal en el municipio a través de estrategias de identidad de marca y la identificación de los caracteres culturales locales que representa.

Para dar inicio al proyecto se analizó cuáles eran las debilidades con las que se presentaba el negocio donde se descubrió que carecían de una identidad grafica que pudiera representar sus productos. Como respuesta, se establecieron estrategias que ayudarían a la difusión de la producción de sorbete artesanal en el municipio, donde se realizaron talleres informativos sobre el branding con las personas encargadas del negocio, a fin de crearles un interés sobre el tema y que pudieran comprender todas las ventajas que les otorga tener una identidad gráfica adecuada

Apoyándose con la producción de elementos gráficos se crearon dos propuestas de manuales de marca que representaban el negocio de una manera más creativa y llamativa donde las encargadas pudieran escoger cual era de su agrado.

Este trabajo presenta de principio a fin la ejecución del proyecto de rediseñar la identidad grafica del negocio de sorbetes artesanales y de igual manera la definición de los objetivos que fueron planteados y que nos ayudaron a la realización de una

manera correcta y con los resultados obtenidos; tanto el aporte brindado para nuevos proyectos en base a la información mostrada hasta los anexos.

Lo anterior se desarrolla en los apartados siguientes: Contexto general del proyecto que presenta la descripción general de la iniciativa y la problemática abordada; Objetivos del proyecto, que incluye tanto los generales como los específicos. Le sigue el Contenido general, que plantea la fundamentación y las estrategias creativas de la gestión cultural. Luego, se describen las actividades realizadas y la evaluación de sus resultados en la Ejecución del proyecto; para posteriormente exponer las principales Conclusiones y las Recomendaciones para la continuidad del proyecto. Finalmente, se agrega la Bibliografía consultada y documentos complementarios en los Anexos.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO

1.1. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El desarrollo del proyecto se enfocó en la elaboración de una identidad gráfica en la producción local del sorbete artesanal de la ciudad de San José Guayabal, a través del único negocio de sorbetes que utilizan recetas de productos locales, llamado Sorbetes Don Toño; visibilizando así, los elementos gráficos identitarios que reflejan a la comunidad. El fundador inicio con la Guayaba como fruto destacado, además de hacer con otros frutos, pasando el ingenio y creación a su familia, heredándose a varias generaciones.

El plazo previsto para la ejecución del proyecto fue de 3 a 4 meses, se plantea cinco etapas principales, las cuales serán desarrolladas de forma secuencial y escalonada de acuerdo con los ejes y líneas de acción planteadas con anterioridad. Dentro de cada una de las etapas se determinó las actividades concretas a realizar a fin de obtener los resultados esperados. En primera instancia la Etapa de Preparatoria; segundo, la Etapa de Propuesta del Proyecto; tercero, la Etapa de Gestión de Recursos; cuarto, la Etapa de Ejecución del contenido, y culminando con la Etapa de Finalización y Evaluación de Resultados (el desglose de actividades, así como la estrategia de desarrollo en cada una de las etapas se detalla en la Ilustración 1).

De esta manera, se rescatará la historia y tradiciones generacionales en la producción del sorbete artesanal. Realizando un mejoramiento visual y un enriquecimiento cultural en la comunidad mediante los significados de sus servicios locales.

Se desarrollaron actividades complementarias como una presentación de los frutos, especialmente destacando la Guayaba como elemento gráfico fundamental, ya que es patrimonio cultural de la ciudad, los nombres variados de los otros frutos, creando así, una consciencia tradicional artesanal mediante la imagen pictórica que estará en un mural del establecimiento.

- Etapas del desarrollo del proyecto:



Ilustración 1, Infografía de las etapas de desarrollo del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Se inició el trabajo, con una reunión con la familia encargada de los Sorbetes Don Toño, un diálogo sobre la creación de una imagen con su propia marca, ya que no contaba con una imagen propia, donde se presentaron avances con variaciones de tipografías, colores y variantes del propio logo para saber sus opiniones y entregarles un trabajo bien estructurado y además fuese de su agrado. Esto logrará que el negocio sea atractivo por lo que representan y brindan como producto e imagen.

Se involucrará como institución, la Alcaldía Municipal de San José Guayabal, para brindando los recursos y materiales necesarios para la ejecución del proyecto.

Los principales participantes del proyecto se establecen como promotores y beneficiarios, siendo promotores los estudiantes egresados de Lic. En Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico y opción Pintura; quienes serán los encargados de llevar a cabo cada etapa de acuerdo al planteamiento, mientras que los beneficiarios será la familia quienes elaboran y distribuyen el producto de los Sorbetes Don Toño, al igual que los consumidores y como población beneficiaria indirecta la comunidad de San José Guayabal al posicionar el producto con un mayor alcance.

1.1.1. PROPUESTA GENERAL DE EJECUCIÓN

- **Productos esperados**

El proyecto desarrolló una metodología de actividades con capacitación ejecutada a través de un taller donde se socializó sobre la importancia del desarrollo de identidad gráfica para la difusión y posicionamiento de una marca, realizando la creación de una línea gráfica, manual de marca que incluye: logo, paleta de colores, tipografías, ilustraciones, menú, fotografías e intervención pictórica del local para la identificación del espacio y la tradición, así como la creación de publicidad.

- **Aportes originales del proyecto**

Entre estos, se destacó el rediseño o creación de una línea gráfica para la difusión y posicionamiento de prácticas tradicionales como la elaboración de un producto artesanal dentro de un sector, lo que proyectó un impacto de visibilización sobre la imagen que se percibe de la localidad, su cultura y una marca. El considerar proyectar más negocios locales con esta iniciativa para identificar las diversas prácticas tradicionales de la localidad es una propuesta de utilidad para la exposición de diversos elementos contextuales, tradicionales y propios del sitio.

- **Proceso de creación.**

El proyecto desarrolló diferentes etapas de intervención en donde se definieron procesos para la ejecución planificada de cada actividad, aplicando habilidades de los gestores del proyecto en conjunto con el negocio local que realiza la práctica artesanal dentro de la localidad, realizando sesiones de taller para la interacción del desarrollo de la identidad gráfica en combinación con elementos de la cultura, construcción de identidad y presentación de resultados.

- a) **Los desarrolladores del proyecto** participan en el intercambio de información, ideas y propuestas.
- b) **Diseño gráfico** creación y orientación de línea gráfica (presentación visual).
- c) **Pintura** intervención pictórica del local (con elementos identitarios de la tradición y del negocio local).

- **Impacto**

La expectativa sobre el impacto del proyecto fue generar la visibilización de este proceso de tradición artesanal brindando diferentes herramientas de divulgación sobre la práctica de elaboración de sorbetes artesanales, identificando como parte de la cultura local la creación y manifestación de este producto a partir de elementos visuales y aspectos que comuniquen elementos culturales fundamentales del municipio.

El impacto de esta práctica facilitó la identidad de la localidad a partir del posicionamiento de una tradición generando una imagen identitaria por medio del negocio artesanal convirtiéndose en un referente del municipio que lograra posicionarse ante los consumidores.

- **Creadores que participan en el proyecto**

Para el desarrollo del proyecto se hicieron participes los egresados de la licenciatura en Artes Plásticas opción Pintura y Diseño Gráfico, quienes conforman el grupo de investigación y ejecución de la gestión cultural del rediseño de la identidad gráfica, difusión y visibilización del negocio local de sorbetes artesanales.

Cuadro de etapas, actividades y resultados.

N°	ETAPAS	ACTIVIDADES	RESULTADOS
1	Preparatoria (4 de marzo a 31 de marzo)	Solicitud para la realización del proyecto. Reunión con la institución involucrada. Reunión con el negocio local.	Concretar la realización del proyecto.
2	Propuesta del proyecto (1 de abril a 29 de abril)	Investigación bibliográfica. Crear propuestas de una línea gráfica nueva.	Construcción de un plan para orientar el proyecto a los objetivos planteados.
3	Gestión de recursos (8 de mayo a 22 de mayo)	Solicitud para los materiales y recursos. Asignación de espacio para las reuniones con el negocio.	Tener un mejor flujo de trabajo donde no se tenga ningún contratiempo por la falta de recursos.
4	Ejecución del contenido (8 de mayo a 28 de julio)	Elaboración de línea Gráfica Intervención pictórica en el local (removida por publicidad).	Restablecer una imagen gráfica donde promueva la cultura del municipio y presente las cualidades del negocio.
5	Finalización y evaluación de resultados (28 de julio a 23 de septiembre)	Presentación de los resultados.	Posicionar al negocio y al municipio a través de una nueva estrategia que resalta la cultura del municipio y así mismo la historia de los artesanos.

Tabla 1, Cuadro de etapas, actividades y resultados. Fuente: Elaboración propia.

El negocio local Sorbetes de Don Toño mantiene la práctica, dirigiendo la ejecución del proyecto en beneficio de su tradición y también hacia los habitantes del municipio de San José Guayabal quienes están presentes en la dinámica de identidad local. El papel de apoyo que desempeña La Alcaldía de San José Guayabal para la ejecución de actividades como: reuniones locales, facilitación de herramientas, materiales, ente otras, fueron algunas áreas que comprende su participación para el desarrollo del proyecto.

1.2. PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES

En relación a lo cultural, la ciudad de San José Guayabal, no cuenta con una iniciativa que apoye la producción artesanal, por esta razón la cantidad de artesanos que se encuentran en el municipio es muy pequeña, la sorbetería de Don Toño es uno de los negocios locales que ha permanecido en San José Guayabal desde muchos años atrás.

Los Sorbetes de Don Toño fue creada en 1965 y ha pasado por tres generaciones hasta el día de hoy, la elaboración de sus sorbetes sigue siendo la misma desde su creación. Cuentan con una variedad de sabores entre los que se encuentran de fresa, uva, café, coco, chocolate y el sabor a guayaba que es una fruta considerada parte del patrimonio cultural del municipio.

El mayor problema de esta empresa cultural, es que no contaba con una imagen propia ni una herramienta para promover sus productos y la cultura de la ciudad, por esto, el objetivo principal de este proyecto, fue crear una identidad de marca desde cero, donde se incluya nombre a su negocio, logo, nombres para sus productos y donde también puedan resaltar la cultura de la ciudad. Esto se reforzó con la elaboración de un mural en el local para que tuviese una mejor vistosidad y se pudiesen resaltar los elementos que los caracterizan como la producción artesanal y la utilización de la guayaba.

Los problemas del contexto, detectados tanto en la empresa como en el municipio, son los siguientes:

- La falta de identidad comunitaria.
- Las pocas o nulas estrategias de difusión cultural de la producción local.
- La carencia de iniciativas de apoyo a la difusión o mejora de la producción artesanal.
- La dificultad de mantener viva una tradición cultural.
- La falta de una imagen identitaria del negocio artesanal y de estrategias de posicionamiento.
- La falta de apoyo especializado en las áreas de difusión e identidad de marca.

Estos elementos trajeron como consecuencia: la falta de un posicionamiento y por ende de reconocimiento de las iniciativas artesanales, la poca competitividad que puedan hacer frente a productos similares, pero más comerciales, las dificultades de sostenibilidad del producto, la lentitud en la innovación del producto. Por otra parte, estas problemáticas afectaron la riqueza cultural de la producción artesanal con materia prima local, el mantenimiento de la tradición de generación a generación y de sus recetas particulares, la pérdida de valores tradicionales que caracterizan al municipio, entre otros, que dañan la riqueza de la zona.

Considerar que la parte cultural es importante, pero se ve influenciada por diferentes contextos que configuran los intereses del entorno económico o político, transformando así los procesos de producción, siendo esta una problemática considerada en el desarrollo del proyecto. Al identificar esta circunstancia, la propuesta fue generar una nueva percepción de la tradición a través del posicionamiento de la imagen y difusión del mensaje cultural en la localidad, reivindicando su valor y aporte.

Estos diversos factores fueron responsables de incentivar un proyecto que promueva la exposición y divulgación de los aspectos culturales que caracterizan específicamente esta práctica artesanal de producción del municipio, determinando

elementos que componen la construcción de esta tradición a través de los antecedentes estructurales identificados por medio de procesos de investigación utilizados para consolidar el objetivo del proyecto, superando las necesidades o problemáticas del contexto.

Con base en lo anterior, la intención del proyecto fue comunicar una tradición generacional de producción de sorbetes artesanales un elemento de consumo que ha formado parte de la cultura local de la ciudad de San José Guayabal en el municipio de Cuscatlán, se pudo identificar que esta tradición carece del reconocimiento y exposición transcendental para ser determinada como una actividad identitaria a nivel de localidad.

La importancia de la intervención es que se está asignando lo cultural a una práctica tradicional, para crear referentes identitarios en la localidad a partir de los sorbetes artesanales. El proyecto pretende el enriquecimiento cultural en la ciudad de San José Guayabal, fortaleciendo la producción local del sorbete artesanal, a través del único negocio de sorbetes que los produce con las recetas de productos locales y que han heredado la tradición en la familia oriundas de la zona, por varias generaciones.

Los sorbetes que esta familia produce son elaborados en su propio hogar, donde tienen un sector dedicado a la elaboración y otro a la venta, su mayor fuente de ventas son los estudiantes del instituto Nacional que está ubicado frente a ellos y los habitantes de zonas aledañas que son consumidores regulares.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Propaganda del negocio



Ilustración 2 Negocio local para actualización de identidad gráfica. Fotografía por: Alfonso Figueroa. Ubicado en el municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán.

Instalaciones del negocio.



Ilustración 3, Local del negocio. Fotografía por: Alfonso Figueroa. Ubicado en el Municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán.

La ciudad de San José Guayabal se localiza en el departamento de Cuscatlán en El Salvador. Colinda con San Martín y se encuentra a 24 kilómetros de San Salvador, actualmente el municipio de forma política está gobernado por la alcaldía de ARENA, sus fiestas patronales se celebran del 15 al 20 de diciembre y del 15 de enero al 2 de febrero se celebran en honor a Jesús del Rescate, entre sus lugares turísticos se encuentra el cantón piedra labrada donde se pueden observar petrograbados, el cerro de Guazapa que se puede observar cómo se vivió en el conflicto armado con la visita a los tatúes, y dos turicentros acuáticos uno llamado Agua Caliente y el otro Eco Park.

Dentro de las actividades económicas de la zona sobresale la agricultura. Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, caña de azúcar, café, repollo, cebolla, tomate y otras plantas hortenses. Existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular, así como de aves de corral.

Es una ciudad pequeña con pocos negocios locales de artesanos en cualquier rama, por esta razón se quiso apoyar a uno de los negocios que ha permanecido en pie por muchos años, con el fin de fortalecer la riqueza cultural de la zona, pues la producción artesanal es uno de los rubros que poseen mayor interés en las ciudades que buscan su crecimiento social, económico y cultural.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.



Ilustración 4 Mapeo del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Referencia de: Pagina de Facebook Gobierno Municipal de San José Guayabal

El negocio de sorbetes artesanales se encuentra en la esquina frente al parque central sobre la 1ª calle Ote y la 2ª Avenida Nte.



Ilustración 5, Ubicación de negocio en mapeo del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Referencia de: Pagina de Facebook Gobierno Municipal de San José Guayabal

II. OBJETIVOS

2.1. GENERAL

Visibilizar la tradición cultural de producción local del sorbete artesanal en el municipio de San José Guayabal por medio de estrategias de identidad de marca.

2.2. ESPECÍFICOS

- Identificar caracteres culturales locales que construyen la identidad de producción del sorbete artesanal y que representan la riqueza del municipio.
- Establecer estrategias de difusión y posicionamiento de la tradición artesanal de producción de sorbetes, a través de la investigación y producción de elementos gráficos representativos.
- Proponer elementos visuales y que comuniquen aspectos culturales fundamentales del municipio, mediante la creación de una línea gráfica para los Sorbetes de Don Toño.
- Implementar la estrategia de difusión y posicionamiento de producto artesanal a fin de ver los resultados e impacto de la imagen de marca.

III. CONTENIDO GENERAL

3.1. FUNDAMENTACIÓN

Para iniciar el apartado, es necesario definir el concepto de fundamentación dentro de la investigación, lo cual es una explicación basada en ideas relacionadas con un tema en particular, siendo una revisión crítica de los elementos teóricos que sirven como marco de referencia en una investigación. “Debe expresar claramente la razón fundamental o motivo principal del proyecto, mostrando su validez, importancia, necesidad y ventajas comparativas con otras propuestas” (García, 2016)

Comenzando con bases teóricas, ya que permite el desarrollo de un análisis sistemático y sintético de las principales teorías que se explica en un tema. Las teorías de soporte o teorías de entrada facilitan el desarrollo de la investigación debido a que brindan el conocimiento requerido para determinar con claridad el que, el cuándo, el porqué, el para qué; además de guiar con los referentes el proceso que se va a realizar, permitiendo dimensionar, establecer parámetros, puntos de vista, referentes y bases teóricas relevantes y pertinentes. Según J Cerezal y J Fiallo (ICCP) esta parte se refiere a la exposición y análisis de conocimientos teóricos relacionados con el problema. Definiciones claras y precisas de conceptos, puntos de vistas y concepciones de varios autores, enfoques teóricos (Rodríguez, 2018).

La relación con la Economía Naranja, es importante para el proyecto, enfocadas en el área de las Industrias Culturales y Creativas (ICC), definiendo en primera instancia el concepto de Economía Naranja, lo cual afirma Luzardo (2017) “es aquella que considera al talento y la creatividad como sus insumos principales. Se refiere a una economía basada en el conocimiento, que es capaz de generar empleo y riqueza, provocando así un alto impacto socio-económico. Esos cambios positivos y sostenibles son los que necesitamos para mejorar la vida de las personas en América Latina y el Caribe.”

Ahora bien, las ICC se vincula a la investigación, ya que, es un conjunto de actividades que de manera encadenada, permiten que las ideas se transformen en

bienes y servicios, cuyo valor puede estar basado en la propiedad intelectual. La aplicación actual, es al nuevo surgimiento de emprendedores locales, que le han dado a la creatividad un valor central en sus actividades productivas y comerciales. Por lo cual, se pretende destacar estos talentos y mostrar como la creatividad puede acelerar la innovación y contribuir en el municipio, con una economía competitiva basada en el conocimiento.

3.1.1. La identidad gráfica

Es importante mencionar que la identidad gráfica es un valor agregado al desarrollo de una marca en función de los beneficios que este atributo genera al contenido visual, identificando a partir del servicio que brinda una serie de factores metodológicos del contexto que facilitan la comprensión óptima para crear elementos gráficos que contribuyen para la construcción e identificación de una marca, es fundamental tomar en cuenta el área de servicio, competencia, entorno actual y mensaje a comunicar para desarrollar una identidad.

“La identidad gráfica es un conjunto de parámetros que define el aspecto visual de una marca, es decir, todo lo que se ve. Decimos que una empresa o un proyecto tiene identidad gráfica propia cuando podemos identificar fácilmente su presencia y relacionarla a un logotipo, unos colores y unas tipografías” (Tempone, 2021).

La imagen gráfica

La imagen gráfica de identidad, es la expresión visual y verbal de una marca y engloba 4 conceptos importantes:

1. Expresa
2. Comunica.
3. Sintetiza.
4. Visualiza una marca.

Se señala que: “una representación gráfica mediante la cual puedes transmitir la identidad de la marca y expresar sus valores, metas y aspiraciones. Además, permite resaltar entre los competidores y los potenciales clientes. Se convierte en la prueba tangible de las habilidades blandas que no están expresadas a simple vista” (Córdova, 2016).

Existen elementos principales para la imagen gráfica, el logotipo es la representación esencial de la empresa o negocio, con el que las personas la identificarán y recordarán en su mente; el diseño de este logotipo debe ser práctico, sencillo y visualmente limpio. Por otra parte, el eslogan debe llamar la atención, transmitir motivación y el objetivo como marca. En ambos, la tipografía debe combinar muy bien con el estilo; considerando una línea de color correcta.

Rediseño de la identidad gráfica

Un rediseño es diferente al diseño, ya que, para una marca, se refiere a “modificar su apariencia para adaptarse a nuevos tiempos, o a un cambio de rumbo de la empresa, donde es necesario transmitir otros valores y filosofía” (Estévez, 2021) para adecuarse a una nueva estrategia de marketing. Consiste en la modificación de las propiedades o apariencia de un producto o servicio, de modo que éste, se adapte a las tendencias y funcionalidades actuales; siendo capaz de satisfacer una necesidad del cliente final.

Posicionamiento de marca

Se lleva a cabo un posicionamiento de marca, relacionado con el nivel de ventas, la cuota de mercado, la frecuencia de uso de los productos o servicios, la valoración positiva de los usuarios o consumidores, la solidez y el liderazgo en general. Puede darse el caso, en que el producto sea reconocido por la localidad, pero su posicionamiento nulo.

Al hablarse de posición, trata de construir un lugar claramente definido donde se crea perspectiva asociadas a una característica, siendo de facilidad al cliente la comunicación del producto.

Hay algunos tipos de posicionamiento de marca, los cuales son: Basado en el valor, basado en la calidad, basado en la competencia, basado en los beneficios, basado en problemas y soluciones, basado en precios.

Utilizando para el proyecto, el basado en los beneficios, ya que menciona Juan Andrés Corrales: “a estar muy vinculada a la experiencia del cliente, porque los beneficios siempre son valores agregados y es en la jornada de compra donde estudiamos los mejores momentos para ofrecerlos, desde el momento que entra hasta consumir el producto, expresándose el gusto” (Corrales, 2021).

Se debe tener presente las diferentes acciones y factores claves para las estrategias, entre ellas están:

- Descubrir las necesidades y preferencias del consumidor
- Analizar la competencia
- Conectar con valores, percepciones y pensamientos
- Conectar con los usuarios a nivel humano
- Agregar valor
- Reforzar cualidades diferenciadoras

3.1.2. Municipio de San José Guayabal

San José Guayabal municipio del departamento de Cuscatlán, El Salvador, surgió como aldea a mediados del siglo XVIII, su nombre guayabal nace debido a la abundancia de guayabos, el 13 de noviembre del año 1786 José Ortiz de la Peña corregidor intendente encomendó a Francisco José Vallejo que era un agrimensor

que trazara un nuevo plano de la población de esta manera se fundó como pueblo El Guayabal.

En sus principios fue parte del departamento de San Salvador hasta 1835 que paso al distrito de Suchitoto en Cuscatlán, en 1875 obtuvo el título de villa y en 2006 paso hacer ciudad.

San José Guayabal cubre un área de 42,74 km cuadrados, colinda con Suchitoto, Oratorio de Concepción, Guazapa y San Martín, posee 5 barrios los cuales son El Calvario, La Virgen, El Niño, San Agustín y Aguacayo, también cuenta con 9 cantones El Salitre, La Cruz, Las Animas, Llano Grande, Meléndez, Palacios, Piedra Labrada, Ramírez y Rodríguez.

Sus Fiestas Patronales se celebran del 15 al 20 de diciembre en honor a San José y del 15 de enero al 2 de febrero en Honor a Jesús del Rescate.

Desde el año 2000, San José Guayabal ha tenido como alcalde a Mauricio Vilanova del Partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA)

Negocios locales

Los negocios locales del municipio de San José Guayabal en su gran mayoría son pequeños emprendimientos de productos de la canasta básica, como tiendas, farmacias y bazares de ropa, también se encuentran negocios de comida como pupuserías, comedores, y productos como sorbetes, minutas y licuados.

Y una pequeña minoría trabaja con productos artesanales.

Productos artesanales

Entre los productos artesanales que se encuentran en el municipio están las candelas, que son realizadas por familias que se dedican a las ventas deambulantes en las diferentes fiestas patronales del país, elaboran sus productos en su hogar para luego comercializarlos a las afueras del municipio.

Y la elaboración de Sorbete Artesanal que es una producción más pequeña que de las candelas debido a que solo una familia los elabora.

Como conocimiento, la producción artesanal elabora objetos de forma manual o a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental.

3.1.3. Rescate de identidad cultural

Es fundamental destacar el rescate de la identidad cultural como base de actividades que han sido desarrolladas como un conjunto de manifestaciones socioculturales de un grupo, visibilizando las prácticas tradicionales para difundir su valor y antecedente que ha formado parte de la identidad de la comunidad. En la actualidad existen diversos factores que surgen como parte de la diversificación tomando en cuenta la época actual y la facilidad de las influencias.

Para una mejor comprensión, la identidad cultural toma aspectos tan diversos como la lengua, el sistema de valores y creencias, las tradiciones, los ritos, las costumbres o los comportamientos de una comunidad. Le provee a los individuos pertenecientes a una comunidad un sentido de pertenencia y comunión con sus pares. Se trata de una forma de identificación colectiva, mediante los miembros de un determinado grupo social, se diferencian de quienes no formen parte del mismo.

“La identidad de los seres humanos, se basa en un conjunto de rasgos, que van definiendo al individuo. Como parte de los rasgos de cada uno, está su identidad cultural, que se sustenta en usos y costumbres de su pueblo. La cultura de una sociedad, se define por sus costumbres, tradiciones, formas de vestir, bailar, hablar, entre otras, y todas unidas, crean la identidad de un pueblo, esa identidad que los define, que los hace orgullosos de su origen y de su legado, creando un sentido de pertenencia.” (Alfaro, 2018)

Rescatándose la identidad cultural en el municipio, sin embargo, se menciona que “no es algo inmutable, ni fijo, sino que puede cambiar, reformularse y verse influenciada por otras culturas. Este intercambio puede darse de manera amable y pacífica, a través de relaciones sociales, culturales o comerciales, en las que ambos partícipes intercambian prácticas, formas de pensar y se influyen mutuamente.” (Concepto, 2021)

3.1.4. Desarrollo de la gestión cultural

El desarrollo de los gestores en la parte de diseño gráfico, será en la identidad de marca, realizándose una reestructuración y creación de una imagen gráfica bajo el análisis y estudio de investigación. Disponiendo a los beneficiarios a generar una estructuración acorde en sus capacidades, para que su lugar de trabajo siga con sus fundamentos.

Daniel Ballesta, expresa que: “es necesario ser consistente con esta idea única que tenemos que capturar dicha marca. De este modo se gana claridad a la hora de contar su historia y personalidad, y coherencia actuando en consecuencia con sus ideales” (Ballesta, 2015).

En este caso, para el proyecto es mostrar la elaboración de la producción de alimentos con materia prima local, sin utilizar tecnología o procesos industriales, más bien desde el hogar con las manos de la familia.

Es así, como se hará cambios en la imagen propia, con el uso de tipografías, colores adecuados, revisión del logo, entre otros; para que puedan ejecutar las estrategias de posicionamiento de su marca e involucrarse en el crecimiento de su negocio en otras alternativas.

Considerando importante, la recuperación de los elementos identitarios para la intervención del mural a partir de la información visual y comunicativa, construyéndose desde las técnicas de pintura la memoria colectiva, a una muestra

en el establecimiento del negocio donde la comunidad sea parte en la obra de trabajo. Por ello, se realizará una presentación de los frutos, resaltando la Guayaba ya que es un fruto de patrimonio municipal, además de la variedad de nombres para los otros frutos de producto prima; haciendo un recato de lo valioso que se vuelve la práctica tradicional artesanal.

3.1.5. Sorbetes Don Toño

Sorbetes Don Toño es un negocio local que se encuentra en un costado del parque central de San José Guayabal ofrecen una gran variedad de sabores de sorbetes artesanales 100% hechos con frutas naturales.

El sorbete de Don Toño fue creado en 1965 como un negocio familiar y ha pasado por tres generaciones hasta el día de ahora, la elaboración de sus sorbetes sigue siendo la misma desde su creación, cuentan con una variedad de sabores entre los que se encuentran de fresa, uva, café, coco, chocolate y el sabor a guayaba que es una fruta patrimonio cultural del municipio.

Por tanto, el proyecto se enfoca en el rediseño de identidad gráfica del negocio de “Sorbetes de Don Toño” en la ciudad de San José Guayabal, al ser una producción artesanal en la localidad, la intervención asignará lo cultural a una práctica tradicional, creando referentes identitarios de la elaboración del producto y sus nombres que hagan referencia a la comunidad.

Para el negocio de Sorbetes Don Toño, la producción artesanal en la familia es una tradición muy cuidada, lo cual debe ser muy bien difundida, llevando esa riqueza cultural de la práctica artesanal en la localidad, utilizando los elementos identitarios de la comunidad.

3.2. DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL

- **Los puntos fuertes o destacados del proyecto desde su concepción hasta la ejecución:**

El planteamiento y la concepción de la idea del proyecto dispuso de la difusión de un negocio local para proveer de una imagen e identidad gráfica, aportando muchas características de beneficios para proyectar un negocio de sorbetes artesanales con relación a la cultura de su contexto, visibilizando la práctica a partir de diversas estrategias de branding, considerando que estos factores son de mucha importancia para destacar el proyecto que se ha realizado.

La ejecución del proyecto contó con varios procesos que han apartado en la práctica de la gestión cultural, aportando en diferentes maneras para la contribución de una identidad gráfica y del municipio. Elaborando un contenido óptimo para impartir a través de diferentes sesiones en donde se expuso toda la información relacionada con el branding, la creación de un manual de marca en desarrollo de los sorbetes artesanales y la intervención pictórica de un mural para identificar la tradición, diversas actividades que son destacables dentro de la ejecución del proyecto.

Desde la planificación como equipo gestor, dio buenos resultados en los acuerdos a tomar y saber dialogarlo con las encargadas del negocio local; contando con la participación de la Alcaldía al permitirnos utilizar sus recursos y materiales en las sesiones de taller. Realizando constantes reuniones para una buena comunicación con el equipo y trabajar cada uno en las áreas correspondientes, como diseñadores y artistas plásticos, unir el conocimiento adquirido y brindando esas herramientas a la Sorbetería Don Toño.

- **Las limitantes encontradas a nivel administrativo, de ejecución, de gestión con las instituciones, con los responsables, etc. que se encontraron el inicio y desarrollo del proyecto:**

Debido al tipo de proyecto y gestión utilizada para la realización de las funciones planteadas se pudieron encontrar diferentes limitantes que fueron significativas para el desarrollo de cada actividad, lo cual tuvo que ser solucionado buscando diferentes alternativas que facilitan estos procesos sin sufrir mayor problemática. Se buscó conseguir los objetivos planteados para el progreso y conclusión de actividades.

La institución cuenta con diferentes tipos de atención en esta caso el acercamiento a la alcaldía para la solicitud de apoyo del proyecto pudo ser satisfactoria pero el seguimiento del proyecto empezó a sufrir dificultades de comunicación debido a los horario de disposición del personal encargado de esta institución, la ocupación del espacio asignado para las sesiones así como la gestión de recursos solicitados ha presentado limitantes por diversos motivos que surgen de actividades locales del municipio, lo cual ha sido una serie de dificultades a nivel administrativo pero que se solucionó buscando alternativas conforme se iban presentando.

- **El modelo de gestión utilizado y como ha funcionado:**

El modelo de gestión utilizado para la ejecución del proyecto es la gestión mixta la cual combina los medios propios y los externos gestionados con las instituciones colaboradoras. Se escogió este método para complementar los conocimientos y aportes creativos de los gestores hacia el negocio local, realizando la solicitud de espacio y recursos hacia la alcaldía del municipio de San José Guayabal para utilizar una gestión mixta apropiada para la dirección del proyecto.

Para el desarrollo y función del modelo se menciona que ha funcionado a partir del contacto con una persona asignada en la alcaldía del municipio, manteniéndose en comunicación para organizar la solicitud de espacio y recursos, dialogando las etapas del proyecto para informar respecto a los avances planteados. La gestión se

planteó de esta manera con la intención de contar con el apoyo institucional siendo un medio facilitador de diversos elementos funcionales en la práctica.

3.2.1. ESTRATEGIAS CREATIVAS

Trabajar con un negocio local que ha existido por muchos años sin el interés por la necesidad de una identidad de marca como tal, puede ser un poco complicado debido a que los propietarios se cuestionan si en realidad esto es necesario. Debido a esto, como equipo se crearon estrategias para aclarar, informar e incentivar a dichos propietarios en cambiar su visión y realizar un cambio de imagen al emprendimiento, analizando sus deficiencias como fortalezas para poder apoyarse en ellas.

Para realización de los talleres, se presentaron diferentes temas de los cuales se seleccionaron los que más se adecuaban a los intereses del proyecto y en los que se podía mostrar cómo su negocio podría tener una mejora significativa tomando en cuenta características que ya poseían y agregar un valor cultural a sus productos.

Al principio de los talleres, a pesar de que las encargadas seguían un poco indecisas, se pudo crear un interés en ellas gracias a la forma que cada tema se fue abordando, donde se le explicaba a detalle cuál era la función de un manual de marca y cuál era su importancia, teniendo claros los beneficios que se les presentarían se logró trabajar de una manera más fluida.

Un problema que se presentó fue una mala gestión por parte de la Alcaldía Municipal de San José Guayabal, debido a la falta de poder dar seguimiento a los talleres en el espacio que habían asegurado, ya que se encontraba en ocasiones ocupado por la realización de otras actividades del municipio, pero se solucionó utilizando como lugar donde reunirse la vivienda de las encargadas, que muy amables permitieron que se realizarán ahí. Otro problema que surgió, es la falta de material para la realización de la intervención del mural, que se otorgaría para el negocio local, permitiendo poner en pausa la actividad restante, por lo que se llegó a un acuerdo

entre los gestores del proyecto y las encargadas del negocio local en poder realizarles publicidad a la marca.

3.2.2. ADECUACIÓN DEL PROYECTO SEGÚN DIFICULTADES

El desarrollo del proyecto y sus actividades ejecutadas se completó a un 90% de lo planteado pero existieron dificultades que no permitieron culminar el proyecto como estaba establecido desde se planteamiento, estas situaciones fueron las responsables de limitar la ejecución del proyecto con normalidad ya que se había establecido una intervención pictórica en el negocio local de “Sorbetes don Toño”, debido a situaciones internas de la institución encargada de brindar el material pictórico la intervención se atrasó y no pudo realizarse en el tiempo estimado de ejecución del proyecto limitando esta última actividad.

Por ello como equipo gestor, se buscaron soluciones alternativas para cubrir esta dificultad y culminar el proyecto con éxito, superando situaciones que estuvieron fuera del alcance del grupo, solucionando inconvenientes que forman parte de la dinámica de gestión destacando además aptitudes para solventar en la marcha de actividades en desarrollo. Concluir el proyecto de forma correcta fue esencial para difundir de manera óptima los resultados buscando cumplir con los objetivos establecidos a pesar de la sustitución de actividades, pues se puede obtener un desenlace similar en pro de los beneficiarios y el impacto buscado.

El grupo facilitador del proyecto tomó la decisión de crear una serie publicaciones orientadas a las redes sociales, con el objetivo de difundir, posicionar y visibilizar la práctica de producción artesanal del negocio local de “Sorbetes don Toño”, generando siempre un impacto virtual y positivo de forma digital a través de las redes sociales que cuentan con un mayor alcance a nivel local e internacional tratando de establecer el negocio de sorbetes como uno de los referentes del municipio identificando a través de los elementos gráficos y visuales que fueron establecidos en el taller de branding y la creación del manual de marca, logrando el

mismo resultado con mayor ventaja pero en diferente posicionamiento de plataforma.

IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

4.1. ACTIVIDADES REALIZADAS

4.1.1. Etapa 1, Preparatoria

Pasando a realizar una evaluación en el municipio de San José Guayabal, se hizo un recorrido en el cual se permitiera conocer las problemáticas en las que se encuentran los negocios, artesanos y emprendedores locales; de esta manera a partir de la observación se abordó las ideas para la creación del proyecto en el lugar. Al tener uno de los gestores del proyecto viviendo en el municipio, se logró crear una red de contacto con la Alcaldía Municipal de San José Guayabal, para que así sea parte como institución involucrada del proyecto; brindando recursos, materiales, espacio, y demás detalles que siguen más adelante.

Continuando en elegir uno de los negocios locales del municipio, para así, llevar a cabo el acercamiento a la Sorbetería Don Toño, con las dueñas y encargadas; haciendo la propuesta del desarrollo del proyecto que será para su beneficio.

4.1.2. Etapa 2, Propuesta del proyecto

Al reconocer la problemática del emprendimiento del negocio local Sorbete Don Toño, se pasó a elaborar una propuesta de cómo darle un rediseño a la identidad gráfica de la marca, utilizando los conocimientos y herramientas que adquirieran a su favor, manejándose en el medio cultural del cual están posicionados geográficamente. Ya que, el negocio no cuenta con una imagen propia ni una herramienta para promover sus productos y la cultura de la ciudad, se reconoció la

necesidad de una identidad de marca donde se incluye una renovación al nombre, logo y nombres para sus productos con los cuales se resalte la cultura de la ciudad.

Para ello, se hizo una investigación bibliográfica por parte del equipo, reuniones donde se le dio importancia a los fundamentos en la creación del informe y contenido que se llevó a cabo con las dueñas y encargadas; elaborando cada uno lo correspondiente y manejando un control de cargos en labor.

Se trabajó en la presentación del proyecto para la visualización del tiempo de ejecución del mismo, así como con los temas a los que se le dieron desarrollo.



Ilustración 6, Tema general de presentación. Fuente: elaboración propia.

4.1.3. Etapa 3, Gestión de recursos

Como institución involucrada en el proyecto, al tener ya establecido con el equipo de gestores, los recursos y materiales necesarios para el desarrollo, se hizo la solicitud y gestión del mismo, dando conocimiento de ello a la Señorita María Josefina, el contacto de comunicación con la Alcaldía Municipal; presentando en dicho mensaje, el requerimiento de un espacio para impartir las sesiones de taller, el tiempo y el equipo de inmuebles, de igual manera, los materiales para la intervención pictórica del local (el cual se dio imprevisto).

Se explicó, además, la importancia del taller informativo sobre branding con las personas encargadas del negocio Sorbetes Don Toño. Este fue brindado la Casa

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

de la Juventud para las reuniones con el negocio local, y dar seguimiento al desarrollo del proyecto.

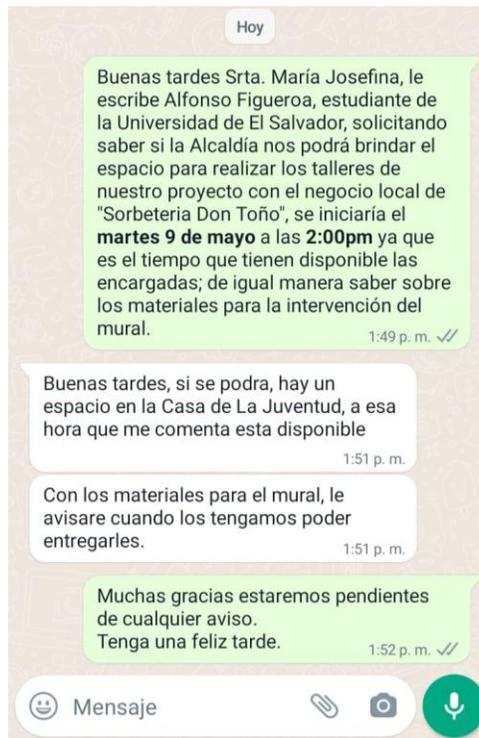


Ilustración 7, Captura de mensaje con un contacto de la Alcaldía. Fuente: Propia.

4.1.4. Etapa 4, Ejecución del contenido

Esta se inició con el desarrollo de cuatro sesiones de taller, con las personas encargadas del negocio local. Fue impartida por los gestores del proyecto en la Casa de la Juventud. En algunas de estas sesiones, se tuvo que realizar el cambio de lugar a la casa de las encargadas, por motivos de que había otras actividades realizándose en el lugar acordado por parte de la Alcaldía Municipal.

Presentando como primer tema “Introducción sobre identidad gráfica”, para el conocimiento inicial del aspecto visual de una marca, en el ejercicio de identificar fácilmente la presencia de la misma y relacionarla con los elementos necesarios para su elaboración.

Contenido abordado:

- ¿Qué es la identidad gráfica?
- ¿Cómo se construye una identidad gráfica?
- Características de la identidad gráfica
- ¿Para qué sirve la identidad gráfica?
- ¿Cómo influye la identidad gráfica?

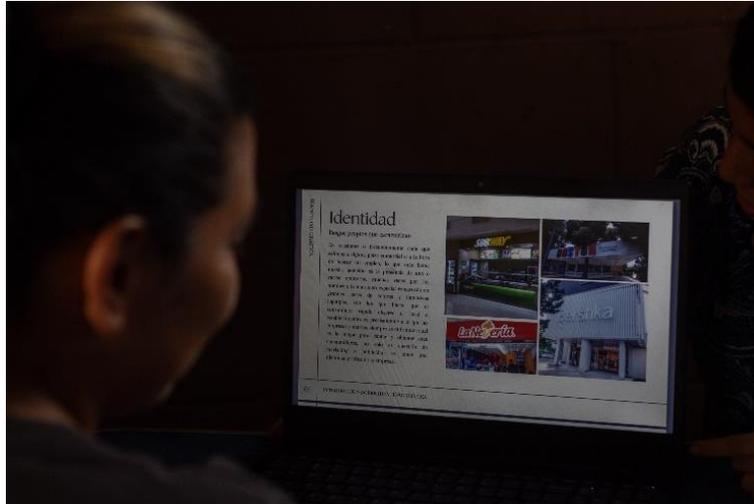


Ilustración 8, Primera sesión de taller informativo sobre Branding. En Casa de la Juventud. Fuente: Fotografía propia.

Como segundo tema, se abordó la “Importancia sobre manual de marca”, para el uso correcto de la misma, al aplicar una serie de normas que ayudan a entender los elementos identitarios de la marca, considerando tanto las textuales como visuales.

Contenido abordado:

- Manual de marca, ¿qué es un manual de marca, de estilo o de identidad?
- Importancia sobre el manual de marca
- Desarrollo del manual de marca
- Funciones de un manual de marca
- Ventajas de crear un manual de marca
- Filosofía de la marca

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.



Ilustración 9, Segunda sesión de taller informativo sobre Branding. En Casa de la Juventud. Fuente: Fotografía propia.

Continuando con el tercer tema “Manual de marca: Logo, tipografía y paleta de colores”, para el conocimiento de un buen logotipo y lo que debe cumplir en la marca, al igual que fuentes recomendables y una paleta de colores que acompañen toda la gráfica.



Ilustración 10, Tercera sesión de taller informativo sobre Branding. En vivienda de las encargadas. Fuente: Fotografía propia.

Finalizando así los contenidos, con el tema de “Aplicación de manual de marca”, para el uso de la identidad visual en toda pieza, observando ejemplos de material gráfico o físico.

Contenido abordado:

- Aplicaciones de manual de marca
- Uso y aplicaciones incorrectas en la marca
- Ejemplos de aplicaciones



Ilustración 11, Cuarta sesión de taller informativo sobre Branding. En vivienda de las encargadas. Fuente: Fotografía propia.

Luego, se realizó una socialización con las encargadas del negocio de Sorbetes Don Toño, a fin de generar un intercambio de propuestas para la creación de manual de marca a partir de las sesiones de taller.

Se trabajó como equipo, en la elaboración del primer y segundo avance del manual de marca, haciendo las reuniones pertinentes para el enfoque de las ideas, pero principalmente abarcando:

- Elaboración de logo a partir de la socialización de ideas compartidas en el taller.
- Selección de paletas de colores acorde al servicio del negocio local.
- Selección de tres tipografías útiles para diferentes textos.
- Creación de ilustraciones relacionadas con el sorbete y la fruta utilizada para la elaboración de sorbete.
- Creación de menú de productos y fotografías del producto.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

A final se realizaron dos propuestas de manual de marca, para tener variedad en la elección que mejor favorezca el negocio, a continuación, las propuestas visuales.



Ilustración 12, Propuesta de logo 1. Fuente: Elaboración propia



Ilustración 13, Propuesta de logo 2. Fuente: Elaboración propia.



Ilustración 14, Propuesta de ilustraciones relacionadas al sorbete 1. Fuente: Elaboración propia.

Elementos visuales
Gráficos y patrones de la marca

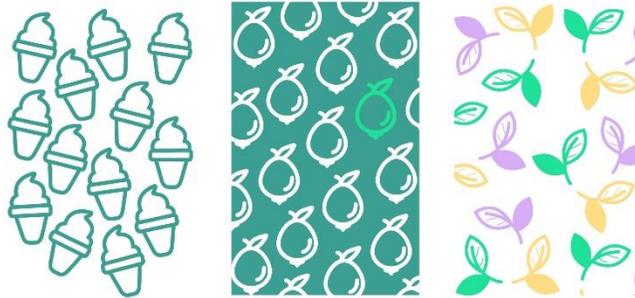


Ilustración 15, Propuesta de ilustraciones relacionadas al sorbete 2. Fuente: Elaboración propia.

Continuando en reunirse con las encargadas del negocio de Sorbetes de Toño en su lugar de vivienda, para la presentación del primer avance del manual de marca, observando las propuestas elaboradas para su identidad gráfica y visual. Definiendo así, la selección de las propuestas presentadas, restableciendo de esta manera, una imagen gráfica donde promueve la cultura del municipio y presenta las cualidades del negocio.

Por lo que, en la reunión decidieron la propuesta de manual de marca 2, comentando que la elección de colores, formas y las ilustraciones les identificaba para el público, tanto la gráfica es la adecuada en dar un cambio a su marca. Pasando así, a definir como equipo gestor la propuesta de la intervención del mural y como se visualizaría al tener la aceptación de la elección de manual de marca.

Estableciendo una llamada virtual entre los gestores del proyecto, para la recopilación de ideas centrales que identifican al negocio de Sorbetes Don Toño, creando la estrategia de diseño para la intervención del mural en el local.

Realizando como equipo la elaboración de la propuesta a partir del manual de marca escogido por las encargadas:

- Elaborar el logo como central en el muro
- Los elementos de sorbetes y frutos identitarios en el fondo y costados.
- El montaje de la propuesta final.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

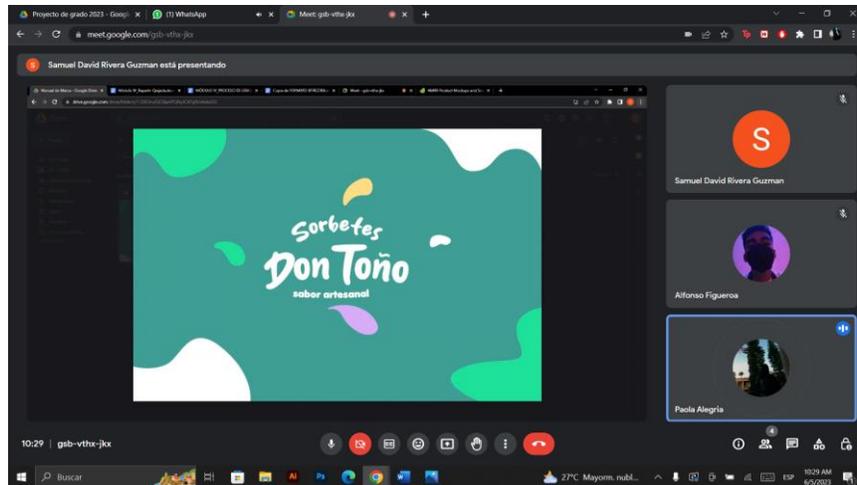


Ilustración 16, Reunión virtual para la intervención del mural. Fuente: Propia



Ilustración 17, Montaje de la propuesta para la intervención del mural. Fuente: Elaboración propia.

Presentamos el montaje a las encargadas del negocio y le pareció para la intervención de su local; lo que dificultó para llevarlo a cabo, es la falta del material que se había requerido a la Alcaldía Municipal, dejando a un lado el compromiso de la institución que nos apoyo en el proyecto (descrito en profundidad en el apartado 3.2.2.), por lo que se resolvió de otra manera, llegando a la idea como equipo gestor en crear publicidad con la marca y cómo difundirse en las redes sociales.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Creando así, después del tiempo de espera por el material, la toma de fotos del producto de sorbete artesanal, y brindando la identidad gráfica con el logo establecido y disposición en la imagen; permitiendo así, un estilo fotográfico. Pasando a la elaboración de mockups en productos como: uniforme identificable, gorra, letrero de publicidad y la fachada para adquirir la atención del cliente. Terminando con las imágenes de difusión en redes sociales, como el diseño del menú con sus nombres creativos, las formas de mostrar el producto en las plataformas y las nuevas envolturas en los vasos del sorbete artesanal.



Ilustración 18 Menú del producto. Fuente: Elaboración propia.



Ilustración 19, Letrero del logo en el local: mockup. Fuente: Elaboración propia.

4.1.5. Etapa 5, Finalización y evaluación de resultados

Al dar finalizado el proyecto, se mostraron los resultados a las encargadas del negocio de Sorbetería Don Toño, donde apreciaron cada parte y observaron que los cambios dados a la marca han sido de beneficio en su establecimiento, permitiendo que la visión sea mejorada y sus ideales ahora estén arraigados en la identidad que se mueve con la comunidad. Condicionando a sus movimientos de manera estratégica y posicionándose con mayor fuerza en la localidad, al ser un producto artesanal generacional donde la historia de su creación sea tomada en cuenta por las herramientas adquiridas; tanto de conocimiento como digitales.

Como equipo gestor, hablando de los resultados obtenidos y observando la confianza que ganó el negocio conforme fue avanzando en las etapas desarrolladas, impulsando ahora el carácter y profesionalismo de las encargadas para seguir mejorando en su entorno y aumentando el consumo del producto artesanal.

Trabajando así, como equipo las partes faltantes del documento, culminando así el proyecto del “rediseño de identidad gráfica de la Sorbetería Don Toño” con la información presentada, agregando las imágenes y detalles que harán parte del seguimiento del proyecto para otras generaciones.

4.2. EVALUACIÓN DE RESULTADOS

4.2.1. Etapa 1, Preparatoria

El realizar un trabajo de campo para evaluar los negocios, artesanos y emprendedores locales, ayudo a facilitar la apreciación de las necesidades, y el camino a llevar con las ideas para el proyecto a iniciar. Permitiendo el lazo de comunicación de manera efectiva con la institución que apoyaría el proyecto, en este caso la Alcaldía Municipal de San José Guayabal, y luego el buen acercamiento a las encargadas del negocio de Sorbetería Don Toño; que, escuchando parte de su historia, se desarrollo los objetivos del proyecto colocando las estrategias y

métodos para lograrlo. De manera que, en la creación de la propuesta se llegó a un acuerdo entre el equipo gestor para la planificación de tiempo, gestión de actividades e investigación del entorno, enfocándose en la identidad gráfica y el mejoramiento que se obtuvo.

Los resultados obtenidos son el reflejo de la organización bien ejecutada, así como de la capacidad de resolver problemas e inconvenientes según surgieron con el tiempo, y el excelente ambiente de trabajo en equipo.

4.2.2. Etapa 2, Propuesta del proyecto

Con la investigación bibliográfica del equipo gestor, se lograron identificar las problemáticas del proyecto en el contexto socioeconómico y cultural en el que se mueve el negocio local en el municipio de San José Guayabal; contando ahora con una imagen gráfica que permite posicionarse geográficamente al ser la única sorbetería de productor artesanales con establecimiento, aprovechando este recurso para el impulso del crecimiento, resaltando así los elementos identitarios y renovándose en su totalidad.

La comunicación y el diálogo fue muy asertivo para el desarrollo del proyecto, de parte de los gestores hacia las encargadas del negocio local, aprovechando las oportunidades para poner en práctica sus conocimientos con las actividades gestionadas; mejorando la marca como requerimiento.

4.2.3. Etapa 3, Gestión de recursos

En un comienzo se recibió un apoyo de la institución de la Alcaldía Municipal para la realización de las sesiones de taller, brindando la Casa de la Juventud como lugar de reuniones y capacitación. Pero, en la parte donde se debió recibir material pictórico para la intervención de mural, hubo falta de ese recurso y no dieron mayor respuesta para alguna modificación.

Por lo que esa parte, al evaluar los resultados en este apartado, no estuvo del todo correcto de lado de la institución involucrada; aún así, se logró llegar a acuerdos con las encargadas del negocio local para los cambios requeridos para dar una entrega correcta de servicio en el proyecto, y así, recibieron una guía en la difusión de publicidad con imágenes ya creadas por nuestro equipo gestor.

4.2.4. Etapa 4, Ejecución del contenido

La planificación de las actividades, el tiempo, llegada y reuniones con el equipo gestor; dio un buen trabajo en equipo para el desarrollo del proyecto, tomando partido a las áreas de conocimiento en diseño gráfico y pintura.

Las sesiones de taller, fue muy bien recibida por parte de las encargadas del negocio, al presentarse los contenidos y aplicaciones, se permitió un intercambio de opiniones e ideas en mejora de la marca para el posicionamiento y la manera de ser percibidos en el municipio. A pesar de las dificultades en el espacio, se logró tomar alternativas y las personas encargadas del negocio brindaron su hogar para el seguimiento del taller.

Pasando en la creación de manual de marca, al socializar con las encargadas fue muy factible la recopilación de ideas para la identidad gráfica de los Sorbetes Don Toño, llegando a un buen acuerdo en la elaboración de las propuestas del manual, presentando los resultados y pasando a que eligieran las encargadas el más adecuado para su negocio.

Permitiéndose así, un buen trabajo en equipo en las decisiones tomadas para las propuestas de la intervención del mural, conversando las ideas para los bocetos y presentación de la marca en el municipio, obteniendo una conexión amigable entre los gestores del proyecto y las encargadas del negocio local.

Al no poder realizarse, se llegó a la idea de creación de imágenes publicitarias, haciendo una difusión digital exhaustiva para el proceso de la marca en el que ahora serán partes de la renovación y cambios en crecimiento.

4.2.5. Etapa 5, Finalización y evaluación de resultados

El proyecto del rediseño de identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales generó buenas estrategias para la promoción del desarrollo del negocio local con las nuevas herramientas digitales y conocimientos, generando un aumento de interés en el mejoramiento de la identidad visual de la marca propia.

Aportando muchas características de beneficios para proyectar un negocio de producto artesanal con relación a la cultura de su contexto, visibilizando la práctica a partir de diversas estrategias de branding, considerando estos factores de mucha importancia, destacando lo que se ha realizado.

Asegurándose que el proyecto cumplió con los objetivos propuestos desde el inicio del proyecto, gracias a la buena planificación estratégica y adecuada que se realizó por parte de un trabajo en equipo muy productivo, como eficaz.

El proyecto se suma como referente dentro de la escuela de Artes de la Universidad de El Salvador, en temas de desarrollo de una identidad gráfica y lograr potenciar los elementos importantes de la marca, posicionándose en el lugar correspondiente, redes sociales y segmentación de público.

El éxito del proyecto se debe a lo anteriormente expuesto, a toda su organización, empeño, ejecución y evaluación, así como la dedicación de los miembros del equipo de trabajo.

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO

5.1. CONCLUSIONES

Los negocios locales de artesanos de San José Guayabal carecen de una identidad propia que los ayude a tener una mejor visualización de sus productos, pero que aportan un valor cultural muy importante al municipio y con la coordinación adecuada logran adecuarse a las nuevas formas de marketing.

Los talleres informativos sobre la identidad de marca a los encargados del negocio local de sorbetes en San José Guayabal logro una buena utilización de las redes sociales y que se creara una nueva imagen que representara sus productos y a la misma vez resaltara la cultura del municipio.

Ha permitido la recuperación de los elementos identitarios, las estrategias ejecutadas en los cambios del logo, uso de tipografías, paleta de colores adecuada, entre otros. Involucrando al emprendimiento en un crecimiento por medio de la renovación de su marca.

La relevancia de posicionar una tradición artesanal contiene un valor agregado de trascendencia e identidad para un grupo destacando las características que aportan estas cualidades para conformar las tradiciones, significado que fue otorgado a la producción de sorbete artesanal Don Toño en el municipio de San José Guayabal, estrategia realizada a través de la orientación y ejecución de un proyecto adecuado a las necesidades de posicionamiento de un negocio local.

Lográndose que las encargadas del negocio recibieran su manual de marca, ser parte de la creación, saber desarrollar la implementación de sus ideas en la ejecución del diseño, decidiendo los elementos visuales del negocio que comunica los aspectos culturales en la línea gráfica, el mensaje que quieren mostrar en el municipio, los colores que se adecua para su marca, siendo parte del interés en su propia identidad gráfica.

El proyecto destaca en la importancia de orientar una ejecución de conocimientos basada en disponer de múltiples ventajas para informar al grupo local y difundir su producción artesanal como un referente identitario del municipio, dotando de elementos alusivos del municipio agregando el valor cultural para generar un impacto visual y creativo en el imaginario de los habitantes y visitantes al municipio.

5.2. CONTINUIDAD DEL PROYECTO

El proyecto de rediseño de la línea gráfica de sorbetes artesanales “Don Toño” mantiene continuidad dentro del imaginario del municipio como un negocio local de producción artesanal, al establecerse en el entorno del municipio como una actividad que refleja una tradición que ha sido heredada de generación en generación, visibilizando la permanencia de esta dinámica y su relación con un elemento característico de su ubicación. Generando este vínculo para potenciar el valor asignado a esta tradición haciendo uso de las capacidades y conocimientos gráficos que son primordiales para garantizar la continuidad del proyecto.

Destacamos el contenido desarrollado en las sesiones para la preparación del grupo en base a los elementos que conforman de manera completa la optimización del negocio local, haciendo énfasis en lo desarrollado para la construcción del manual de marca de Sorbetes “Don Toño”, el primer paso establece lo primordial para la continuidad de la marca, contar con una imagen representativa dentro del mercado es un avance trascendental continuando con la elaboración de la línea gráfica que simboliza la visibilización de la tradición manteniendo relación con su posicionamiento lo cual es significado de la permanencia que esta imagen puede tener en el público por medio de tipografías, colores, formas y elementos.

La visibilización y posicionamiento del negocio se debe de mantener a través del uso de las redes sociales, herramienta principal de difusión y posicionamiento de la producción del sorbete artesanal “Don Toño”. La orientación asignada al grupo sobre el estilo fotográfico, uso de elementos gráficos y componentes del manual de

marca facilitarán la creación de contenido para mantener interacción con el público objetivo, continuando de esta manera con el planteamiento principal del proyecto a través de la implementación del recurso creado para el negocio local.

El desarrollo y ejecución del proyecto puede también ser aplicado a diferentes tradiciones adaptando el contenido desarrollado para lograr su posicionamiento y difusión, demostrando la versatilidad de este planteamiento que genera variedad de ventajas para visibilizar tradiciones que cuentan con un gran potencial dentro de los municipios otorgando características de valor cultural e identitarias a través de elementos característicos que conforman el entorno en el cual se realizan estas actividades.

VI. RECOMENDACIONES

A partir de la investigación y la serie de actividades que se llevaron a cabo en el proyecto de gestión cultural “Rediseño de la Identidad Gráfica del negocio local de Sorbetes Artesanales, de la Ciudad de San José Guayabal, en el año 2023”, se hacen las siguientes recomendaciones:

Apoyar los negocios locales de artesanos que proporcionan un valor cultural a los municipios, para que estos se puedan seguir manteniendo en pie por el resto de los años y tengan que cerrar sus puertas y de esta manera puedan seguir dándole una mejor identidad a los municipios en los que se encuentran.

Utilizar las herramientas digitales como un medio para ofrecer los productos a personas del municipio como a personas de afuera para poder tener un público más extenso y los negocios locales tengan una mejor accesibilidad a la hora de adquirir uno de sus productos.

Promover y visibilizar este tipo de producciones artesanales que son referentes de los municipios identificando las diferentes actividades que se realizan y son parte de la dinámica tradicional que disponen los habitantes a través de la práctica, permanencia y ejecución. El objetivo es mostrar la trascendencia generacional y su relevancia en el entorno donde se desarrolla.

Genera un buen ambiente de trabajo en donde tanto los gestores del proyecto como los interesados puedan tener una comunicación con toda la comunidad posible, planificando así los temas de mayor interés.

Dar seguimiento a este tipo de proyectos, donde se pueda elegir la recuperación de una identidad gráfica de negocios locales existentes, mejorando y renovando su marca para la exteriorización, abonando así, una mayor destreza en los campos de conocimiento con sus productos artesanales.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, G. (2018). La importancia del rescate cultural. Recuperado de <https://www.periodicomensaje.com/cultura/3216-la-importancia-del-rescate-cultural>
- Ballesta, Daniel. (2015). *Proyecto de Identidad para una marca*. Proceso de grado. Universidad Politécnica de Valencia, pág 7.
- Concepto, (2021). *Identidad cultural*. Recuperado de: <https://concepto.de/identidad-cultural/>
- Córdova, Rodrigo. (2016). ¿Qué es la imagen gráfica de identidad?. Recuperado de: <https://www.paredro.com/que-es-la-imagen-grafica-de-identidad/>
- Corrales, Juan. (2021). *Guía del posicionamiento de marca*. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/posicionamiento-de-marca/>
- Estévez, Fabiana (2021). ¿Qué es un rediseño de identidad visual?. Recuperado de: <https://www.fabianaestevez.com/que-es-redisen-de-identidad-visual-o-restyling/#:~:text=Llevar%20a%20cabo%20el%20redise%C3%B1o,transmitir%20otros%20valores%20y%20filosof%C3%ADa.>
- García, María (2016). *Fundamentación y objetivos de un proyecto*. Recuperado de https://www.academia.edu/8887467/Fundamentaci%C3%B3n_y_Ojetivos_de_un_Proyecto

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Rodríguez, Ceiling (2018). *Importancia de la fundamentación teórica en un proceso de investigación científica*. Recuperado de <https://eduvirtual.cuc.edu.co/moodle/mod/forum/discuss.php?d=175639>

Luzardo, Alejandra (2017). *Las industrias culturales pueden fortalecer*. Recuperado de: <https://nuso.org/articulo/las-industrias-culturales-y-la-economia-naranja-pueden-fortalecer-el-rol-de-america-latina-en-el-mundo/>

Tempone, (2021). *¿Qué es la identidad gráfica y que tiene que saber un profesional del branding?* Recuperado de <https://www.domestika.org/es/blog/6226-que-es-la-identidad-grafica-y-que-tiene-que-saber-un-profesional-del-branding>

ANEXOS

ANEXO 1. DIAGNÓSTICO

Diagnóstico

a) Como primera dificultad que encontramos para realizar el proyecto es la distancia que recorreremos para llegar a la comunidad del emprendimiento beneficiado con el branding del procedimiento artesanal de su negocio, la ubicación de la ciudad de San José Guayabal está retirada para dos miembros del equipo.

b) Decidimos abordar a través de un compañero que vive en la localidad, siendo el contacto para la gestión del proyecto por medio de la comunicación con el negocio de sorbetes artesanales de la zona céntrica de la ciudad. También se abordará la comunicación por otros medios como: whatsapp, correos, etc. De esta manera la distancia no será un impedimento que pueda afectar el proceso de branding con los beneficiarios del proyecto.

a) Otro problema que puede perjudicar el desarrollo del proyecto es la gestión de materiales pictóricos para la intervención del espacio, estos elementos deben de ser acorde e identitarios de la tradición de generación a generación, la intención es captar las ideas de los dueños para producir logos, patrones, paleta de colores, etc.

b) La limitación de materiales básicos debido a atrasos con pintura puede existir y para evitar este inconveniente se realizó un listado de herramientas prácticas fundamentales que deben de proveer para la intervención, estas han sido solicitadas con anticipo para no presentar ningún impedimento al momento de plasmar la identidad gráfica.

a) El compromiso de los dueños para dar un seguimiento al desarrollo de los procesos de producción local es fundamental pero también puede presentarse la situación donde se puedan retirar sin previo aviso del proyecto, por eso la comunicación es clave con la familia para hacerles conciencia sobre el impacto de su tradición artesanal, realizando actividades que benefician a la comunidad.

b) Como solución debemos de visualizar sobre la difusión de su producción de frutos en redes sociales para alcanzar un mayor impacto proyectado para un futuro su servicio en la localidad, construir una imagen y como esta se percibe de manera identitaria en el lugar, la comunicación debe de ser primordial para concretar el proyecto de la manera más eficaz.

a) Los horarios para el intercambio de ideas y mostrar avances de la línea gráfica es también un problema que como grupo hemos identificado, debido a la variedad de ocupaciones que pueden tener los dueños, se debe evitar interrumpir sus actividades diarias.

b) Por eso se planificó un horario de atención acorde al servicio que prestan evitando ocasionar atrasos en su emprendimiento y en el desarrollo del proyecto, estableciendo

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

enlaces de comunicación que serán estratégicos para utilizar el tiempo de manera óptima presentando resultados a partir del intercambio de ideas.

a) El medio de transporte puede ser un problema que dificulte el desarrollo del proyecto afectando las reuniones con los dueños o las intervenciones de los espacios.

b) Un medio de solución para no retrasar las reuniones de intercambio de ideas sobre la línea gráfica es crear reuniones virtuales que servirán de apoyo para concretar las actividades planificadas, de igual forma se buscarán medios para transportarse a la ubicación.

Realizándose en el sector de San José Guayaba, un municipio del departamento de Cuscatlán en El Salvador. Limita al norte y al este con Suchitoto y Oratorio de Concepción, al sur con San Martín, al oeste con Guazapa y Tonacatepeque.

Tomando en cuenta el negocio de sorbetes artesanales que se encuentra en la Primera Calle Oriente, Barrio El Calvario; alrededor de la plaza central de la ciudad.

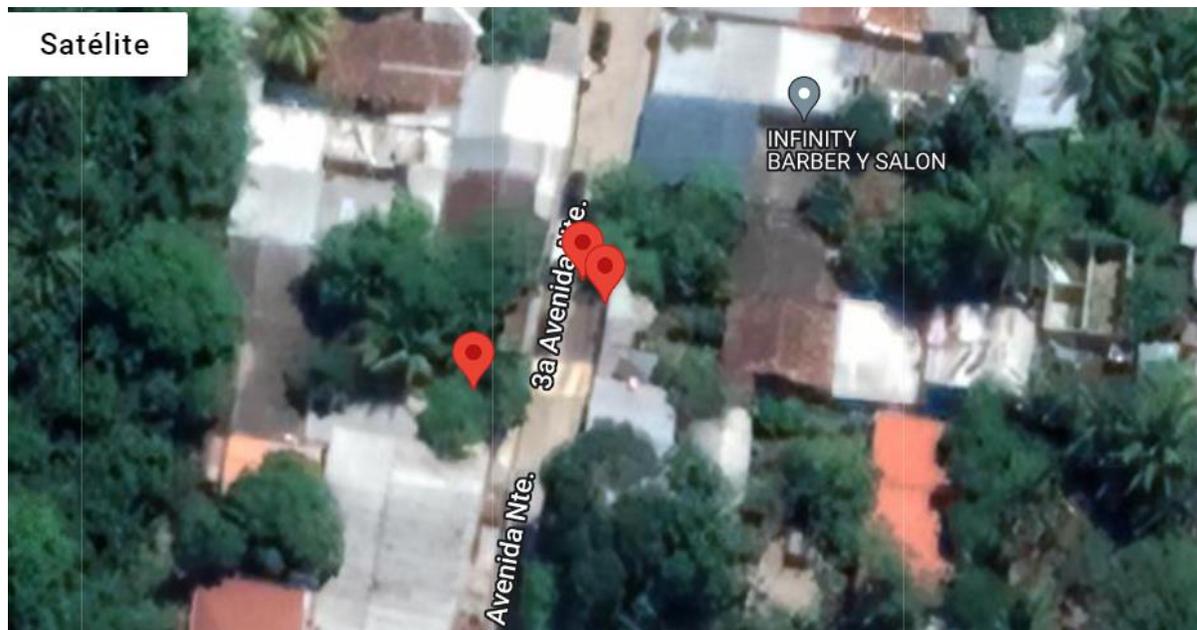


Ilustración 20. Mapeo Casa de la Juventud, municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán.

Alrededor del Parque Central. Referencia de: Google maps, place, San José Guayabal.

En el municipio se está originando una gran cantidad de micro emprendedores, que necesitan conocimiento de cómo poseer una buena identidad de marca y como promocionarse en el entorno.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Como principales beneficiarios de este proyecto, se determinó a la familia encargada del negocio de Sorbetes Don Toño, quienes elaboran y distribuyen el producto de la ciudad de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán; con intereses de mejorar su identidad visual y desarrollar una capacidad para promocionar su negocio a través de los medios digitales.

El proyecto se realizará bajo el apoyo de la alcaldía municipal de San José Guayabal, que ayudará con la gestión de los recursos para la elaboración del mural en el establecimiento. De manera, que se contará con el negocio local de sorbetes artesanales para mejorar o crear de cero su identidad visual, además de que nos proporcionen el área para plasmar su logo.

En el proceso de ejecución del proyecto, se trabajará con dos áreas del arte, las cuales serían el diseño gráfico y la pintura.

El área de diseño gráfico se empleará en la creación de una identidad gráfica que incluirá la construcción de logo, tipografías, variantes en negativo y la utilización de mockup para ver plasmado sus logos en artículos y de esta manera tener un mayor posicionamiento.

El área de pintura se utilizará en la creación de un pequeño mural de su logo en el establecimiento y la selección de una paleta de colores adecuada a los productos que ofrecen.

En el transcurso del proyecto puede darse algunos inconvenientes para su desarrollo, como lo es el tiempo de la familia, ya que, por el cargo al tener varias ocupaciones, llegaría a afectar el no estar presente en cierta reunión; por lo cual, se hará lo posible de brindar un horario accesible y breve.

Además de alguna dificultad con la posibilidad de un espacio óptimo propiciado para las reuniones, permitiendo un lugar cercano para los negociantes. De lo cual, se estará hablando con la Alcaldía por si se da un cambio de salón.

Los recursos como pintura, brochas, entre otros; que puedan alcanzar para el negocio previsto en la creación del pequeño mural en su instalación, llevando un buen control con el material brindado y estar pendientes por si hace falta.

También, atentos a una desventaja en llegar a un acuerdo en conjunto de los diseños creados por los encargados del proyecto a partir de las ideas de los dueños, ya que deben acoplarse a los beneficiarios, por lo cual, es importante dar un ambiente cómodo para ambas partes y no tener desfavorable el resultado de la proyección continua de sus negocios.

ANEXO 2. PROTOCOLO

1. TÍTULO

REDISEÑO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DEL NEGOCIO LOCAL DE SORBETES ARTESANALES, DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ GUAYABAL, EN EL AÑO 2023.

2. ELEMENTOS CONTEXTUALES.

a. Destinatarios/Usuarios/Beneficiarios/Público.

El proyecto consiste en el enriquecimiento cultural en la ciudad de San José Guayabal, fortaleciendo la producción local del sorbete artesanal, a través del único negocio de sorbetes que los produce con las recetas de productos locales y que han heredado la tradición en la familia oriundas de la zona, por varias generaciones.

Los sorbetes que esta familia produce son elaborados en su propio hogar, donde tienen un sector dedicado a la elaboración y otro a la venta, su mayor fuente de ventas son los estudiantes del instituto Nacional que está ubicado frente a ellos y los habitantes de zonas aledañas que son consumidores regulares.

La población beneficiaria directa es en principio Sorbetes Don Toño, quienes elaboran y distribuyen el producto; en segundo lugar, los consumidores que en general son estudiantes de las instituciones cercanas y público general que consume el producto. Como población beneficiaria indirecta, se considera la comunidad de San José Guayabal en totalidad, ya que al posicionar el producto este tener un mayor alcance en la población de la ciudad.

b. Dinámica territorial

La ciudad de San José Guayabal se localiza en el departamento de Cuscatlán en El Salvador. Colinda con San Martín y se encuentra a 24 kilómetros de San Salvador, actualmente el municipio de forma política está gobernado por la alcaldía de ARENA, sus fiestas patronales se celebran del 15 al 20 de diciembre y del 15 de enero al 2 de febrero se celebran en honor a Jesús del Rescate, entre sus lugares turísticos se encuentra el cantón piedra labrada donde se pueden observar petrograbados, el cerro de Guazapa que se puede observar cómo se vivió en el conflicto armado con la visita a los tatúes, y dos turicentros acuáticos uno llamado Agua Caliente y el otro Eco Park.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.



Ilustración 21, Mapeo del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Referencia de: Pagina de Facebook Gobierno Municipal de San José Guayabal

El negocio de sorbetes artesanales se encuentra en la esquina frente al parque central sobre la 1ª calle Ote y la 2ª Avenida Nte.

Como desarrollo económico, dentro de las actividades económicas sobresale la agricultura. Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, caña de azúcar, café, repollo, cebolla, tomate y otras plantas hortenses. Existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular, así como de aves de corral.

Es una ciudad pequeña con pocos negocios locales de artesanos en cualquier rama, por esta razón se quiere apoyar a uno de los negocios que ha permanecido en pie por muchos años, con el fin de fortalecer la riqueza cultural de la zona, pues la producción artesanal es uno de los rubros que poseen mayor interés en las ciudades que buscan su crecimiento social, económico y cultural.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.



Ilustración 22 Ubicación de negocio en mapeo del municipio de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Referencia de: Pagina de Facebook Gobierno Municipal de San José Guayabal

c. Dinámica sectorial

En relación a lo cultural, la ciudad de San José Guayabal, no cuenta con una iniciativa que apoye la producción artesanal, por esta razón la cantidad de artesanos que se encuentran en el municipio es muy pequeña, la sorbetería de Don Toño es uno de los negocios locales que ha permanecido en San José Guayabal.

Los Sorbetes de Don Toño fue creada en 1965 y ha pasado por tres generaciones hasta el día de ahora, la elaboración de sus sorbetes sigue siendo la misma desde su creación, cuentan con una variedad de sabores entre los que se encuentran de fresa, uva, café, coco, chocolate y el sabor a guayaba que es una fruta patrimonio cultural del municipio

El mayor problema de este es que no cuenta con una imagen propia ni una herramienta para promover sus productos y la cultura de la ciudad, por esto el objetivo principal de este proyecto, es crear una identidad de marca desde cero donde se incluye nombre a su negocio, logo, nombres para sus productos donde puedan resaltar la cultura de la ciudad; así como la elaboración de un mural en el local para que tenga una mejor vistosidad y se puedan resaltar los elementos que los caracterizan como lo son la elaboración artesanal y la utilización de la guayaba.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

De esta manera ayudar a que el negocio tenga un mejor reconocimiento en la ciudad y fuera de ella y de esta manera generar una atracción más en la ciudad y que pueda demostrar la cultura de esta en sus productos y en su elaboración.

Instalaciones y propaganda del negocio



Ilustración 23 Figueroa, Alfonso. 2023. Local de negocio para actualización de identidad gráfica. Fotografía. Ubicado en el Municipio de San José Guayabal, departamento Cuscatlán.



Ilustración 24 Figueroa, Alfonso. 2023. Local de negocio para actualización de identidad gráfica. Fotografía. Ubicado en el Municipio de San José Guayabal, departamento Cuscatlán.

3. DIANÓSTICO

La intención del proyecto es comunicar una tradición generacional de producción de sorbetes artesanales un elemento de consumo que ha formado parte de la cultura local de la ciudad de San José Guayabal en el municipio de Cuscatlán, se puede identificar que esta tradición carece del reconocimiento y exposición transcendental para ser determinada como una actividad identitaria a nivel de localidad

Los problemas del contexto detectados son los siguientes:

- La falta de identidad comunitaria.
- Las pocas o nulas estrategias de difusión cultural de la producción local.
- La carencia de iniciativas de apoyo a la difusión o mejora de la producción artesanal.
- La dificultad de mantener viva una tradición cultural.
- La falta de una imagen identitaria del negocio artesanal y de estrategias de posicionamiento.
- La falta de apoyo especializado en las áreas de difusión e identidad de marca.

Estos elementos traen como consecuencia:

La falta de un posicionamiento y por ende de reconocimiento de las iniciativas artesanales, la poca competitividad que puedan hacer frente a productos similares, pero más comerciales, las dificultades de sostenibilidad del producto, la lentitud en la innovación del producto. Por otra parte, estas problemáticas afectan la riqueza cultural de la producción artesanal con materia prima local, el mantenimiento de la tradición de generación a generación y de sus recetas particulares, la pérdida de valores tradicionales que caracterizan al municipio, entre otros, que dañan la riqueza de la zona.

Considerar que la parte cultural es importante, pero se ve influenciada por diferentes contextos que configuran los intereses del entorno económico o político, transformando así los procesos de producción, siendo esta una problemática a considerar en el desarrollo del proyecto. Al identificar esta circunstancia, la propuesta es generar una nueva percepción de la tradición a través del posicionamiento de la imagen y difusión del mensaje cultural en la localidad, reivindicando su valor y aporte.

Estos diversos factores son responsables de incentivar un proyecto que promueva la exposición y divulgación de los aspectos culturales que caracterizan específicamente esta práctica artesanal de producción del municipio, determinando elementos que componen la construcción de esta tradición a través de los antecedentes estructurales identificados por medio de procesos de investigación utilizados para consolidar el objetivo del proyecto, superando las necesidades o problemáticas del contexto.

La importancia de la intervención es que se está asignando lo cultural a una práctica tradicional, para crear referentes identitarios en la localidad a partir de los sorbetes artesanales.

4. OBJETIVO GENERAL.

Difundir y visibilizar la tradición cultural de producción local del sorbete artesanal en el municipio de San José Guayabal por medio de estrategias de identidad de marca

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar y registrar caracteres culturales locales que construyen la identidad de producción del sorbete artesanal y que representan la riqueza del municipio.
- Establecer estrategias de difusión y posicionamiento de la tradición artesanal de producción de sorbetes, a través de la investigación y producción de elementos gráficos representativos.

- Proponer elementos visuales y que comuniquen aspectos culturales fundamentales del municipio, mediante la creación de una línea gráfica para los Sorbetes de Don Toño.
- Implementar la estrategia de difusión y posicionamiento de producto artesanal a fin de ver los resultados e impacto de la imagen de marca.

6. FUNDAMENTACIÓN

La imagen gráfica de identidad, es la expresión visual y verbal de una marca y engloba 4 conceptos importantes:

1. Expresa
2. Comunica.
3. Sintetiza.
4. Visualiza una marca.

Se señala que: “una representación gráfica mediante la cual puedes transmitir la identidad de la marca y expresar sus valores, metas y aspiraciones. Además, permite resaltar entre los competidores y los potenciales clientes. Se convierte en la prueba tangible de las habilidades blandas que no están expresadas a simple vista”. (Córdova, 2016)

Existen elementos principales para la imagen gráfica, el logotipo es la representación esencial de la empresa o negocio, con el que las personas la identificarán y recordarán en su mente; el diseño de este logotipo debe ser práctico, sencillo y visualmente limpio. Por otra parte, el eslogan debe llamar la atención, transmitir motivación y el objetivo como marca. En ambos, la tipografía debe combinar muy bien con el estilo; considerando una línea de color correcta.

Por tanto, el proyecto se enfoca en el rediseño de identidad gráfica del negocio de “Sorbetes de Don Toño” en la ciudad de San José Guayabal, al ser una producción artesanal en la localidad, la intervención asignará lo cultural a una práctica tradicional, creando referentes identitarios de la elaboración del producto y sus nombres que hagan referencia a la comunidad.

Es necesario, el concretar la identidad cultural de la localidad con el negocio de sorbetes artesanales, el cual se refiere al conjunto de manifestaciones socioculturales (creencias, tradiciones, símbolos, costumbres y valores) que le provee a los individuos pertenecientes a una comunidad un sentido de pertenencia y comunión con sus pares. Se trata de una forma de identificación colectiva, mediante los miembros de un determinado grupo social (entendidos como una cultura) se diferencian de quienes no formen parte del mismo.

Rescatándose la identidad cultural en el municipio, sin embargo, se menciona que “no es algo inmutable, ni fijo, sino que puede cambiar, reformularse y verse influenciada por otras culturas. Este intercambio puede darse de manera amable y pacífica, a través de relaciones

sociales, culturales o comerciales, en las que ambos partícipes intercambian prácticas, formas de pensar y se influyen mutuamente.” (Concepto, 2021)

Para el negocio de Sorbetes Don Toño, la producción artesanal en la familia es una tradición muy cuidada, lo cual debe ser muy bien difundida, llevando esa riqueza cultural de la práctica artesanal en la localidad, utilizando los elementos identitarios de la comunidad.

Como conocimiento, la producción artesanal elabora objetos de forma manual o a través de procesos de producción no industrial que involucran máquinas y herramientas simples con predominio del trabajo físico y mental. En este caso, para el proyecto es mostrar la elaboración de la producción de alimentos con materia prima local, sin utilizar tecnología o procesos industriales, mas bien desde el hogar con las manos de la familia.

Resaltando la utilización del producto local de la Guayaba, y los otros frutos que son parte de los elementos identitarios.

El desarrollo de los gestores en la parte de diseño gráfico, será en la identidad de marca, realizándose una reestructuración y creación de una imagen gráfica bajo el análisis y estudio de investigación. Disponiendo a los beneficiarios a generar una estructuración acorde en sus capacidades, para que su lugar de trabajo siga con sus fundamentos.

Daniel Ballesta, expresa que: “es necesario ser consistente con esta idea única que tenemos que capturar dicha marca. De este modo se gana claridad a la hora de contar su historia y personalidad, y coherencia actuando en consecuencia con sus ideales.” (Ballesta, 2015)

De manera, que se lleva a cabo un posicionamiento de marca, el cual se relaciona con el nivel de ventas, la cuota de mercado, la frecuencia de uso de los productos o servicios, la valoración positiva de los usuarios o consumidores, la solidez y el liderazgo en general. Puede darse el caso, en que el producto sea reconocido por la localidad, pero su posicionamiento nulo.

Al hablarse de posición, trata de construir un lugar claramente definido donde se crea perspectiva asociadas a una característica, siendo de facilidad al cliente la comunicación del producto.

Hay algunos tipos de posicionamiento de marca, los cuales son: Basado en el valor, basado en la calidad, basado en la competencia, basado en los beneficios, basado en problemas y soluciones, basado en precios.

Utilizando para el proyecto, el basado en los beneficios, ya que menciona Juan Andrés Corrales: “a estar muy vinculada a la experiencia del cliente, porque los beneficios siempre son valores agregados y es en la jornada de compra donde estudiamos los mejores momentos para ofrecerlos, desde el momento que entra hasta consumir el producto, expresándose el gusto”. (Corrales, 2021)

Se debe tener presente las diferentes acciones y factores claves para las estrategias, entre ellas están:

- Descubrir las necesidades y preferencias del consumidor
- Analizar la competencia

- Conectar con valores, percepciones y pensamientos
- Conectar con los usuarios a nivel humano
- Agregar valor
- Reforzar cualidades diferenciadoras

Es así, como se hará cambios en la imagen propia, con el uso de tipografías, colores adecuados, revisión del logo, entre otros; para que puedan ejecutar las estrategias de posicionamiento de su marca e involucrarse en el crecimiento de su negocio en otras alternativas.

Considerando importante, la recuperación de los elementos identitarios para la intervención del mural a partir de la información visual y comunicativa, construyéndose desde las técnicas de pintura la memoria colectiva, a una muestra en el establecimiento del negocio donde la comunidad sea parte en la obra de trabajo.

Realizándose una presentación de los frutos, resaltando la Guayaba ya que es un fruto de patrimonio municipal, además de la variedad de nombres para los otros frutos de producto prima; haciendo un recato de lo valioso que se vuelve la práctica tradicional artesanal.

7. DESCRIPCIÓN

El desarrollo del proyecto se enfoca en la elaboración de una identidad gráfica en la producción local del sorbete artesanal de la ciudad de San José Guayabal, a través del único negocio de sorbetes que utilizan recetas de productos locales, llamado Sorbetes Don Toño; visibilizando así, los elementos gráficos identitarios que reflejan a la comunidad. El fundador inicio con la Guayaba como fruto destacado, además de hacer con otros frutos, pasando el ingenio y creación a su familia, heredándose a varias generaciones.

El plazo previsto para la ejecución del proyecto es de 3 a 4 meses, se plantea cinco etapas principales, las cuales serán desarrolladas de forma secuencial y escalonada de acuerdo con los ejes y líneas de acción planteadas con anterioridad. Dentro de cada una de las etapas se determinan las actividades concretas a realizar a fin de obtener los resultados esperados. En primera instancia la Etapa de Preparatoria; segundo, la Etapa de Propuesta del Proyecto; tercero, la Etapa de Gestión de Recursos; cuarto, la Etapa de Ejecución del contenido, y culminando con la Etapa de Finalización y Evaluación de Resultados (el desglose de actividades, así como la estrategia de desarrollo en cada una de las etapas se detalla en la *Ilustración 5*).

De esta manera, se rescatará la historia y tradiciones generacionales en la producción del sorbete artesanal. Realizando un mejoramiento visual y un enriquecimiento cultural en la comunidad mediante los significados de sus servicios locales.

Se desarrollarán actividades complementarias como una presentación de los frutos, especialmente destacando la Guayaba como elemento gráfico fundamental, ya que es patrimonio cultural de la ciudad, los nombres variados de los otros frutos, creando así, una consciencia tradicional artesanal mediante la imagen pictórica que estará en un mural del establecimiento.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Se iniciará con una reunión con la familia encargada de los Sorbetes Don Toño, un diálogo sobre la creación de una imagen con su propia marca, ya que no cuenta con una imagen propia, donde se presentarán avances con variaciones de tipografías, colores y variantes del propio logo para saber sus opiniones y entregarles un trabajo bien estructurado y que sea de su agrado. Esto logrará que el negocio sea atractivo por lo que representan y brindan como producto e imagen.

Se involucrará como institución, la Alcaldía Municipal de San José Guayabal, para brindar los recursos y materiales necesarios para la ejecución del proyecto.

Los principales participantes del proyecto se establecen como promotores y beneficiarios, siendo promotores los estudiantes egresados de Lic. En Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico y opción Pintura; quienes serán los encargados de llevar a cabo cada etapa de acuerdo al planteamiento, mientras que los beneficiarios será la familia quienes elaboran y distribuyen el producto de los Sorbetes Don Toño, al igual que los consumidores y como población beneficiaria indirecta la comunidad de San José Guayabal al posicionar el producto con un mayor alcance.

- Etapas del desarrollo del proyecto:

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.



Ilustración 25, Infografía de las etapas de desarrollo del proyecto. Fuente: elaboración propia.

8. PROPUESTA GENERAL DE EJECUCIÓN

Productos esperados.

El proyecto desarrolla una metodología de actividades con capacitación ejecutada a través de un taller donde se socializa sobre la importancia del desarrollo de identidad gráfica para la difusión y posicionamiento de una marca, realizando la creación de una línea gráfica,

manual de marca que incluye: logo, paleta de colores, tipografías, ilustraciones, menú, fotografías e intervención pictórica del local para la identificación del espacio y la tradición.

Aportes originales del proyecto.

El rediseño o creación de una línea gráfica para la difusión y posicionamiento de prácticas tradicionales como la elaboración de un producto artesanal dentro de un sector proyectan un impacto de visibilización sobre la imagen que se percibe de la localidad, su cultura y una marca. El considerar proyectar más negocios locales con esta iniciativa para identificar las diversas prácticas tradicionales de la localidad es una propuesta de utilidad para la exposición de diversos elementos contextuales, tradicionales y propios del sitio.

Proceso de creación.

El proyecto desarrolla diferentes etapas de intervención en donde se crean procesos para la ejecución planificada de cada actividad, aplicando habilidades de los gestores del proyecto en conjunto con el negocio local que realiza la práctica artesanal dentro de la localidad, realizando sesiones de taller para la interacción del desarrollo de la identidad gráfica en combinación con elementos de la cultura, construcción de identidad y presentación de resultados.

- d) **Los desarrolladores del proyecto** participan en el intercambio de información, ideas y propuestas.
- e) **Diseño gráfico** creación y orientación de línea gráfica (presentación visual).
- f) **Pintura** intervención pictórica del local (con elementos identitarios de la tradición y del negocio local).

Impacto

La expectativa sobre el impacto del proyecto es generar la visibilización de este proceso de tradición artesanal brindando diferentes herramientas de divulgación sobre la práctica de elaboración de sorbetes artesanales, identificando como parte de la cultura local la creación y manifestación de este producto a partir de elementos visuales y aspectos que comuniquen elementos culturales fundamentales del municipio.

El impacto de esta práctica facilita la identidad de la localidad a partir del posicionamiento de una tradición generando una imagen identitaria por medio del negocio artesanal convirtiéndose en un referente del municipio que lograra posicionarse para los propios y visitantes.

Creadores que participan en el proyecto

Para el desarrollo del proyecto se hacen partícipes los estudiantes egresados de la licenciatura en Artes Plásticas opción Pintura y Diseño Gráfico, quienes conforman el

grupo de investigación y ejecución de la gestión cultural del rediseño de la identidad gráfica, difusión y visibilización del negocio local de sorbetes artesanales.

El negocio local Sorbetes de Don Toño mantiene la práctica, dirigiendo la ejecución del proyecto en beneficio de su tradición y también hacia los habitantes del municipio de San José Guayabal quienes están presentes en la dinámica de identidad local.

El papel de apoyo que desempeña La Alcaldía de San José Guayabal para la ejecución de actividades como: reuniones locales, facilitación de herramientas, materiales, etc. Son algunas áreas que comprende su participación para el desarrollo del proyecto.

9. ACTIVIDADES Y TAREAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS

N°	ETAPAS	ACTIVIDADES	RESULTADOS
1	Preparatoria (4 de marzo a 31 de marzo)	Solicitud para la realización del proyecto. Reunión con la institución involucrada. Reunión con el negocio local.	Concretar la realización del proyecto.
2	Propuesta del proyecto (1 de abril a 29 de abril)	Investigación bibliográfica. Crear propuestas de una línea gráfica nueva.	Construcción de un plan para orientar el proyecto a los objetivos planteados.
3	Gestión de recursos (8 de mayo a 22 de mayo)	Solicitud para los materiales y recursos. Asignación de espacio para las reuniones con el negocio.	Tener un mejor flujo de trabajo donde no se tenga ningún contratiempo por la falta de recursos.
4	Ejecución del contenido (15 de mayo a 16 de junio)	Elaboración de línea Gráfica Intervención pictórica en el local.	Restablecer una imagen gráfica donde promueva la cultura del municipio y presente las cualidades del negocio.
5	Finalización y evaluación de resultados (26 de junio a 23 de septiembre)	Presentación de los resultados.	Posicionar al negocio y al municipio a través de una nueva estrategia que resalta la cultura del municipio y así mismo la historia de los artesanos.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Actividades	Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	Semana				Semana				Semana				Semana				Semana				Semana							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elección del tema del proyecto																												
Reuniones de trabajo																												
Acciones de seguimiento																												
Contacto con la Alcaldía Municipal de San José Guayabal																												
Reunión con María Josefina Rivera																												
Elaboración de protocolo de investigación																												
Presentación del proyecto al negocio local Sorbetes de Don Toño																												
Solicitud de recursos y materiales																												
Asignación de espacio para las reuniones con el negocio																												
Socialización con el negocio e intercambio de propuestas a partir de las sesiones de taller																												
Primer avance y segundo avance de manual de marca; presentación.																												
Propuestas de la intervención pictórica del mural																												
Tiempo de espera a la entrega de materiales para el mural.																												
Realización de publicidad de la marca.																												
Entrega de resultados del proyecto																												
Análisis de resultados																												
Entrega de documento final																												

11. RECURSOS

Se detallan en el cuadro que sigue los recursos previstos arpa el desarrollo del proyecto:

Recursos	Tipo	Descripción
Humanos	Institución involucrada: Alcaldía Municipal de San José Guayabal	Lic. María Josefina Rivera Alcaldía municipal San José Guayabal
	Gestores del Proyecto	Tres integrantes del grupo de investigación, como organizadores y gestores del proyecto.
	Beneficiarios	Sorbetes Don Toño Negocio local de sorbetes artesanales en la ciudad de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán. Consumidores del producto.
Materiales	Materiales para taller	Set de pinceles
		Caja de lápiz
		Páginas de papel bond
		Borrador
		Lápices de colores
		Acrílicos
		Cañón
	Computadora	
	Intervención pictórica	Brochas
		Pinceles
Medio galón tres colores primarios		
Tirro		
Financieros	Propios	Alimentación de los gestores del proyecto
		Transporte para 2 gestores del proyecto
		Imprevistos
Tecnológico o técnicos	Propios	Computadoras
		Ipad
		Cámara Canon T6
		Conexión a Internet
	Institucionales	Proyector

12. PRESUPUESTO

Para todo proyecto, se prevé un presupuesto de ejecución con el fin de realizar las gestiones necesarias previamente y garantiza el éxito de las actividades, por ello, a continuación, se detalla el previsto en este documento:

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
ADMINISTRACIÓN			
Internet	2 meses	\$38.00 \$35.00 \$30.00	\$206.00
Luz	2 meses	\$30.00 \$15.00 \$20.00	\$130.00
Subtotal \$336.00			
OPERACIÓN			
Adobe Illustrator	2 meses	\$20.99 mensual	\$41.98
Adobe Photoshop	2 meses	\$20.99 mensual	\$41.98
Subtotal \$83.96			
INSUMOS ARTÍSTICOS			
Set de pinceles	2	\$2.50	\$5.00
Caja de lápiz	1	\$3.00	\$3.00
Páginas de papel bond	25	\$0.50	\$1.00
Borradores	3	\$0.85	\$2.55
Lápices de colores	1	\$6.95	\$6.95
Acrílicos	1	\$12.00	\$12.00
Brochas de 2 pulgadas	3	\$1.10	\$3.30
Bochas de 3 pulgadas	3	\$0.72	\$2.16
Bochas de 4 pulgadas	3	\$2.50	\$7.50
Medio galón de color amarillo	1	\$25.00	\$25.00
Medio galón de color rojo	1	\$25.00	\$25.00
Medio galón de color azul	1	\$25.00	\$25.00
Subtotal \$118.46			
DIFUSIÓN			
Intervención pictórica	1	\$12.50 x m ²	5 m ² \$62.50
Manual de marca	1	\$250.00	\$250.00
Subtotal \$312.50			
MOVILIZACIÓN			

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Transporte para 2 gestores	2 meses	\$2.50 x día (c/u) \$5.00 x semana (c/u)	8 semanas \$40.00 c/u \$80.00
Subtotal \$80.00			
EQUIPAMIENTO			
Computadoras	3	\$950.00	\$2,850.00
Ipad	1	\$600.00	\$600.00
Teléfonos	3	\$175.00	\$525.00
Proyector	1	\$350.00	\$350.00
Cámara Canon T6	1	\$450.00	\$450.00
Subtotal \$4,775.00			
Total, sin imprevistos \$5,705.92			
IMPREVISTOS			
10%			\$570.592
Total: \$6,276.512			

ANEXO 3. OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
"EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL"
MODULO III. PROYECTOS CULTURALES ARTÍSTICOS



OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA

Fecha de presentación: 20 de mayo de 2023

Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación (Proyecto):

REDISEÑO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DEL NEGOCIO LOCAL DE SORBETES
ARTESANALES, DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ GUAYABAL, EN EL AÑO 2023.

I. **IDENTIFICACIÓN**

Nombre de Ofertantes

Número de carnet:

Linda Paola Alegría Campos

AC18009

Alfonso Ernesto Figueroa Rivera

FR18016

Samuel David Rivera Guzmán

RG16983

II. OFERTA TÉCNICA

1. NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DE LA(S) INSTITUCIONES(S):

NOMBRE DE LA(S) INSTITUCIÓN(ES):

Alcaldía Municipal de San José Guayabal

DESCRIPCIÓN DE LA(S) INSTITUCIÓN(ES):

La Alcaldía Municipal de San José Guayabal ubicada sobre la primera Calle Oriente, Barrio El Calvario, San José Guayabal en el Departamento de Cuscatlán brindando un servicio de atención de lunes a viernes de 8:00 am a 4:00 pm. Es la institución encargada de administrar los asuntos municipales y prestar los servicios públicos que determina la ley, además está en función de promover la participación ciudadana en relación con su aspecto social y cultural del municipio.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general de la asistencia técnica/capacitación:

Visibilizar la tradición cultural de producción local del sorbete artesanal en el municipio de San José Guayabal por medio de estrategias de identidad de marca.

2.2. Objetivos específicos:

- Identificar caracteres culturales locales que construyen la identidad de producción del sorbete artesanal y que representan la riqueza del municipio.
- Establecer estrategias de difusión y posicionamiento de la tradición artesanal de producción de sorbetes, a través de la investigación y producción de elementos gráficos representativos.
- Proponer elementos visuales y que comuniquen aspectos culturales fundamentales del municipio, mediante la creación de una línea gráfica para los Sorbetes de Don Toño.
- Implementar la estrategia de difusión y posicionamiento de producto artesanal a fin de ver los resultados e impacto de la imagen de marca.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

El proyecto se inició con el acercamiento a la sorbetería para platicar con los encargados e identificar cuáles son las debilidades sobre marketing con las que cuenta el negocio. Al tener identificados la falta de una imagen propia y una forma de promover sus productos se planteó la ejecución de tres actividades la elaboración de un manual de marca desde cero, la elaboración de publicidad y enseñar cual es la importancia del branding en su negocio.

Para la elaboración de la identidad de su marca se planea hacer un manual de marca con su logo, paleta de colores, tipografías, variantes en positivo y negativo y como puede ser utilizados en sus productos para que de esta manera la encargada del negocio pueda elegir entre las dos propuestas que serán presentadas.

La segunda etapa del proyecto iba a comenzar con la elaboración del mural, presentando la propuesta de lo que se pretende realizar donde puedan resaltarse las cualidades de sus productos y hacer presencia de la cultura del municipio. Pero, al presentarse inconveniente para su realización, se evaluó en crear publicidad donde el negocio de los sorbetes artesanales termine con una identidad grafica propia y que puedan tener una mejor presencia en el mercado, así mismo ayudando a la cultura del municipio con sus productos artesanales. Al tener su propia identidad se realizará una charla para explicar cómo pueden utilizar las herramientas que se les han sido proporcionadas y cuál es la importancia de ellas en su negocio para que tengan un resultado positivo de la realización de este proyecto.

Trabajando el 35% de tiempo en la asistencia técnica con las sesiones de taller, charlas y la elaboración del mural. Realizando las presentaciones del material didáctico, la creación del manual de marca y otros, un tiempo del 65% en trabajo de oficina.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN:

- a) Producto(s)
- b) Taller informativo para el negocio de Sorbetes Don Toño sobre la importancia y uso del branding.
- c) Creación de manual de marca.

- d) Difusión y posicionamiento sobre la práctica de elaboración de sorbetes artesanales.
- e) Imágenes publicitarias, facilitando la identidad de la localidad.
- f) Documento de informe final.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

Plazo de ejecución 6 semanas a partir de la firma del contrato.

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS¹

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	EN SEMANAS						HORAS TOTALES
	1	2	3	4	5	6	
Taller informativo sobre branding	7	7					14
Creación de manual de marca			10	10			20
Creación de propuestas y publicidad					8	8	16
Documento final						4	4
TOTALES	7	7	10	10	8	12	54

III. OFERTA ECONÓMICA

1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Detalle	Dólares	%
Costo de la asistencia técnica	\$583.20	90%
Impuestos	\$64.80	10%
	\$648.00	100%

¹ En el caso de capacitación se deberá agregar como anexo la carta didáctica.

2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 54 horas efectivas en un plazo no mayor a 6 semanas contabilizadas a partir de la firma del contrato.

3. PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACTIVIDADES

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	No. DE HORAS CONSULTOR			COSTO
	Empresa	Oficina	Total	
Taller informativo sobre branding	6	8	14	\$168.00
Creación de manual de marca	5	15	20	\$240.00
Creación de propuestas y publicidad	8	8	16	\$192.00
Documento final		4	4	\$48.00
TOTAL	19	35	54	\$648.00

4. PERSONAL ASIGNADO

ACTIVIDAD	Consultor asignado	Funciones en el Proyecto	Horas Consultor Comprometidas	COSTO
Taller informativo sobre branding	Paola Alegría Alfonso Figueroa David Rivera	Consultor	14	\$168.00
Creación de manual de marca		Consultor	20	\$240.00
Creación de propuestas y publicidad		Consultor	16	\$192.00
Documento final		Consultor	4	\$48.00
Total			54	\$648.00

Nombres de ofertantes.

Linda Paola Alegría Campos

Estudiante

Alfonso Ernesto Figueroa Rivera

Estudiante

Samuel David Rivera Guzmán

Estudiante



LINDA PAOLA ALEGRÍA CAMPOS

Edad: 24 años.

Estado civil: Soltera.

DUI: 05865895-4

Celular: 7378-4576

Dirección: Urb. Prados de Venecia
IV etapa, Calle Murano, Grupo 21,
casa #28, Soyapango, San
Salvador.

Contacto

 paoalegriacampos@gmail.com

 7378-4576

Estudios básicos

Colegio Liceo Cristiano Rev. Juan Bueno "Coruña"
Colegio Liceo Cristiano Reverendo Juan Bueno Central.
Bachillerato Técnico en Arquitectura (2015 - 2017)

Estudios superiores

Egresada de la Licenciatura de Artes Plásticas Opción
Pintura - Universidad de El Salvador.

Estudios complementarios

Certificación en Exposición Virtual Internacional "IcalmArte
centro y sur 2020" Argentina, El Salvador y Nicaragua.

Experiencia Laboral

Instituto Nacional de la Juventud (INJUVE)

Servicio social "Proyecto ExpresArte", tallerista y muralista, en
sede Club Kiwanis de Soyapango/2021

Emprendimiento AlegríaC

Cuadros personalizados/2021 - Actualidad

Colegio Liceo Getsémani

Cursos artísticos en la infancia y adolescencia/2022

Voluntariado

Glasswing Internacional

Proyecto Generadores del Arte, taller virtual para la
niñez/2023

Asociación Peña Bética

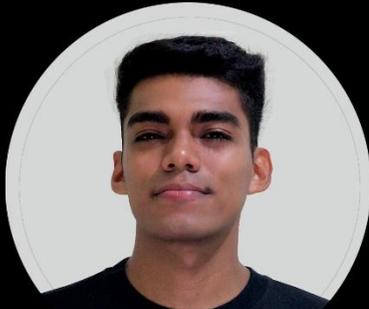
Educación artística especial/2023

Participación en exposiciones artísticas

- Exposición Edición Virtual "Miniaturas" Rafael Mora de
Asociación de Artistas de Occidente (ADADO)
Quezaltenango, Guatemala 2020.
- Exposición VOLARTE "Arte en El Parque - II", 2021.
- Exposición "Inspiraciones del Alma-2020, 2021 y 2022" de
VOLARTE y Banco DAVIVIENDA.
- Exposición de Egreso 2022 "Lo personal es político", en el
Museo Forma, San Salvador.

Habilidades

- Dominio de las plataformas virtuales.
- Tallerista de artes plásticas y visuales.
- Elaboración de proyectos artísticos y educativos.
- Realización de pinturas y dibujos personalizados.



Datos Personales

Edad: 23 años

Profesión: Estudiante

Estado Civil: Soltero

Dui: 05987796-7

Dirección: Bo La Virgen 3Av, Sur
Casa #2-B, San José Guayabal,
Cuscatlán

Contacto

✉ Figuroaalfonso239@gmail.com

☎ 7806 -2556

Alfonso Ernesto Figueroa Rivera

Estudios Básicos

Centro Escolar Católico San Francisco de Asís
Bachiller general en Instituto Nacional San José Guayabal

Estudios Superiores

Egresado de la Licenciatura en Artes Plásticas Opción
Diseño Gráfico en La Universidad De El Salvador

Estudios Complementarios

Curso DOMESTIKA
Principios de conceptualización y branding

Curso DOMESTIKA
Adobe Photoshop para concept art

Experiencia Laboral

Servicio Social "EMBELLECIMIENTO DEL
CASCO URBANO DE SAN JOSE GUAYABAL" a
través de la Alcaldía Municipal

Software



Adobe
Photoshop



Adobe
Illustrator



Adobe
Indesign



Adobe
After Effects



Adobe
Lightroom



Blender

Habilidades

Manejo de equipo fotográfico
Diseño publicitario
Diseño de modelados 3d
Trabajo en equipo
Responsable
Creativo
Dinamico



**SAMUEL DAVID
RIVERA GUZMÁN**

Edad: 24

Celular: 7531- 0126

Estado Civil: Soltero

Dui: 05733634-7

Dirección: Rpto La Coruña 2,
pje 7, pol D #44, San Salvador,
Soyapango.

✉ 7davidesign@gmail.com

☎ 7531 - 0126

Estudios Básicos

Centro Escolar Profesor Daniel Cordón Salguero
Instituto Católico Padre Richard Mangini /
Bachillerato General

Estudios Superiores

Egresado de la Licenciatura en Artes Plásticas
opción Diseño Gráfico

Estudios Complementarios

Programa de Becas UES-INJUVE

Diplomado de Habilidades para la Vida y
Emprendimiento.

Experiencia

Servicios de Murales

Negocios y Decorativos / 2019 - Actualidad

Diseñador Gráfico Freelance

Ilustración y Linea Gráfica / 2022 - Actualidad

Glasswing Internacional

Servicio Profesional de Muralista / 2022 - Actualidad

Software

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe InDesign
- Adobe PremierePro
- Blender
- Sai

Habilidades

Diseño Publicitario
Diseño 3D Modelado exterior, interior, producto, etc.
Ilustración
Creatividad
Proactivo

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
"EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL"
MODULO III. PROYECTOS CULTURALES ARTÍSTICOS



OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA

Carta didáctica o jornalización de la actividad a desarrollar

NOMBRE DEL PROYECTO	
"Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023."	
SEÑALAR NÚMERO DE LA ACTIVIDAD	LUGAR Y FECHA
ACTIVIDAD #1: Taller informativo sobre branding.	Casa de la Juventud, San José Guayabal Inicio: 8 de mayo de 2023
TEMA A DESARROLLAR	Primer tema: Introducción sobre identidad gráfica. Segundo tema: Importancia sobre manual de marca Tercer tema: Manual de marca: Logo, Tipografía y Paleta de Colores. Cuarto Tema: Aplicación de manual de marca
DESCRIPCIÓN DEL TEMA A DESARROLLAR Y PORQUÉ ES PERTINENTE IMPARTIR ESTE CONTENIDO	La identidad gráfica es un conjunto de parámetros que define el aspecto visual de una marca, es decir todo lo que se ve. Comprender que una empresa o un proyecto tiene identidad gráfica propia cuando podemos identificar fácilmente su presencia y relacionarla a un logotipo, paleta de colores y tipografías. El contenido de los temas sobre la identidad gráfica es fundamental para posicionar una marca, en este caso, una tradición de producción artesanal de alimentos local, por lo tanto, la obtención de estos conocimientos permite una combinación de ventajas y factores en beneficio de los objetivos del proyecto.
OBJETIVO	Exponer la importancia de la identidad gráfica para el conocimiento del dueño del negocio local de sorbetes artesanales, introducir y orientar conceptos básicos en la creación de su marca.
DESCRIPCIÓN DE CÓMO SE DESARROLLARÁ LA ACTIVIDAD	En las instalaciones de la Casa de la Juventud, se realizará la socialización y exposición de los temas relacionados sobre la identidad gráfica.
MATERIALES Y EQUIPO A UTILIZAR	Presentación del tema, cañón, mesa, páginas de papel bond, pizarra, pulmón, colores, lápiz, sacapunta, pinceles y tempera.

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
"EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL"
MODULO III. PROYECTOS CULTURALES ARTÍSTICOS



OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA

HORAS EN LAS QUE SE REALIZARÁ LA ACTIVIDAD	Elaborando el material didáctico y observaciones: 8 horas Las sesiones del taller: 6 horas; 1 hora y media cada día.
NÚMERO DE PERSONAS QUE ASISTIERON	3 personas: Dueña del local, su hija y su empleada
SEXO	Femenino
EDAD	50 años, 24 años, 21 años.
REALIZAR UNA VALORACIÓN DE LAS ACTIVIDADES.	El desarrollo de las presentaciones en las sesiones del taller fue brindado para informar y orientar sobre la importancia de una identidad gráfica, destacando el valor cultural del negocio local en el municipio; lo cual, permitió un buen recibimiento de información y contenido por parte de las encargadas del negocio local de Sorbetes Don Toño. Estas actividades se establecen para concientizar sobre la tradición artesanal concretando el contenido en sesiones informativas, socialización e intercambio de ideas, logrando los objetivos planteados en estas sesiones de taller.
LO POSITIVO Y LO NEGATIVO DE LO QUE ACONTECIÓ.	<ul style="list-style-type: none"> Negativo: El tiempo, problemas para dar inicio al taller por actividades desarrolladas en Casa de la Juventud; el traslado al lugar del municipio; asignación del espacio, en dos sesiones no estuvo disponible y se movió a otra parte para el desarrollo. Positivo: Participación del negocio local, accesibilidad de los encargados, intercambio de la información, construcción de ideas para creación de manual de marca.

- **ANEXO 4. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA**

Socialización con las encargadas del negocio local



Fotografía de socialización 1



Fotografía de socialización 2

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.



Fotografía de socialización 3

MATERIAL DIDÁCTICO IMPARTIDO EN EL TALLER

<p>BRANDING <i>Identidad visual de una marca personal</i></p> 	<p>Índice</p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>Introducción sobre identidad gráfica</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>Importancia sobre el manual de marca</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>Manual de marca: Logo, Tipografías y paletas de colores.</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>Aplicación de manual de marca.</td> </tr> </table>	1	Introducción sobre identidad gráfica	2	Importancia sobre el manual de marca	3	Manual de marca: Logo, Tipografías y paletas de colores.	4	Aplicación de manual de marca.	
1	Introducción sobre identidad gráfica									
2	Importancia sobre el manual de marca									
3	Manual de marca: Logo, Tipografías y paletas de colores.									
4	Aplicación de manual de marca.									

Página 1-2

<p>Introducción</p> <p>La identidad gráfica es un conjunto de parámetros que define el aspecto visual de una marca, es decir, todo lo que se ve. Decimos que una empresa o un proyecto tiene identidad gráfica propia cuando podemos identificar fácilmente su presencia y relacionarla a un logotipo, unos colores y unas tipografías.</p> 	<p>¿Qué es la identidad de marca?</p> <p>Una identidad de marca es lo que hace que una marca sea reconocida. La definición de la palabra misma la describe perfectamente. Pero no es como la tarjeta de identidad emitida por el gobierno o el pasaporte que tenemos. La identidad de marca es bastante diferente. Y el diseño juega un papel clave en ella. Cuando todo se combina y equilibra en perfecta armonía, da lugar a una identidad de marca exitosa.</p> <p>En resumen, la identidad de la marca consiste en el diseño general de la marca, los colores que utiliza, el logotipo, el nombre de la marca, la fuente, su estilo de publicidad, el mensaje de la marca y, básicamente, cada elemento visual de la empresa. Cuando todo se combina y equilibra en perfecta armonía, da lugar a una identidad de marca exitosa.</p>
--	--

Página 3-4

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">CORPUS DOCUMENTAL</p>	<h2>Manual de marca</h2> <p>¿Qué es un manual de marca, de estilo o de identidad?</p> <p>El manual de marca es el documento o guía que recoge el concepto de marca, las normas de diseño y la redacción de documentos. Es un documento desde se reúnen todos los elementos que posteriormente serán establecidas para el diseño de marca: identidad visual como marca, muestra, estrogoz comunicativa y la forma en la que vamos a gestionar los recursos de nuestra empresa.</p> <p>Este manual es imprescindible para la organización, especialmente para el área de comunicación y diseño, debido a que los ayudará a crear lo necesario para la marca, sin deviarse de lo que anteriormente se ha trabajado para ella.</p> 	<h2>Importancia sobre el Manual de marca</h2> <p>El manual de marca es clave para el uso correcto de la misma, como su nombre indica, es un manual, por lo que es un documento instructivo. En él podremos encontrar una serie de normas que nos ayuden a entender los elementos identitarios de la marca, desde verbales y visuales, aplicaciones digitales e impresas, hasta colores y líneas, para reconocer cuando se está mencionando una imagen acorde a la personalidad de la marca.</p> <p>El manual de marca es clave para el uso correcto de la misma, como su nombre indica, es un manual, por lo que es un documento instructivo. En él podremos encontrar una serie de normas que nos ayuden a entender los elementos identitarios de la marca, desde verbales y visuales, aplicaciones digitales e impresas, hasta colores y líneas, para reconocer cuando se está mencionando una imagen acorde a la personalidad de la marca.</p>
02	IMPORTANCIA SOBRE EL MANUAL DE MARCA	02 IMPORTANCIA SOBRE EL MANUAL DE MARCA

Página 14-15

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">CORPUS DOCUMENTAL</p>	<h2>Logo</h2> <p>Eje de todo manual de marca</p> <p>Un buen logotipo debe ser sencillo y fácil para que el mensaje que está dando a conocer sea de una comprensión más sencilla. El logotipo puede definirse como una cara más de la empresa desde un dibujo o símbolo que expone los valores de la empresa y debe presentar un diseño variado entre fondos de blanco o negro para contrastar también orientaciones para obtener una mejor carga visual.</p> <p>Es necesario incluir si uno sobre los fondos más comunes: blanco y negro, así como todos los colores que están permitidos. Además, el identificar los usos inadecuados, de esa manera, no dará paso a cambios inesperados o que dependan del criterio de cada especialista, sino que mantendrá una imagen unificada y realmente distintiva.</p>	<h2>Clasificación de logotipos</h2>   <p>Está compuesto solamente por un conjunto de palabras o caracteres tipográficos, habitualmente el nombre de la marca o empresa.</p>
03	MANUAL DE MARCA: LOGO, TIPOGRAFÍAS Y PALETA DE COLORES	03 MANUAL DE MARCA: LOGO, TIPOGRAFÍAS Y PALETA DE COLORES

Página 24-25

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">CORPUS DOCUMENTAL</p>	<h2>Tipografía</h2> <p>Distintiva de toda marca</p> <p>Son las fuentes que pueden elegir para la empresa, es recomendable utilizar 2 fuentes, la imagen corporativa tendrá más relevancia si en algunos textos publicitarios o promocionales utilizamos un fuentes, si no se encuentra una disponible busca una tercera ya sea también de uso exclusivo de medios digitales.</p> <p>Debes perfeccionar la familia de la fuente o fuentes (si usas más de una), el tamaño y el color. Define la jerarquía, los tamaños para los encabezados y los subencabezados, así como los estilos de negrita y cursiva.</p> <p>Fuentes añadidas recientemente</p> <ul style="list-style-type: none"> Generation September [] de Octopus [] Lucy the Cat [] de Meta's Fonts [] Prestige Signature Script [] de Fontgood [] 	<h2>Paleta de colores</h2> <p>Diferenciación e identificación de una marca</p> <p>Se refiere a los colores exactos usados en la marca; no solo a los colores presentes en el logo, también se incluyen los colores que acompañan toda la gráfica.</p> <p>Para elegir la paleta de colores, se debe tener en cuenta qué se desea transmitir con la marca, cuáles son los valores de la empresa o cómo vas a mostrar tu mensaje.</p> 
03	MANUAL DE MARCA: LOGO, TIPOGRAFÍAS Y PALETA DE COLORES	03 MANUAL DE MARCA: LOGO, TIPOGRAFÍAS Y PALETA DE COLORES

Página 30 y 34

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.



Página 39 y 42

MANUAL DE MARCA



página 1-2

Paleta de colores

Paleta de colores primaria

C:07% M:32% Y:01% K:02% #4CAF50	C:07% M:32% Y:01% K:02% #4CAF50	C:07% M:32% Y:01% K:02% #FFFFFF

Paleta de colores secundaria

C:07% M:32% Y:01% K:02% #FFEB3B	C:07% M:32% Y:01% K:02% #9C27B0

Tipografía



página 3-4

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Elementos visuales

Gráficos y patrones de la marca



Estilo Fotográfico



página 5-6

Publicaciones para Redes Sociales



Mockoup



página 7-8



GUAYABA PEGAS DE CASA



COCO: COCADA



MANGONEADA EXPLOSIVA



MORA: MORITA

página 9

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

PUBLICIDAD



Fotografía de producto 1-2

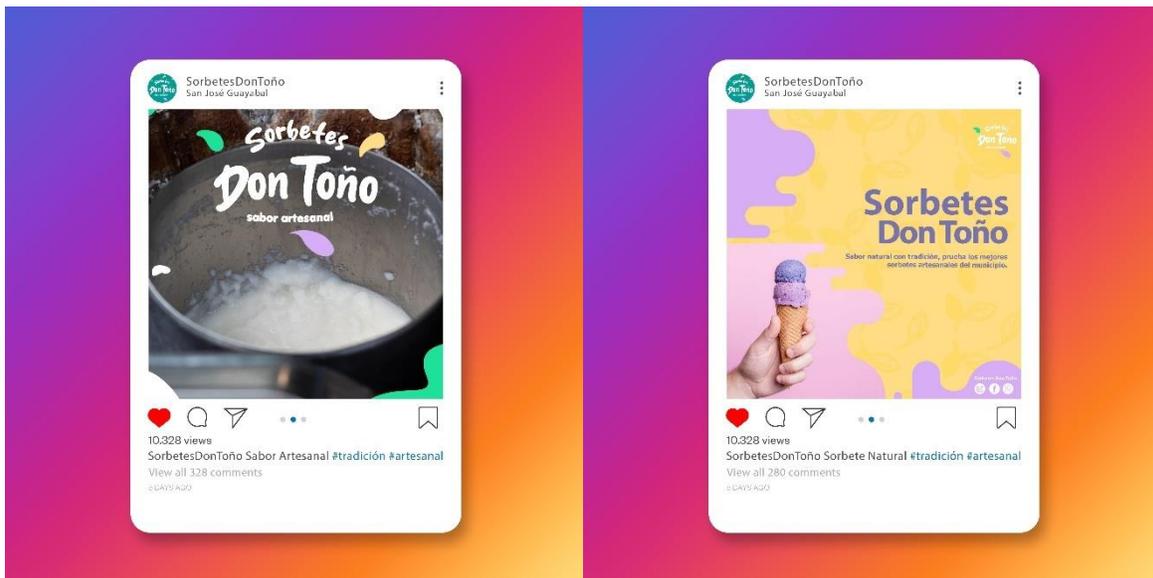


Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales, de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Fotografía de producto 3-4



Base de publicación



Publicidad Instagram 1-2

BITÁCORAS

Nombre del proyecto: “REDISEÑO DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DEL NEGOCIO LOCAL DE SORBETES ARTESANALES, DE LA CIUDAD DE SAN JOSÉ GUAYABAL, EN EL AÑO 2023”.

Elabora por los gestores del proyecto:

Linda Paola Alegría Campos
Alfonso Ernesto Figueroa Rivera
Samuel David Rivera Guzmán

Lugar: Casa de la Juventud, San José Guayabal

Fecha: Semana 1 - Martes 8 de Mayo de 2023

Hora	Actividad/Acción/Tarea	Observación
Hora de salida: 12:00 am	Movilización hasta el municipio de San José Guayabal.	
Hora de llegada al lugar: 01:30 pm	Llegada del grupo de a la casa de la Juventud del municipio.	
Hora de ordenar el espacio: 1:30 pm	Preparación del espacio físico, colocando los recursos para el taller correspondiente a la primera sesión.	En general la asignación de espacio y recursos fue brindada como en la solicitud para llevar a cabo el desarrollo del taller de manera óptima.
Hora de inicio: 2:00 pm	Bienvenida y explicación del contenido a impartir.	Hubo una buena recepción de la información, interés por conocer del tema impartido y aplicar el conocimiento.
Hora de desarrollo: 2:00 pm a 3:00 pm	El contenido del taller: Primer tema, introducción sobre identidad gráfica.	Exposición del tema y comprensión de la introducción de los talleres, socialización del contenido impartido con la asistente al taller.
Hora de finalización: 3:30	Tiempo de preguntas y socialización de opiniones de la persona que recibió el taller.	El contenido de introducción fue comprendido y se llegó a cumplir el objetivo del taller en la exposición de la información.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Fecha: Semana 1 – Viernes 12 de Mayo de 2023

Hora	Actividad/Acción/Tarea	Observación
Hora de salida: 12:00 am	Movilización hasta el municipio de San José Guayabal.	
Hora de llegada al lugar: 01:30 pm	Llegada del grupo de a la casa de la Juventud del municipio.	Breve demora para llegar al municipio debido al tráfico, pero no significó un mayor retraso que afectará la actividad.
Hora de ordenar el espacio: 1:30 pm	Preparación del espacio físico, colocando los recursos para el taller correspondiente a la segunda sesión.	En general la asignación de espacio y recursos fue brindada como en la solicitud para llevar a cabo el desarrollo del taller de manera óptima.
Hora de inicio: 2:00 pm	Bienvenida y breve introducción del contenido a impartir.	Entusiasmo y dudas respecto a la información, denotaba interés sobre el contenido del manual de marca.
Hora de desarrollo: 2:00 pm a 3:00 pm	El contenido del taller: Segundo tema, importancia sobre manual de marca.	Buen recibimiento de la información y relación de conceptos con la marca local en función del desarrollo.
Hora de finalización: 3:30	Tiempo de preguntas y socialización de opiniones de la persona que recibió el taller.	Comprensión respecto al contenido impartido, asimilación de la información y la relevancia del manual de marca.

Lugar: Vivienda de las encargadas del negocio, San José Guayabal

Fecha: Semana 2 - Lunes 15 de Mayo de 2023

Hora	Actividad/Acción/Tarea	Observación
Hora de salida: 12:00 am	Movilización hasta el municipio de San Jose Guayabal.	
Hora de llegada al lugar: 01:30 pm	Llegada del grupo de a la casa de las encargadas del negocio Sorbetes Don Toño.	

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Hora de ordenar el espacio: 1:30 pm	Preparación del espacio físico, colocando los recursos para el taller correspondiente a la tercera sesión.	El espacio asignado para la sesión no fue accesible debido a actividades de los grupos del municipio, por ello se buscó una alternativa para desarrollar la tercera sesión correspondiente a la segunda semana.
Hora de inicio: 2:00 pm	Bienvenida y breve introducción del contenido a impartir.	Participación activa en el taller para desarrollar manual de marca de Sorbetes Don Toño, asimilación de información compartida.
Hora de desarrollo: 2:00 pm a 3:00 pm	El contenido del taller: Manual de marca: Logo, tipografía y paleta de colores.	Comprensión y compilación de contenido para la construcción del manual de marca local.
Hora de finalización: 3:30	Tiempo de preguntas y socialización de opiniones de la persona que recibió el taller.	Intercambio de ideas y socialización respecto al desarrollo del manual de marca, orientación de conceptos para un mejor resultado.

Fecha: Semana 2 - Viernes 19 de Mayo de 2023

Hora	Actividad/Acción/Tarea	Observación
Hora de salida: 12:00 am	Movilización hasta el municipio de San Jose Guayabal.	
Hora de llegada al lugar: 01:30 pm	Llegada del grupo de a la casa de la Juventud del municipio.	
Hora de ordenar el espacio: 1:30 pm	Preparación del espacio físico, colocando los recursos para el taller correspondiente a la cuarta sesión.	El espacio asignado para la sesión no fue accesible debido a actividades de los grupos del municipio, por ello se buscó una alternativa para desarrollar la cuarta sesión correspondiente a la segunda semana.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Hora de inicio: 2:00 pm	Bienvenida y explicación del contenido a impartir.	Conclusión de las sesiones con participación de la asistente al taller, activa e interesada en función del contenido final.
Hora de desarrollo: 2:00 pm a 3:00 pm	El contenido del taller: Aplicación de manual de marca.	Ejemplificación de las diferentes aplicaciones de lo planteado en el manual de marca para la selección de elementos a utilizar por la marca.
Hora de finalización: 3:30	Tiempo de preguntas y socialización de opiniones de la persona que recibió el taller.	Finalización de actividades y contenido de las sesiones del taller de branding, socialización respecto a la información y la comprensión.

Lugar: Vivienda de los gestores del proyecto

Fecha: Semana 3 - Lunes 22 de Mayo de 2023

Hora	Actividad/Acción/Tarea	Observación
Hora de salida 12:00 am	Movilización hacia el municipio de San Jose Guayabal.	
Hora de llegada al lugar 01:30 pm	Llegada a la vivienda de uno de los gestores del proyecto.	
Hora de ordenar el espacio 01:45 pm	Debido a que era una reunión para concretar ideas solo utilizaron herramientas portátiles como una laptop y una tablet.	El espacio para la realización del taller fue proporcionado por uno de los gestores del proyecto.
Hora de inicio 02:00 pm	Saludo de bienvenida y una breve explicación de lo que se desarrollará en el transcurso del día.	Se entendió muy bien cuál era el objetivo y se obtuvo una muy buena colaboración.
Hora de desarrollo 02:00 pm a 03:00 pm	Presentación de ideas para elaboración de manual de marca, se presentaron ideas para que pensaron en que elementos querían en su nueva imagen.	Los gestores de los talleres presentamos ideas para que en el próximo taller las encargadas nos dieran sus ideas.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Hora de finalización 03:30 pm	Se aclararon las últimas dudas que se necesitaban para iniciar con la elaboración del manual y se respondieron sus preguntas.	Se lograron presentar bien las ideas para crear una idea de que puede incluir su nueva imagen.
----------------------------------	---	--

Lugar: Vivienda de las encargadas del negocio, San José Guayabal

Fecha: Semana 4 - Lunes 29 de Mayo de 2023

Hora	Actividad/Acción/Tarea	Observación
Hora de salida 12:00 am	Movilización hacia el municipio de San Jose Guayabal.	
Hora de llegada al lugar 01:30 pm	Llegada a la vivienda de una de las encargadas de la Sorbetería.	
Hora de ordenar el espacio 01:45 pm	Se nos asignó el espacio donde se podría realizar el taller.	El taller fue realizado en la casa de una encargada de la sorbetería.
Hora de inicio 02:00 pm	Se realizó el saludo y una breve explicación de cuáles eran los avances que se presentarían.	Se obtuvo la atención que esperábamos.
Hora de desarrollo 02:00 pm a 03:00 pm	Se presentaron los avances que se habían realizado hasta la fecha en los mostrando dos propuestas de logos con su paleta de colores, tipografías y sus variantes.	Ambas propuestas de logos obtuvieron un resultado positivo.
Hora de finalización 03:30 pm	Las encargadas del negocio presentaron nuevas ideas para continuar con la realización del Manual de Marca.	Debido a la aceptación de ambas propuestas se siguió trabajando en ambos manuales.

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

Fecha: Semana 4 - Viernes 2 de Junio de 2023

Hora	Actividad/Acción/Tarea	Observación
Hora de salida 12:00 am	Movilización hacia el municipio de San Jose Guayabal.	
Hora de llegada al lugar 01:30 pm	Llegada a la vivienda de uno de los gestores del proyecto.	
Hora de ordenar el espacio 01:45 pm	Se asignó el espacio donde presentaría el segundo avance.	El espacio para la realización del taller nuevamente fue otorgado por una encargada de la sorbetería.
Hora de inicio 02:00 pm	Saludo y se realizó una retroalimentación de cuáles eran los elementos que ya habían sido entregados.	Se obtuvo una muy buena atención.
Hora de desarrollo 02:00 pm a 03:00 pm	Se presentaron los patrones que podían ser utilizados con cada logo.	Con la observación de los patrones ya se pudo seleccionar uno de los manuales de marca.
Hora de finalización 03:30 pm	Se llegó al acuerdo de cuál imagen gráfica les ayudaba más a promover sus productos y resaltar la cultura del municipio.	Con la selección de un manual se puede comenzar a trabajar en la propuesta de mural.

Lugar: Vivienda de los gestores del proyecto

Fecha: Semana 5 - Lunes 5 de Junio de 2023

Hora	Actividad/Acción/Tarea	Observación
Hora de reunión virtual: 10:00 am	Comienzo de conversación para la intervención del mural en el negocio local.	Por cuestiones de trabajo de uno de los gestores, se realizó a esta hora la reunión.
Hora de inicio de propuesta para la intervención del mural: 10:10 a 10:30am	Mediante el manual de marca que escogieron las encargadas, se baso la idea de bocetos, el diseño que representaría a la marca.	

Rediseño de la identidad gráfica del negocio local de sorbetes artesanales,
de la ciudad de San José Guayabal, en el año 2023.

<p>Hora de elección de propuesta: 10:30 a 10:45 am</p>	<p>Se decidió como equipo de trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el logo como central en el muro - Los elementos de sorbetes y frutos en el fondo. 	<p>Se llegó al acuerdo de lo que más representaría la marca en la intervención del mural.</p>
<p>Hora de decidir como presentar la propuesta: 10:45 a 11:00 am</p>	<p>Al tener lo planteado que se hará en el mural, se presentará a las encargadas del negocio por medio de un montaje.</p>	<p>Buena socialización para la creación del montaje como equipo.</p>
<p>Hora de finalización: 11:10 am</p>	<p>Despedida y acuerdos para el día de presentación.</p>	

TRIBUNAL EVALUADOR

Mtro. José Orlando Ángel Estrada

Mtro. Carlos Alberto Quijada Fuentes

Mtra. Mtra. Xenia María Pérez Oliva

Handwritten signatures in blue ink are present over the signature lines. The top signature is for José Orlando Ángel Estrada, the middle for Carlos Alberto Quijada Fuentes, and the bottom for Xenia María Pérez Oliva. The signatures are stylized and somewhat overlapping.