

Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

Diseño de material impreso para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo a los turistas nacionales que visiten el municipio de Agua Blanca, Jutiapa, Guatemala 2017.

PROYECTO DE GRADUACIÓN

Presentado a la Facultad de Ciencias de la Comunicación Guatemala C.A.

ELABORADO POR:

Esdras Misael Sagastume Guerra
11002008

Para optar al título de:

Licenciatura en Comunicación y Diseño

Nueva Guatemala de la Asunción, abril de 2017

Proyecto de Graduación

Diseño de material impreso para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo a los turistas nacionales que visiten el municipio de Agua Blanca, Jutiapa.

Esdras Misael Sagastume Guerra

Universidad Galileo

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Abril 2017

Autoridades

Rector:

Dr. Eduardo Suger Cofiño

Vicerrectora General:

Dra. Mayra Ramírez

Vicerrector Administrativo:

Lic. Jean Paul Suger Castillo

Secretario General:

Lic. Jorge Retolaza

Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

Lic. Leizer Kachler

Vicedecano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación:

Ms.C. Rualdo Anzueto

Cartas

Guatemala 20 de diciembre de 2016

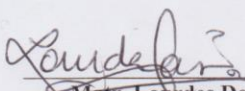
Licenciado
Leizer Kachler
Decano-Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Solicito la aprobación del tema de proyecto de Graduación titulado:
DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA DAR A CONOCER LA LAGUNA DE OBRAJUELO A LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITEN EL MUNICIPIO DE AGUA BLANCA, JUTIAPA, GUATEMALA 2017. Así mismo solicito que la Mgtr. Lourdes Donis sea quién me asesore en la elaboración del mismo.

Atentamente,


Esdras Misael Sagastume Guerra
11002008


Mgtr. Lourdes Donis
Asesora
Colegiada No. 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala 03 de enero de 2017

Señor:
Esdras Misael Sagastume Guerra
Presente

Estimado Señor Sagastume:

De acuerdo al proceso de titulación profesional de esta Facultad, se aprueba el proyecto titulado: **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA DAR A CONOCER LA LAGUNA DE OBRAJUELO A LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITEN EL MUNICIPIO DE AGUA BLANCA, JUTIAPA, GUATEMALA 2017**. Así mismo, se aprueba a la Mgtr. Lourdes Donis, como asesora de su proyecto.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación



FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 27 de febrero de 2017

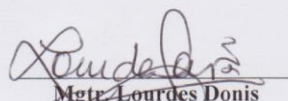
Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Galileo

Estimado Licenciado Kachler:

Por medio de la presente, informo a usted que el proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA DAR A CONOCER LA LAGUNA DE OBRAJUELO A LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITEN EL MUNICIPIO DE AGUA BLANCA, JUTIAPA, GUATEMALA 2017**. Presentado por el estudiante: Esdras Misael Sagastume Guerra, con número de carné: 11002008, está concluido a mi entera satisfacción, por lo que se extiende la presente aprobación para continuar así el proceso de titulación profesional.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,


Mtr. Lourdes Donis
Asesora
Colegiada No. 26246



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM

Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 24 de marzo de 2017

Señor
Esdras Misael Sagastume Guerra
Presente

Estimado Señor Sagastume:

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

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Ciudad de Guatemala, 3 de mayo de 2017,

Licenciado

Leizer Kachler

Decano FACOM

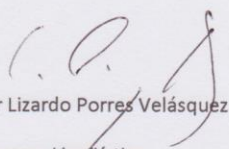
Universidad Galileo

Presente

Señor Decano:

Le informo que la tesis: ***DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA DAR A CONOCER LA LAGUNA DE OBRAJUELO A LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITEN EL MUNICIPIO DE AGUA BLANCA, JUTIAPA, GUATEMALA 2017***, del estudiante Esdras Misael Sagastume Guerra, ha sido objeto de revisión gramatical y estilística, por lo que puede continuar con el trámite de graduación.

Atentamente.



Lic. Edgar Lizardo Porres Velásquez

Asesor Lingüístico

Universidad Galileo



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

FACOM Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Guatemala, 04 de mayo de 2017

Señor:
Esdras Misael Sagastume Guerra
Presente

Estimado Señor Sagastume:

De acuerdo al dictamen rendido por la terna examinadora del proyecto de graduación titulado: **DISEÑO DE MATERIAL IMPRESO PARA DAR A CONOCER LA LAGUNA DE OBRAJUELO A LOS TURISTAS NACIONALES QUE VISITEN EL MUNICIPIO DE AGUA BLANCA, JUTIAPA, GUATEMALA 2017.** Presentado por el estudiante: Esdras Misael Sagastume Guerra, el Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación autoriza la publicación del Proyecto de Graduación previo a optar al título de Licenciado en Comunicación y Diseño.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente,

Lic. Leizer Kachler
Decano
Facultad de Ciencias de la Comunicación

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a los siguientes:

- **Dios**

- Porque me permite vivir una nueva experiencia día con día y con ello aprender de la vida y entender cuál es el camino que debo seguir para ser feliz en ella.

- **A mis padres**

- Porque no importa cuántas veces estuve al borde de rendirme, siempre me dieron un motivo por el cual seguir adelante, por ello y porque siempre me han amado es por eso que quiero darles la satisfacción de verme graduado de la Universidad.

- **A mi hermano**

- Para ser un ejemplo para él y que vea que en la vida a veces no importa cuántas veces has caído, sino cuántas veces te has levantado, aprender de los errores que en la vida cometemos y seguir para adelante.

- **A mi familia**

- Para demostrarles que lo único que se necesita es determinación para lograr llegar al objetivo planteado.

- **Y a las personas que confiaron siempre en mí, a todos y cada uno de ellos, gracias por siempre motivarme a seguir adelante y que entiendan que en la vida no importa qué tipo de situación se esté viviendo, una sonrisa puede ayudar a mejorar tu día sin importar la situación.**

Resumen

El municipio de Agua Blanca no cuenta con material impreso que dé a conocer la Laguna de Obrajuelo, a los turistas nacionales.

Por lo que se planteó el objetivo siguiente:

Diseñar material impreso para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo a los turistas nacionales que visiten el municipio de Agua Blanca, Jutiapa.

Se realizó una herramienta de validación con el cliente, expertos y grupo objetivo.

Se llegó a la conclusión, que el diseño de material impreso para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo era necesario para que la población que no sabe y que pasa por la carretera o entra al municipio y se percate de este lugar. Por lo tanto, la idea es que los turistas encuentren un lugar diferente donde puedan descansar y disfrutar de un día tranquilo rodeados de la naturaleza y belleza que ofrece la Laguna de Obrajuelo.

Hoja de Autoría

Para efectos legales únicamente el autor es responsable del contenido de este proyecto.

Índice

	# Pg.
Capítulo I – Introducción	
1.1 Introducción	1
 Capítulo II – Problemática	
2.1 Contexto	2
2.2 Requerimiento de Diseño	2
2.3 Justificación	2
2.3.1 Magnitud	3
2.3.2 Vulnerabilidad	3
2.3.3 Trascendencia	4
2.3.4 Factibilidad	4
2.3.4.1 Recursos Humanos	4
2.3.4.2 Recursos Organizacionales	4
2.3.4.3 Recursos Económicos	4
2.3.4.4 Recursos Tecnológicos	4
 Capítulo III – Objetivos de Diseño	
3.1 Objetivo General	5
3.2 Objetivos Específicos	5

Capítulo IV – Marco de Referencia

4.1 Información General de Cliente	6
4.1.1 Nombre	6
4.1.2 Ubicación	6
4.1.3 Alcalde	6
4.1.4 Organigrama	6
4.1.5 Reseña Histórica	7
4.1.6 Misión	7
4.1.7 Visión	7 – 8
4.1.8 Escudo	8
4.1.9 FODA	8

Capítulo V – Definición del Grupo Objetivo

5.1 Perfil Geográfico	9
5.2 Perfil Demográfico	10 – 11
5.3 Perfil Psicográfico	12
5.4 Perfil Conductual	12

Capítulo VI – Marco de Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio	13
6.1.1 Municipalidad	13
6.1.2 Aldea	13
6.1.3 Municipio	13

6.1.4 Laguna	13 – 14
6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño	
6.2.1 Comunicación	14
6.2.1.1 Funciones de la comunicación	14 – 15
6.2.1.1.1 Afectiva	15
6.2.1.1.2 Reguladora	15
6.2.1.1.3 Informativa	15 – 16
6.2.1.2 Proceso de comunicación	16
6.2.1.2.1 Fuente	16
6.2.1.2.2 Emisor	16
6.2.1.2.3 Mensaje	16
6.2.1.2.4 Canal	16
6.2.1.2.5 Decodificar	16
6.2.1.2.6 Receptor	17
6.2.1.2.7 Ente	17
6.2.1.3 Propósitos de la comunicación	17
6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el Diseño	17 - 18
6.2.2.1 Elementos del diseño	18
6.2.2.1.1 Elementos conceptuales	18
6.2.2.1.1.1 Boceto	19
6.2.2.1.1.2 Línea	19
6.2.2.1.1.3 Punto	19
6.2.2.1.1.4 Volumen	19

6.2.2.1.2 Elementos visuales	19
6.2.2.1.2.1 Color	19
6.2.2.1.2.2 Medida	20
6.2.2.1.2.3 Textura	20
6.2.2.1.3 Elementos de relación	20
6.2.2.1.3.1 Dirección	20
6.2.2.1.3.2 Espacio	20
6.2.2.1.3.3 Gravedad	20
6.2.2.1.3.4 Posición	20
6.2.2.1.4 Elementos prácticos	21
6.2.2.1.4.1 Función	21
6.2.2.1.4.2 Significado	21
6.2.2.1.4.3 Tríptico	21
6.2.2.1.4.4 Valla Publicitaria	21
6.2.2.2 Clasificación	
6.2.2.2.1 Diseño Gráfico	21 – 22
6.2.2.2.1.1 Diseño Editorial	22
6.2.2.2.2 Diseño Visual	22
6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias	
6.3.1 Ciencias auxiliares	23
6.3.1.1 Señalética	23
6.3.1.2 Semiótica	23
6.3.1.3 Psicología	24

6.3.1.3.1 Psicología del consumidor	24 – 27
6.3.1.4 Publicidad	27 – 28
6.3.2 Artes	
6.3.2.1 Fotografía	28
6.3.2.2 Tipografía	29
6.3.3 Tendencias	
6.3.3.1 Minimalismo	29
Capítulo VII – Proceso de diseño y propuesta preliminar	
7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico	30 – 32
7.2 Conceptualización	33
7.2.1 Método	33 – 35
7.2.2 Definición del concepto	35 – 36
7.3 Bocetaje	36 – 48
7.4 Propuesta preliminar	49 – 51
Capítulo VIII – Validación Técnica	
8.1 Población y muestreo	52
8.2 Método e instrumentos	53 – 56
8.3 Resultados e interpretación de resultados	57 – 70
8.4 Cambios en base a resultados	71 – 77
Capítulo IX – Propuesta gráfica final	
78 - 81	

Capítulo X – Producción, reproducción y distribución

10.1 Plan de costos de elaboración	82
10.2 Plan de costos de producción	82
10.3 Plan de costos de reproducción	83
10.4 Plan de costos de distribución	83
10.5 Cuadro resumen	84

Capítulo XI – Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones	85
11.2 Recomendaciones	86

Capítulo XII – Conocimiento general 87**Capítulo XIII – Referencias** 88 – 90**Capítulo XIV – Anexos** 91 - 98

Capítulo I - Introducción

En el municipio de Agua Blanca, Jutiapa, se encuentra la “Laguna de Obrajuelo” nombre adquirido porque se encuentra dentro del territorio de la aldea Obrajuelo en el municipio.

En anteriores administraciones no se había tomado en cuenta el potencial que tiene la laguna como centro turístico y se mantuvo simplemente como un lugar abandonado, donde los aldeanos o personas que conocían del lugar iban a pescar. Pero la actual administración tomó la iniciativa de restaurar el lugar y darle nueva imagen a la laguna.

Hace dos años que las personas ahora pueden entrar sin ningún problema a la laguna a disfrutar de la vista, realizar picnics con sus familias y nadar. Por diversos medios la municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa ha tratado de darle publicidad a la Laguna de Obrajuelo, que fue por redes sociales y por televisión regional, pero no habían intentado realizar material impreso.

Por lo tanto, se le propuso a la Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa el diseño y creación de material impreso para que la Laguna de Obrajuelo tenga más visitantes y atraiga a personas que no conocen del lugar. Los materiales que se crearon fueron:

- El diseño de una valla publicitaria que sirva de atracción para los turistas o personas que pasen en la carretera principal y observen la valla.
- El diseño de un tríptico informativo, que ayude a las personas que visiten el municipio de Agua Blanca, Jutiapa, a conocer un poco más que es lo que pueden hacer allí, además de conocer de la historia del municipio y la Laguna de Obrajuelo.

Capítulo II – Problemática

El municipio de Agua Blanca está ubicado en el departamento de Jutiapa, al sur Oriente de Guatemala. Dentro del municipio, en una de sus aldeas se encuentra una laguna que no cuenta con el material impreso necesario para orientar a los turistas nacionales que llegan al municipio, año tras año, para conocer la Laguna de Obrajuelo.

2.1 Contexto

El municipio de Agua Blanca es uno de los 17 municipios de Jutiapa; explorando el área urbana del municipio se puede observar que carece de material impreso que pueda ayudar a las personas a tener mejor conocimiento de la laguna.

Debido a la remodelación que se le está dando a la laguna la municipalidad necesita de material impreso para promover el área turística y atraer a más personas.

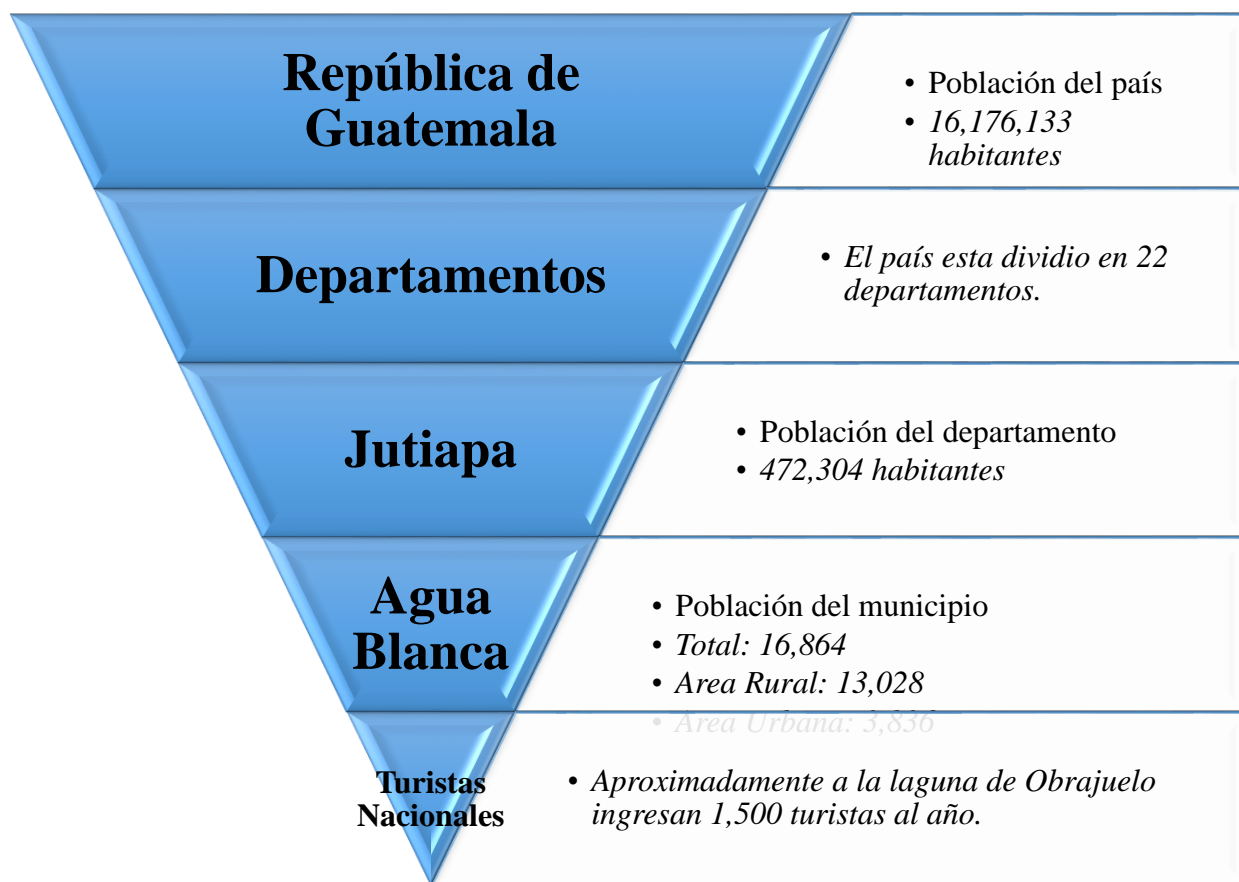
2.2 Requerimiento de Comunicación y Diseño

El municipio de Agua Blanca no cuenta con material impreso que dé a conocer la Laguna de Obrajuelo, a los turistas nacionales.

2.3 Justificación

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

2.3.1 Magnitud



En el siguiente esquema se muestra la cantidad de personas que se encuentran dentro del municipio de Agua Blanca, Jutiapa, que son las principales afectadas por este problema. Los datos obtenidos a continuación se encuentran en la página del Instituto Nacional de Estadística, INE (2016), y a la colaboración de la Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa.

2.3.2 Vulnerabilidad

Al no tener el material impreso que informe a los turistas acerca de la Laguna de Obrajuelo, el turismo nacional en el lugar no aumentará y permanecerá escondida para la mayor parte de la población de Guatemala.

2.3.3 Trascendencia

Con el material impreso que informe acerca de la Laguna de Obrajuelo, Agua Blanca, Jutiapa, las personas ubicarán y tendrán el conocimiento necesario de lo que significa este lugar para el Municipio.

2.3.4 Factibilidad

Es posible realizar el material impreso y que contenga la información necesaria para orientar a las personas que necesiten conocer el lugar y con ello incrementar el turismo en el municipio.

2.3.4.1 Recursos Humanos

La Municipalidad cuenta con el factor humano adecuado, que tiene la capacidad, el conocimiento, la experiencia y las habilidades para el manejo, funcionamiento de los demás recursos, lo que da la posibilidad de desarrollar las funciones que desempeñan dentro de la municipalidad.

2.3.4.2 Recursos Organizacionales

Se cuenta con el apoyo de la Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa, para realizar el proyecto.

2.3.4.3 Recursos Económicos

La Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa, cuenta con los recursos económicos para cubrir los gastos de implementación para el material publicitario.

2.3.4.4 Recursos Tecnológicos

Se diseñará todo el material impreso con la ayuda de:

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Se tomarán las fotografías con una cámara profesional Nikon D3200

Capítulo III – Objetivos del diseño

3.1 Objetivo General

3.1.1 Diseñar material impreso para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo a los turistas nacionales que visiten el municipio de Agua Blanca, Jutiapa.

3.2 Objetivos específicos

3.2.1. Investigar toda la información necesaria acerca de la comunicación y el diseño para la creación del material impreso.

3.2.2. Recopilar la información necesaria de la laguna para que el material impreso contenga lo necesario para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo.

3.2.3. Fotografiar la Laguna de Obrajuelo y lugares estratégicos para ilustrar el material impreso.

Capítulo IV – Marco de Referencia

4.1 Información general del cliente

4.1.1 Nombre:

Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa

4.1.2 Ubicación:

Barrio el Centro, Agua Blanca, Jutiapa

4.1.3 Alcalde:

Julio César Guerra Cameros

4.1.4 Organigrama



4.1.5 Reseña Histórica

La Municipalidad de Agua Blanca viene funcionando desde el año 1886 con dos alcaldes que se turnaban un mes cada uno y servían ad honorem.

En el año 1906 pasó a ser presidida por intendentes y después volvió a ser ocupada y administrada por alcaldes. En esa segunda etapa el alcalde fue Pedro Sandoval al que le siguieron muchos más hasta ser regida nuevamente por intendentes.

El 20 de octubre de 1944 fue, nuevamente, regida por alcaldes que también han desempeñado el cargo de jueces de paz ejerciendo jurisdicción en el área u orden civil, judicial y administrativo. Estos juzgados dejaron de funcionar en las alcaldías hasta el año 1987.

4.1.6 Misión

Es la descripción de la razón de ser de la organización, establece nuestro “quehacer” institucional los servicios que entregamos, las funciones principales que nos distinguen y nos hacen diferente de otras instituciones y justifican nuestra existencia, la promoción y el mejoramiento de la calidad de vida de nuestro municipio y sus visitantes, potenciando el desarrollo local, a través de una gestión moderna y eficiente, enfocada a la excelencia y el servicio. Sustentaremos nuestras acciones protegiendo nuestro medio ambiente, el patrimonio, las tradiciones, la cultura y promoviendo la participación e identidad local.

4.1.7 Visión

Es la declaración fundamental en relación al desarrollo de nuestro municipio, con modernidad, eficiencia e innovación, que le permite entregar servicios de calidad con desarrollo, promoviendo la calidad de vida e igualdad de oportunidades para todos; personas, empresas, organizaciones, visitantes guatemaltecos y extranjeros.

Nuestros sueños se basan en valores orientadores que son los que le dan sentido y coherencia en el diario vivir a estos y se traducen en la Filosofía de Nuestro Municipio.

4.1.8 Escudo



4.1.9 FODA

Fortalezas

- Responsabilidad en obras públicas.
- Estabilidad económica
- Comunicación entre la municipalidad y la población.

Oportunidades

- Personal dispuesto a ayudar.
- Orden al momento de que la población llega a pedir ayuda.
- Nuevos proyectos para innovar al municipio de Agua Blanca.

Debilidades

- Establecimiento pequeño.
- Tiempo largo de espera en la Municipalidad para que sea atendido.
- La poca señalización que existe en el municipio.

Amenazas

- Demasiadas obras a realizar y poco tiempo para desarrollarlas.
- Las calles del municipio no están preparadas para el invierno.
- No hay un orden en el tránsito, lo cual genera caos en la salida a la Aldea de Obrajuelo.

Capítulo V – Definición del grupo objetivo

El grupo objetivo del proyecto son personas guatemaltecas estimadas entre 25 a 35 años de edad con un nivel socioeconómico entre C+ y C, que en sus vacaciones deciden salir de su casa y buscan lugares para relajarse y disfrutar del paisaje.

5.1 Perfil geográfico:

5.1.1 De Agua Blanca, Jutiapa:

Región: Municipio de Agua Blanca, ubicado al norte del departamento de Jutiapa.

Extensión Territorial: 340 km²

Población Total: 16,864 hab.

Población Área Rural: 13,028 hab.

Población Área Urbana: 3,836 hab.

Temperatura Máxima: 38.4° C

Temperatura Mínima: 11.8° C

Humedad: 68.5%

Clima: Cálido

En el municipio se encuentran 82 sitios poblados divididos en 20 aldeas y 62 caseríos.

5.1.2 Del grupo objetivo de Guatemala:

El grupo objetivo se encuentra en la República de Guatemala, que cuenta con 16,176,133 habitantes divididas en 22 departamentos.

5.2 Perfil demográfico:

Características	Nivel C+	Nivel C
Educación:	Superior – Licenciatura.	Superior – Licenciatura.
Desempeño:	Ejecutivo medio, Comerciante, vendedor.	Ejecutivo, Comerciante, vendedor, dependiente.
Ingreso:	Q20 mil	Q12 mil
Vivienda:	Casa/departamento rentada o financiada, 2-3 recamaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio, área de servicio, garaje para 2 vehículos.	Casa/departamento rentada o financiada, 1-2 recamaras, 1-2 baños, sala, estudio, garaje para 2 vehículos.
Otras propiedades:	Sitios/terrenos interior por herencias.	
Personal de servicios:	Por día.	Por día, eventual.
Educación grupo:	Hijos menores – Colegios privados Hijos mayores – en Universidad privada y post grado extranjero con beca.	Hijos menores – Colegios privados Hijos mayores – en Universidad estatal.
Posesiones:	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por financiera.	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro.

Bienes de comodidad:	1 teléfono mínimo, 1-2 celulares, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, máquina de lavar ropa, computadora/familia de electrodomésticos básicos.	1 teléfono mínimo, 1-2 celulares, cable, radio, 2 TV, electrodomésticos básicos.
Diversión:	Cine, Centros comerciales, parques temáticos locales.	Cine, Centros comerciales, parques temáticos locales.
Servicios bancarios financieros:	1-2 cuotas de quetzales monetarios y ahorro, plazo fijo, 1-2 TC internacionales, seguro colectivo.	1 cuota en quetzales monetarios y ahorro, 1 TC local.

Ver tabla de Niveles Socioeconómicos en anexo #1.

5.3 Perfil psicográfico:

Las personas a las que están dirigidas este proyecto cuentan con los siguientes aspectos:

- Creen en Dios
- Creen en la familia
- Tienen identidad nacional
- Son patriotas

5.4 Perfil conductual:

- Personas que buscan lugares diferentes para vacacionar.
- Que les guste acampar.
- Que gusten de admirar el paisaje.
- Que no le tengan miedo a nadar en la laguna o de recrearse en pasear en lancha o moto acuática.

Capítulo VI – Marco Teórico

6.1 Conceptos fundamentales relacionados con el producto o servicio

6.1.1 Municipalidad

Es la autoridad máxima que se encarga de administrar una ciudad o una comunidad; en el caso de Guatemala, un departamento. Su función principal es velar por sus habitantes y proveerles todos los servicios necesarios para que puedan vivir con normalidad. Por lo general está conformada por el alcalde, que es el o la representante de la municipalidad, él o ella elige un grupo de trabajo que estará bajo su jurisdicción y toman diferentes cargos para tener mejor administración en la municipalidad. (Pérez, 2013)

6.1.2 Aldea

La palabra aldea surge en el idioma árabe, cuyo significado es un pueblo con pocos habitantes. Por lo tanto, aldea se traduce a un lugar o asentamiento que se encuentra en el sector rural de algún país, que en el mayor de los casos se encuentra alejado de otra comunidad o población. (Pérez, 2013)

6.1.3 Municipio

Derivado del latín “municipium”, municipio es un conjunto de habitantes que viven en un mismo término jurisdiccional dentro de un territorio que pertenece a un lugar específico en un país en el mundo, que está regido por un ayuntamiento. En otras palabras, se deduce que municipio es el lugar donde vive un conjunto de habitantes que está regido por una municipalidad, que en su jurisdicción geográfica se encuentran aldeas y caseríos. (Pérez, 2013)

6.1.4 Laguna

Es la desembocadura que tiene un río o es un espacio que tiene la capacidad de soportar agua, que puede tener agua dulce o salada.

En el mundo existen diferentes tamaños de lagos y cada uno es diferente, y están en diferentes lugares como puede ser en un volcán o, por su delimitación geográfica, puede ser frontera entre países, además de que son fuente importante de ingresos para los países si son utilizados para turismo. (Pérez, 2013)

6.2 Conceptos fundamentales relacionados con la comunicación y el diseño

6.2.1 Comunicación

Puede definirse como un proceso que es utilizado para transmitir ideas, símbolos o mensajes, que tienen el mismo significado para 2 o más entes los cuales pueden intervenir en ese intercambio o interacción.

Dentro de la comunicación se utiliza un código específico para transmitir esa idea, símbolo o mensaje que permite poder interactuar a 2 o más entes entre sí, sin embargo, el ente que recibe la información tiene que interpretar ese mensaje, idea o símbolo para poder entender lo que se le está transmitiendo. (Orozco, 2016)

Además, se dice que la comunicación es un proceso interactivo por el que un ente intenta transmitir un mensaje a otro ente por medio de un código, el que permite que estos interactúen entre sí. Es un proceso muy importante entre los seres humanos, ya que con ella se puede transmitir mensajes informativos, se pueden expresar sentimientos y también se puede transmitir orden, entre muchas otras cosas más.

6.2.1.1 Funciones de la comunicación

La comunicación es un factor muy importante para el ser humano, se puede decir que el ser humano tiene que comunicarse para estar informado del mundo, pero esa información puede ser transmitida de forma errónea o no se transmita de forma adecuada para los receptores.

Para ello se debe analizar a profundidad y comprender su verdadera función, pero de esta función se puede definir que existen 3 en especial que son fundamentales para lograr ese objetivo, con ellas se logra una mejor comunicación entre entes y ayudan a diferenciar que mensaje es el apropiado para cada situación (Universidad de Valencia, 2012):

6.2.1.1.1 Afectiva

En la comunicación afectiva se involucran los sentimientos o emociones dentro de la interacción, se demuestra un apego a ellos haciendo que la interacción sea más profunda y seria para ellos.

En esta comunicación están involucradas las relaciones en pareja, la relación con la familia y con las amistades, demostrando la importancia que cada una puede tener para la persona que se esté expresando por medio de la comunicación afectiva y con ello tener una mejor interacción entre su círculo social. (Universidad de Valencia, 2012)

6.2.1.1.2 Reguladora

La comunicación reguladora se dedica a mantener el orden y conducta dentro de la sociedad, en ella vemos cómo la interacción entre las personas toma un sentido de autoridad para algunos y para los demás de entender cómo se mantiene un orden que ayude a la sociedad a tomar una misma dirección. (Universidad de Valencia, 2012)

6.2.1.1.3 Informativa

La comunicación informativa trata de transmitir temas como cultura, historia, experiencia, etc. Esta función es importante en la educación. La información es útil para el ser humano, el conocimiento ayuda a avanzar para tener un futuro mejor, por eso es tan importante para la educación la comunicación informativa, saber expresar estos temas para que los demás lo

entiendan es fundamental para tener una civilización que tenga la información necesaria para tener un mejor futuro. (Universidad de Valencia, 2012)

6.2.1.2 Proceso de comunicación

La comunicación es un proceso donde intervienen varios actores que influyen en la interacción que tienen 2 o más entes, estos son: (Orozco, 2016)

6.2.1.2.1 Fuente

Es el origen de la información tomada por el emisor para interactuar con el receptor, es el tema que se toma para interactuar con ese receptor. (Orozco, 2016)

6.2.1.2.2 Emisor

Es la persona que genera la interacción entre uno o varios entes, determinando el tema de inicio y comunicárselo a ellos, con el objetivo de informar o interactuar con ellos. (Orozco, 2016)

6.2.1.2.3 Mensaje

Es la información que el emisor ha interpretado para después ser transmitida por medio de habla, gestos, escrita, movimientos corporales, entre otros, a los entes que se desea comunicar. (Orozco, 2016)

6.2.1.2.4 Canal

Es el medio por el que se transmite el mensaje al emisor, para que sea interpretado de forma correcta por el receptor. (Orozco, 2016)

6.2.1.2.5 Decodificar

Es interpretar un mensaje o código. En el caso de la comunicación, el receptor debe interpretar el mensaje enviado por el emisor para entender el mensaje que él o ella le quiere dar. (Orozco, 2016)

6.2.1.2.6 Receptor

Es la persona que recibe e interpreta el mensaje del emisor, y con ello dar una idea y retroalimentar con su opinión acerca del mensaje al emisor y empezar la comunicación. (Orozco, 2016)

6.2.1.2.7 Ente

Ente proviene del latín “ens”, en su concepto filosófico significa “lo que es, existe o puede existir”. (Pérez, 2013)

Esto quiere decir que puede ser una persona, un objeto inanimado, un animal o algo que no se conozca dando un concepto más amplio de lo que puede significar, ya que su amplia variedad de referencias le permite tener en mente que puede ser cualquier cosa que pueda o no pueda existir pero que genera algún tipo de interacción con otra.

6.2.1.3 Propósitos de la comunicación

“El principal propósito de la comunicación es transmitir una idea o mensaje, de forma oral, escrita, kinética o gráfica, entre personas para que puedan relacionarse entre sí” (Orozco, 2016).

Con ello se puede decir que su objetivo final es que ese mensaje o idea que se ha transmitido sea interpretado y con ello generar una interacción con diferentes personas o entes para dar así una opinión o crear un ambiente en el que esas personas o entes puedan relacionarse entre sí.

6.2.2 Conceptos fundamentales relacionados con el diseño

“El diseño es un proceso de creación visual con un propósito” (Wong, 1995).

Cuando se trata de conocer acerca del diseño, existen personas que creen que solamente es embellecer nuestro entorno o el proyecto que se está realizando en ese momento, pero la realidad es muy distinta a lo que esa idea genera. En otras palabras, va más allá de lo que se puede imaginar

un ser humano que no conoce el verdadero proceso que conlleva el diseño, en contraste con la pintura y la escultura, diseñar cubre diferentes exigencias prácticas.

Se expresa de una manera especial y coincide en muchos aspectos con algunas disciplinas en el mundo del arte, pero el diseño siempre tiene un toque que se puede diferenciar a las demás.

El diseño es una forma de expresar la creatividad de un ente, coincidiendo en que existen muchos métodos o formas por las cuales estas se expresan, dando inicio a una idea y con ella se trata de expresar de una manera distinta a las demás generando así algo único y novedoso.

Del diseño se genera también un concepto denominado rediseño, el cual consiste en tomar una idea que ya existe y con ella poder generar un diseño diferente al que ya existe dándole un concepto nuevo o generando una imagen fresca de esa idea.

6.2.2.1 Elementos del diseño

Estos elementos están relacionados entre sí, si son tomados por separado pueden parecer abstractos pero reunidos determinan la apariencia y contenido definitivo de un diseño, de ellos depende como se ve el diseño final, por ello se debe ser muy cuidadoso cuando se trabaja con ellos y conocer si en realidad ayudara o afectara al diseño. De estos se distinguen 4 grupos (Wong, 1995):

6.2.2.1.1 Elementos Conceptuales

Son abstractos, se cree que están ahí, pero en realidad no lo están. Estos son fundamentales para el diseño y para ello solo una persona especializada en el diseño o que tenga el conocimiento necesario entiende que están ahí y puede visualizarlo sin ningún problema. Estos elementos son fundamentales para cualquier diseño, ya que ellos son los que inician el mismo, son la estructura principal y el fundamento del cual se debe conocer para dar forma al mismo. Entre ellos están el punto, línea y volumen. (Wong, 1995)

6.2.2.1.1.1 Boceto

Un boceto es un dibujo que se realiza a mano alzada utilizando un lápiz, papel y un borrador. En el boceto no se debe preocupar de cómo pueda visualizarse de primero, ya que este es la representación de lo que se desea expresar de forma sencilla y sin detalles que determinen un trazo final. (Design, 2011)

6.2.2.1.1.2 Línea

Es una sucesión de puntos que se extiende de forma indefinida y de manera continua en una dirección única. (Pérez, 2013)

6.2.2.1.1.3 Punto

Es el inicio de toda línea, con dimensiones pequeñas que puede ser percibida en una superficie que tenga como contraste un color diferente o que esté en relieve. (Pérez, 2013)

6.2.2.1.1.4 Volumen

Es como se le describe a un objeto por su grosor o tamaño. (Pérez, 2013)

6.2.2.1.2 Elementos Visuales

Son todo lo contrario a los elementos conceptuales, estos se pueden ver e identificar dentro de un diseño. Son fáciles de ver o entender, ya que resaltan en el diseño que se realiza, son la imagen principal de lo que ese diseño representa. En contraste a los conceptuales estos definen cómo se podrá observar al final el diseño y con ello determinar si se logró dar el mensaje apropiado. Tales como medida, textura y color. (Wong, 1995)

6.2.2.1.2.1 Color

(Design, 2011) Es el sentido como vemos el mundo, o por lo menos así lo percibimos gracias a nuestros ojos y al efecto que produce la luz cuando interactúa con estos.

6.2.2.1.2.2 Medida

(Design, 2011) Ancho de una composición o es la dimensión que tiene un objeto.

6.2.2.1.2.3 Textura

(Design, 2011) Es aquella trama, extensión o rugosidad que posee una superficie y que se siente al hacer contacto con ella.

6.2.2.1.3 Elementos de Relación

Estos elementos dominan la ubicación e interrelación de las formas dentro del diseño, algunos son percibidos como la dirección y posición, mientras otros pueden ser sentidos como el espacio y la gravedad. (Wong, 1995)

6.2.2.1.3.1 Dirección

(Design, 2011) Es el movimiento con un sentido orientado definido el cual nos indica a donde se puede dirigir un ente.

6.2.2.1.3.2 Espacio

(Design, 2011) En el mundo del diseño, se le llama espacio al lugar o superficie donde se va a colocar algún elemento de publicidad.

6.2.2.1.3.3 Gravedad

Es la fuerza natural que genera el planeta Tierra que ejerce sobre un ente, esta hace que el planeta tierra ejerza una fuerza de atracción superior al de otros entes con masa menor logrando así que estas se mantengan cercana a ella. (Pérez, 2013)

6.2.2.1.3.4 Posición

(Design, 2011) Es la forma en la que un objeto es colocado en un espacio.

6.2.2.1.4 Elementos Prácticos

Estos elementos van más allá que solo diseño, estos son elementos que se aprenden y se llevan siempre en la memoria de la persona que ha aprendido de ellos y trabaja con ellos para visualizar una idea, tales como significado y función. (Wong, 1995)

6.2.2.1.4.1 Función

Para la semiótica, una función es un conjunto de elementos que se relacionan entre sí para definir o formar una estructura. (Pérez, 2013)

6.2.2.1.4.2 Significado

Es el sentido que tiene una palabra o algún termino que hacer referencia a lo que representa. (Pérez, 2013)

6.2.2.1.4.3 Tríptico

En el pasado los griegos y romanos les denominaban así a los códices formados por tres tablillas. Hoy en día en el mundo de la edición se denomina así a los impresos divididos en tres hojas o partes y que se doblan hacía adentro. (Design, 2011)

6.2.2.1.4.4 Valla Publicitaria

Es un soporte de grandes dimensiones que expresan un mensaje con fines publicitarios para las personas. Estas pueden estar fijas o pueden ser alquiladas durante periodos de tiempo concretos, que por lo regular son de unos 15 días. (Design, 2011)

6.2.2.2 Clasificación

6.2.2.2.1 Diseño Gráfico

Según (Samara, 2008), el diseño gráfico inicia de una idea a la que le da forma visual para que las personas puedan entenderla, además se expresa y organiza en un mensaje que une imágenes, símbolos, colores y materiales tangibles.

A diferencia de otros, el diseño gráfico es de los más conocidos en el ámbito del diseño, debido a su variedad en diseño y como abarca muchos campos que otros no lograrían tomar, además de ser una clase de diseño que siempre está adaptándose y busca nuevas formas de ser creativa.

El diseño gráfico es el campo en el que se puede tomar una idea y se puede expresar de cualquier forma posible, sin limitación alguna a la imaginación y creatividad del diseñador. Sin embargo, sufre de la opinión pública y por ello existe público que probablemente gustara de ese diseño y otro que no le agrada, la opinión pública se debe tomar en cuenta ya que puede ayudar a mejorar, pero en algunos casos puede matar la creatividad del diseñador.

6.2.2.2.1.1 Diseño Editorial

El diseño editorial se dedica a maquetar y componer obras literarias, las cuales pueden ser libros, novelas, cuentos, entre otros. Con ella se logra una mejor redacción al momento de generar alguna obra antes dicha, con ello se intenta obtener la comprensión de las personas que lean dichas obras y generar satisfacción en ellos. (Álvarez, 2009)

6.2.2.2.2 Diseño Visual

Se denomina diseño visual a transformar datos o elementos digitales en elementos visuales tomando como consideración la percepción y utilizando nuevas tecnologías para crear imágenes que ayuden a establecer una comunicación.

El mensaje que se tome de esos datos son muy importantes, ya que puede no tener el mismo significado que de forma digital, para ello se debe ser cuidadoso cuando se escogen estos elementos, ya que pueden ser fundamentales en el diseño final y con ello tener un mensaje que sea acorde a lo que se quiere dar a conocer.

“Se dedica al estudio de la utilidad de la imagen fija, móvil, ambiental y digital a partir del lenguaje que es utilizado en la sociedad”. (Revista ARQHYS, 2012)

6.3 Ciencias auxiliares, teorías y tendencias

6.3.1 Ciencias Auxiliares

6.3.1.1 Señalética

Ayuda a crear una imagen a su entorno, refuerza la imagen pública, para que se oriente y decida dónde se va a utilizar esa señal. Ese refuerzo mental, junto a la visualización de la señal, ayuda a la persona a identificar lo que ahí se puede encontrar generando una ayuda fundamental en la sociedad.

La señalética y la semiótica van de la mano, porque la señalética tiene como objetivo orientar a las personas por medio de las señales para que no exista algún tipo de confusión en el lugar en el que están ubicadas.

“Su función es ayudar a las personas a identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos en un entorno definido”. (Mikiwaka, 2015)

6.3.1.2 Semiótica

Surge de la combinación de las palabras en griego ‘semeion’, que significa señal, y ‘logos’, que significa tratados o teoría, también es conocida como semiología. La semiótica es la ciencia que estudia la vida social de los signos, en otras palabras, se le conoce por definir qué tipo de señal se necesita en algún lugar y con ella tener una ayuda para poder identificar el lugar o advertencia que necesita conocer la persona de ese sitio.

Se ve o se intuye que se conoce qué tipos de señales existen y en algunas ocasiones se cree que no es necesario que se coloquen cierto tipo de señales, cuando en realidad es todo lo contrario, ya que las señales siempre son necesarias en el mundo, por precaución o por necesidad de saber si hay un hospital o un aeropuerto cerca al cual llegar. (Design, 2011)

6.3.1.3 Psicología

Es la disciplina que trata sobre los procesos mentales en personas y animales. Esta disciplina se encarga de realizar estudios a personas para ayudarlos si tienen algún problema o si necesitan un consejo. Además, genera una nueva ventana a conocer como se interactúa o que pueden realizar los animales.

Ahora la psicología moderna ha realizado investigaciones de donde ha recopilado hechos sobre conductas y las experiencias que han tenido los seres vivos a lo largo de su vida, estas experiencias las organizan en forma sistemática y de ellas elaboran teorías para su comprensión, gracias a estos estudios se permite explicar el comportamiento y en algunos casos, predecir acciones futuras. (Pérez, 2013)

6.3.1.3.1 Psicología del consumidor

(WordPress, 2009) La psicología del consumidor se refiere a como una empresa debe interactuar con su público objetivo para atraerlos u obtener su atención para conseguir el producto y con ello lograr generar una satisfacción económica para la empresa. Sea cual sea la empresa, esta debe tomar muy en cuenta qué es lo que su grupo objetivo quiere, ya que de ahí parte la idea original y el objetivo que debe tener el producto para satisfacer las necesidades que ellos tienen, o también, si el producto ya existe, tratar de mejorar el producto con la ayuda de ellos para así tener mejor resultado en la satisfacción del consumidor.

Para que se tome una decisión correcta por parte del consumidor, existen diferentes aspectos en ellos que ayudan a tomar esa decisión:

6.3.1.3.1 Grupos de referencia

6.3.1.3.1.1 Primarios

Estos pueden ser familia y amigos íntimos, que son a los que se tiene mayor confianza dentro del círculo social de una persona, con ello tener una ayuda grata y fundamental al momento de decidir qué hacer. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.2 Secundarios

Amistades que se generan en los centros educativos son personas que dan un punto de vista diferente y generan un alcance específico que puede ayudar en la toma de decisiones. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.3 Terciarios

Estos son los medios de comunicación que generan un punto de vista comercial del producto que termina influyendo, en algunos casos, para tomar esa decisión. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.2 Factores psicológicos

Estos son:

6.3.1.3.1.2.1 Cultural

Su forma de ser y sus valores dentro de la sociedad juegan un papel importante, ya que determina cómo puede actuar la persona al tomar una decisión. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.2.2 Status

Un modelo de vida puede influir mucho en la persona, por lo tal cuando se conoce el status social y económico que tiene el grupo objetivo en la sociedad, ayuda a cómo esa persona pueda tomar esa decisión. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.2.3 Afectivo

Consta de cómo se toma la decisión basada en los sentimientos o necesidades que una persona pueda tener en ese momento, esta es una de las más influyentes al momento de tomar una decisión. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.2.4 Necesidad

Trata de lograr vender lo importante que es el producto para el consumidor en su vida, generando así un sentimiento de añorar ese producto, por lo tal se logra atraer al cliente por medio de la necesidad del mismo por adquirir este producto a su vida. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.2.5 Masificación

Intenta generar que el consumidor adquiera el producto utilizando como medio a la sociedad, más específicamente se trata de incitar al cliente por medio de mensajes que muestren que otras personas si lo tienen y esto genera curiosidad en el consumidor. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.2.6 Innovación

Utilizar la tecnología como método de promocionar al producto para generar interés en el consumidor y que logre adquirirlo. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.2.7 Pertenencia

Esta es muy directa a comparación de las demás, ya que trata de llamar la atención del consumidor por medio de situaciones en la que el producto puede generar una posición mejor a la que el grupo objetivo tiene, ya sea afectiva o social. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.3 Enfoques del comportamiento del consumidor

Son 3:

6.3.1.3.1.3.1 Teoría económica

Depende de la situación económica que tenga el grupo objetivo dentro de la sociedad. Con ello en mente se puede crear un número adecuado de situaciones que determinan que probabilidad pueda tomar el consumidor al momento de elegir. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.3.2 Enfoque psicosociológico

En esta se divide en dos tomas de decisiones diferentes, donde una se basa en cómo se comporta la persona y la otra que tanta influencia social tiene el grupo objetivo al momento de tomar esa decisión. (WordPress, 2009)

6.3.1.3.1.3.3 Motivacional

Una necesidad insatisfecha puede generar una motivación en la persona, logrando así que esta tome una decisión basada en esa necesidad. (WordPress, 2009)

6.3.1.4 Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación pero que tiene un entorno muy variado y que influye dentro de la sociedad. Por lo general, la publicidad son todas aquellas formas de comunicación que tienen un objetivo económico. La publicidad como tal tiene sus limitaciones, su objetivo primordial es vender, dando como consecuencia métodos para dar a conocer un tema o producto y que el mensaje llegue a todas partes no importando el medio por el cual se lleve ese mensaje en especial.

Cuando la publicidad se enfoca en solo vender y no se toma en cuenta la opinión pública o deseos del consumidor, puede tener resultados desastrosos. Para ello se debe realizar un estudio y encuestas, para que se conozca si el producto o servicio tendrá el éxito que se tiene preestablecido.

Conocer estos métodos es primordial en la publicidad y se deben aplicar siempre para que se tenga la satisfacción necesaria que el cliente desea. (Orozco, 2016)

6.3.2 Artes

6.3.2.1 Fotografía

Mucho se dice de cómo se inició la fotografía, sin embargo, no todos están en lo correcto o desconocen el verdadero inicio o motivo por el que se llegó a ese punto de inicio. La fotografía nace del deseo del ser humano por retratar el mundo que lo rodea. Su deseo y función artística a la que se avoca hoy en día vino después y todo gracias a los avances tecnológicos en el campo de la fotografía avanzada.

La fotografía es uno de los artes que parece que tiene poco reconocimiento en el mundo pero que es uno de los más practicados en el mismo, ya que hoy en día cómo la tecnología está tan avanzada se puede encontrar en teléfonos celulares que funcionan como herramientas básicas para que una persona se introduzca en el mundo de la fotografía.

Pero esto no quiere decir que ya sea fotógrafo profesional, al contrario, este solo es el inicio y para conocer a profundidad lo que la fotografía tiene para esa persona y todo lo que se puede realizar con ella.

La fotografía profesional es el siguiente paso que esa persona que quiere aprender a fondo lo que es la fotografía. Para ello se deben conocer varios conceptos que ayudarán a entender la diferencia que hay entre tomar una fotografía con una cámara de teléfono donde las funciones especiales del mismo hacen que se vean bien. No es lo mismo a tomar esa foto desde otro ángulo o con una técnica diferente que puede ser que sea mejor y esa misma fotografía tenga diferente visualización a la que originalmente se podría tomar. (Noguera, 2014)

6.3.2.2 Tipografía

(Design, 2011) Es la representación gráfica del lenguaje. También conocido como una “disciplina que rige el diseño de caracteres unificados por propiedades visuales uniformes”.

6.3.3 Tendencias

6.3.3.1 Minimalismo

Se le denomina así a una corriente artística contemporánea que reduce su repertorio de composiciones a unos pocos objetos determinantes que definen el espacio, provocando que la apariencia del espacio aparece ejemplarmente como una relación de proporciones manipulable.

(Design, 2011)

Capítulo VII – Proceso de diseño y propuesta preliminar

7.1 Aplicación de la información obtenida en el marco teórico

7.1.1 Aplicación de la Comunicación

La comunicación es una parte fundamental del día a día del ser humano. Es un proceso que trata de transmitir un mensaje para que los demás logren entenderlo y así tener un tema en el que puedan interactuar. Este proceso estará dividido en:

- Emisor: Es quien se encargará de redactar y plasmar en el canal el mensaje que se desea dar a conocer.
- Receptor: Es el grupo objetivo que se estableció y al que se hace llegar esa información.
- Mensaje: Es el código que contendrá la información necesaria para que el grupo objetivo obtenga esa información necesaria.
- Canal: Es el medio por el que se llevará ese mensaje, en este caso se trata de vallas publicitarias y un tríptico.

Con ello se trata de generar un mensaje claro que sea de ayuda para el grupo objetivo y que conozcan un poco más del lugar al que se está haciendo alusión.

7.1.1.1 Aplicación de las funciones de la comunicación

La función que se utilizará es la informativa, ya que se trata de dar a conocer al grupo objetivo acerca del lugar que se quiere dar a conocer.

7.1.2 Aplicación del diseño

El diseño trata de generar y unir el mensaje con las fotografías que se agregarán para dar una idea al grupo objetivo de cómo será el lugar en la valla publicitaria, mientras en el tríptico será la descripción de dichas fotos. El diseño tomará como base las fotografías del lugar y se realizará un diseño que sea agradable para la vista del grupo objetivo.

7.1.2.1.1 Aplicación del diseño gráfico

Con las fotografías tomadas de la laguna de Obrajuelo, Agua Blanca, Jutiapa, se añadirán piezas y tipografías que estén acorde a lo que se necesita para que el mensaje sea el correcto.

7.1.2.1.1.1 Aplicación del diseño editorial

Con los conocimientos adquiridos de diagramación de textos y maquetación, se generará un tríptico y una valla publicitaria que contenga el texto necesario en el orden adecuado.

7.1.2.1.2 Aplicación del diseño visual

Se utilizarán elementos que no afecten la fotografía, estos elementos serán un poco transparentes para que el texto que se quiere añadir sea visible y así no afecte la belleza que se quiere demostrar de la laguna de Obrajuelo, Agua Blanca, Jutiapa.

7.1.2.2 Aplicación de los elementos del diseño

Los elementos a utilizar en el diseño serán elementos visuales que ayuden a reforzar el mensaje.

7.1.3 Aplicación de las ciencias auxiliares, teorías y tendencias

7.1.3.1 Aplicación de la señalética

La señalética juega un papel importante ya que ayudará a tomar como base una ubicación importante y así determinar dónde y a qué distancia colocar las vallas publicitarias.

7.1.3.2 Aplicación de la semiótica

La semiótica ayuda a ver cómo debe ir el mensaje en la valla, tratando de atraer al grupo objetivo y con ello generar interés en el lugar.

7.1.3.3 Aplicación de la psicología

Evaluando la situación del grupo objetivo se crea una idea de lo que puede interesar y atraer a las personas, para que tomen en cuenta cuando vean la valla o el tríptico lo que les puede generar el lugar.

7.1.3.3.1 Aplicación de la psicología del consumidor

Con la idea en mente se utilizan elementos visuales que sean llamativos para el grupo objetivo, con ello se logra la atención y se crea interés. Por lo tanto, solo falta generar conformidad para que el cliente se decida a ir a la laguna de Obrajuelo, Agua Blanca, Jutiapa.

7.1.3.4 Publicidad

La publicidad es la idea por medio, de la que se atrae a los clientes, se analiza cuáles son los puntos estratégicos donde poner una valla y con ello tomamos la atención del cliente.

7.1.3.5 Fotografía

La fotografía es el elemento visual que se usará para atraer al cliente, con una buena imagen del lugar hace que este despierte el interés en el grupo objetivo.

7.1.3.6 Minimalismo

No poner objetos de más en el diseño, ayuda a no generar contaminación visual. Con ello logramos la atención necesaria y rápida que el grupo objetivo necesita para leer lo que dice la valla y el tríptico.

7.2 Conceptualización

Para la conceptualización de la valla publicitaria y el tríptico, se utilizó un método creativo que ayudó de gran manera a visualizar de forma correcta lo que se necesitaba. En un principio se tomó en cuenta 3 diferentes métodos para conocer mejor cuál utilizar, pero se decidió por el método o técnica la que se llama, Técnica de Da Vinci.

7.2.1 Método

7.2.1.1 Técnica de Da Vinci

Una mente abierta a nuevas ideas, lo cual lleva a que exista en ella un sinnúmero de ideas nuevas que pueden llevar a ser soluciones a algún problema.

Esto puede ser ayudado por imágenes o por experiencia que se adquirió en el pasado, que ayuda a manifestar estas ideas. Así trata la técnica Da Vinci de dar una idea nueva o una solución a algún problema, por medio de análisis y estimulación de las ideas que se generan en el momento. Para eso se realizaron las siguientes acciones:

- Visualizar el camino a Agua Blanca, Jutiapa para determinar qué tipo de valla es la necesaria.
- Observar qué tipos de vallas publicitarias están en la carretera para realizar algo diferente a lo que se ve en el lugar.
- Recolectar la información necesaria para el tríptico.

Todo siguiendo los siguientes pasos:

7.2.1.1.1 Repase

Revisar el problema y ver qué tipo de solución se puede dar.

7.2.1.1.2 Relajarse

Nunca es bueno estar estresado al momento de solucionar un problema, por ello la mejor solución es relajarse y dejar que la mente se concentre en un solo problema para que sea mejor el resultado.

7.2.1.1.3 Deje

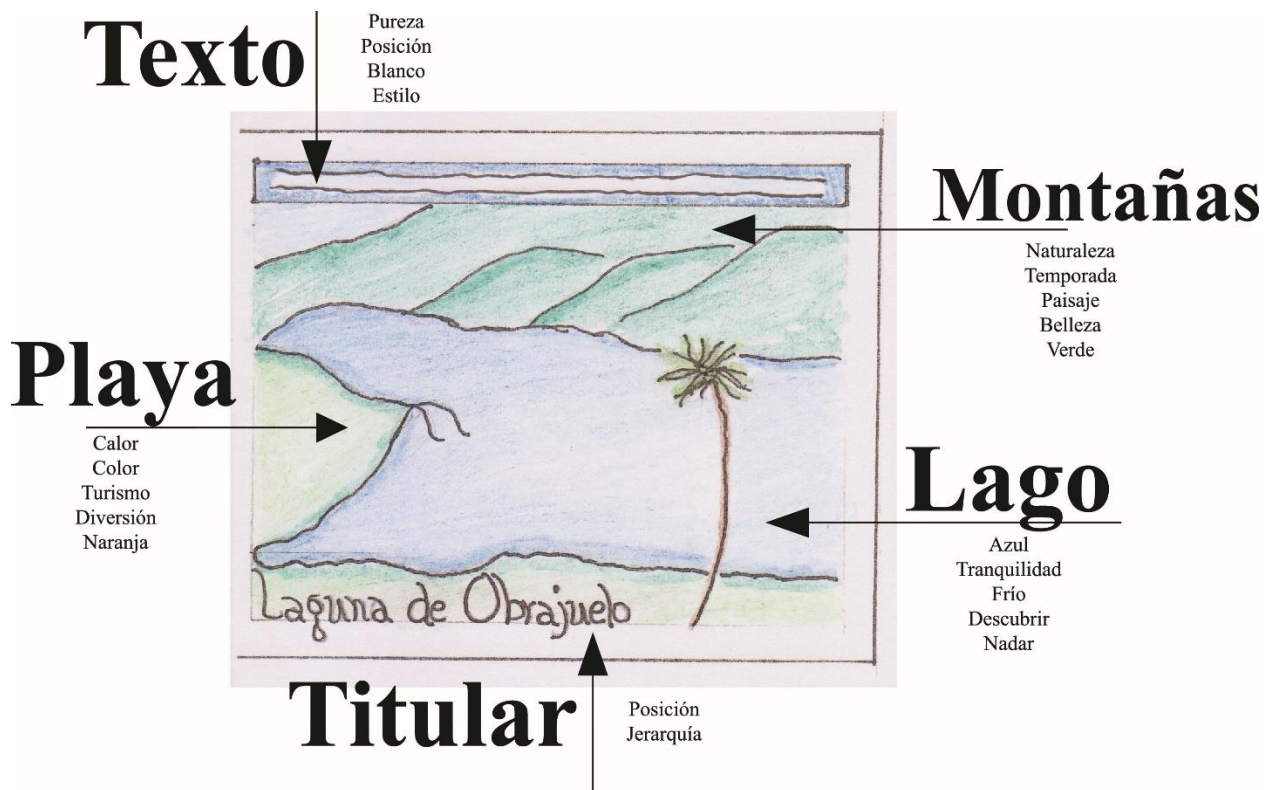
Dejar que la mente genere imágenes aleatorias de lo que probablemente se puede encontrar una solución en todo ese mar de imágenes o ideas que el cerebro genera.

7.2.1.1.4 Proporcione

Generar la idea del problema y cómo solucionarlo por medio de un dibujo para ayudar a determinar que se necesita visualmente.

7.2.1.1.5 Dibuje

Dibujar genera una ayuda visual a lo que puede ser la solución transitoria del problema.



7.2.1.1.6 Examinar

Con ello, ver el dibujo genera una ayuda visual y así se logra examinar qué se puede mejorar de esta primera propuesta.

7.2.1.1.7 Escribir

Por cada imagen o dibujo que se genere para tomar diferentes puntos de vista:

- Belleza
- Naturaleza
- Turismo
- Nadar
- Calor
- Frío
- Color
- Temporada
- Descubrir
- Diversión
- Paisaje

7.2.1.1.8 Combinar

Hacer asociaciones con todas las palabras genera una ruta a encontrar la respuesta que se necesita para solucionar el problema.

7.2.1.1.9 Pensar

Después de todo lo que se realizó, ¿qué hace falta para que se solucione el problema? ¿se encontró la respuesta? Estas son preguntas que, por lo general, se deben realizar para determinar si todo lo anterior hecho tuvo su fruto.

7.2.2 Definición del concepto

Con el método se hizo liberar varias ideas que pueden ser muy útiles al final, con el diseño que se quiere proponer. Las ideas van y vienen siempre en la mente de todo ser humano, y para un diseñador es más fácil expresarlas de forma visual y hacer ver a su entorno lo que tiene en mente, por ello para trabajar un tríptico o una valla se necesita de algo que sea:

- Sencillo
- Único
- Llamativo
- Mensaje o información correcta y entendible

Para que llegue de forma adecuada al grupo objetivo.

7.3 Bocetaje

7.3.1 Valla Publicitaria

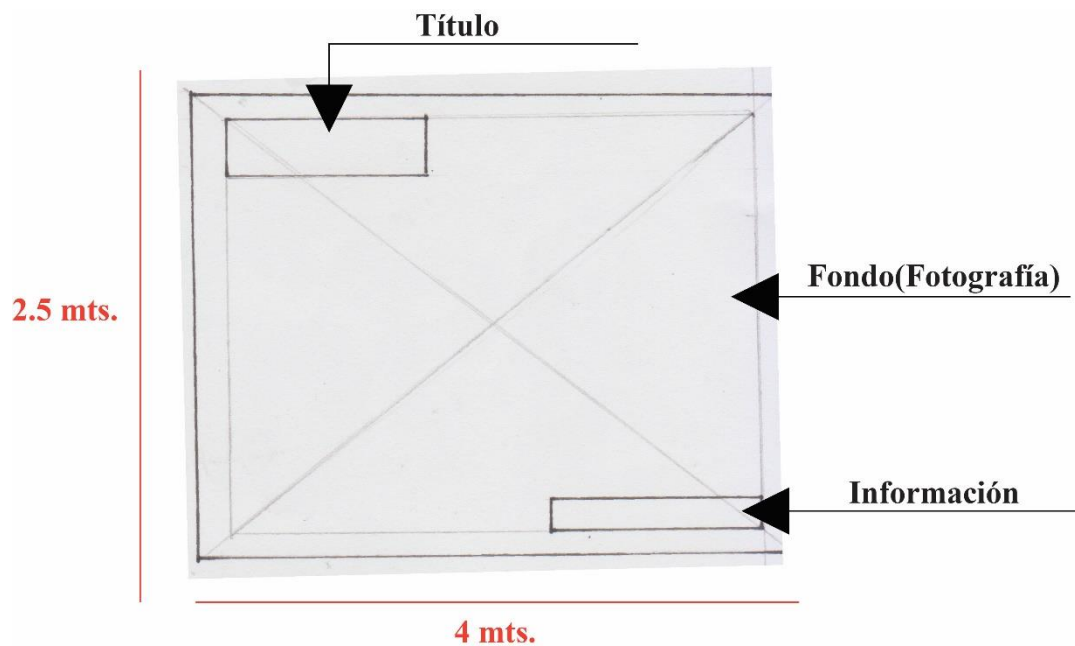
El proceso de bocetaje se divide en 4 pasos para la valla publicitaria:

- Retícula
- Bocetos Iniciales
- Bocetos Finales
- Digitalización

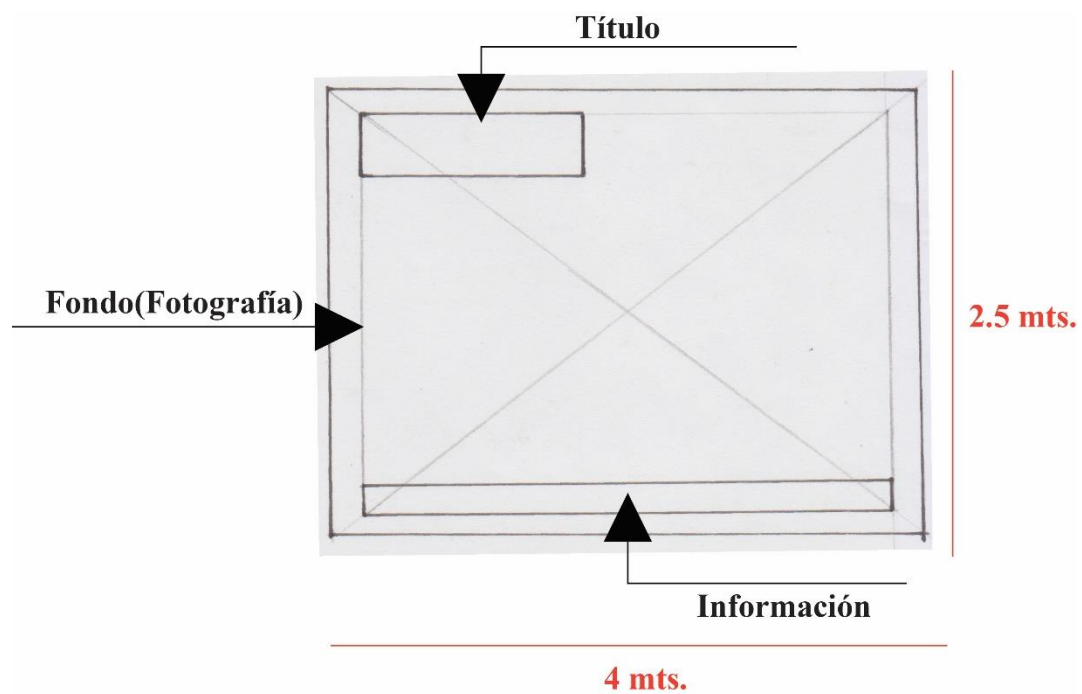
7.3.1.1 Retícula

En la retícula se trata de dar un orden y de conocer

Propuesta #1



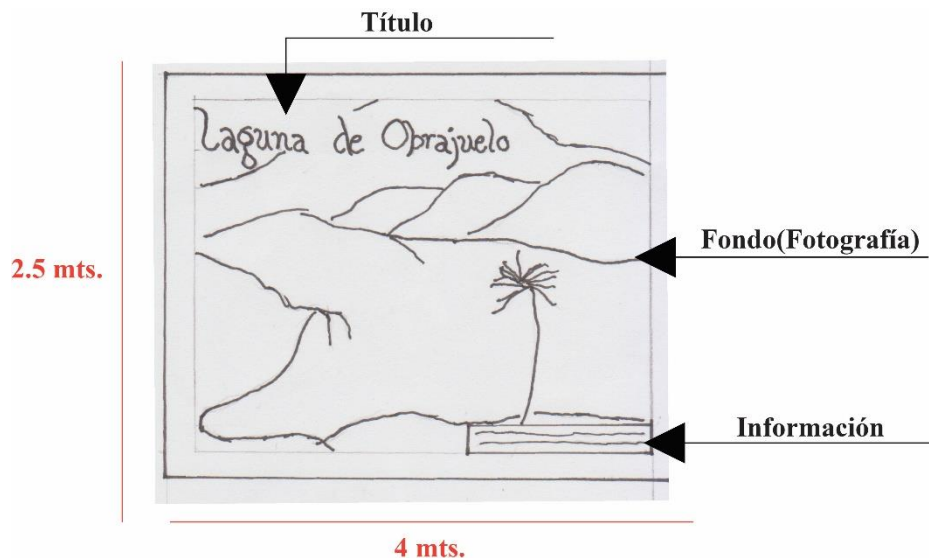
Propuesta #2



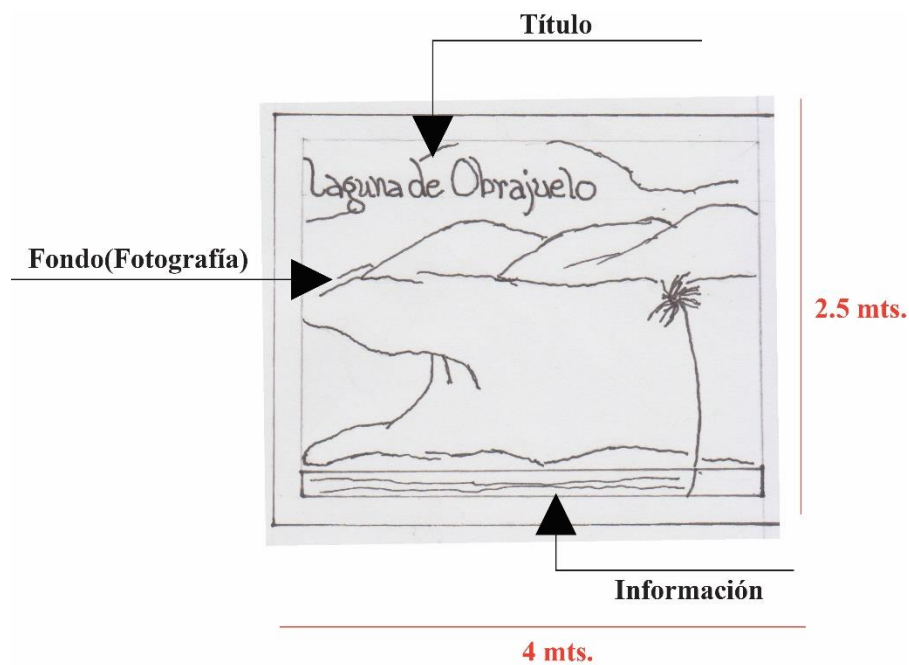
7.3.1.2 Proceso de bocetaje inicial

A este proceso se le aplica dibujo, donde se hace un boceto básico de la imagen principal de la valla publicitaria, además de añadirle líneas que simulan el espacio para el texto y se agrega el título de la valla publicitaria.

Propuesta #1



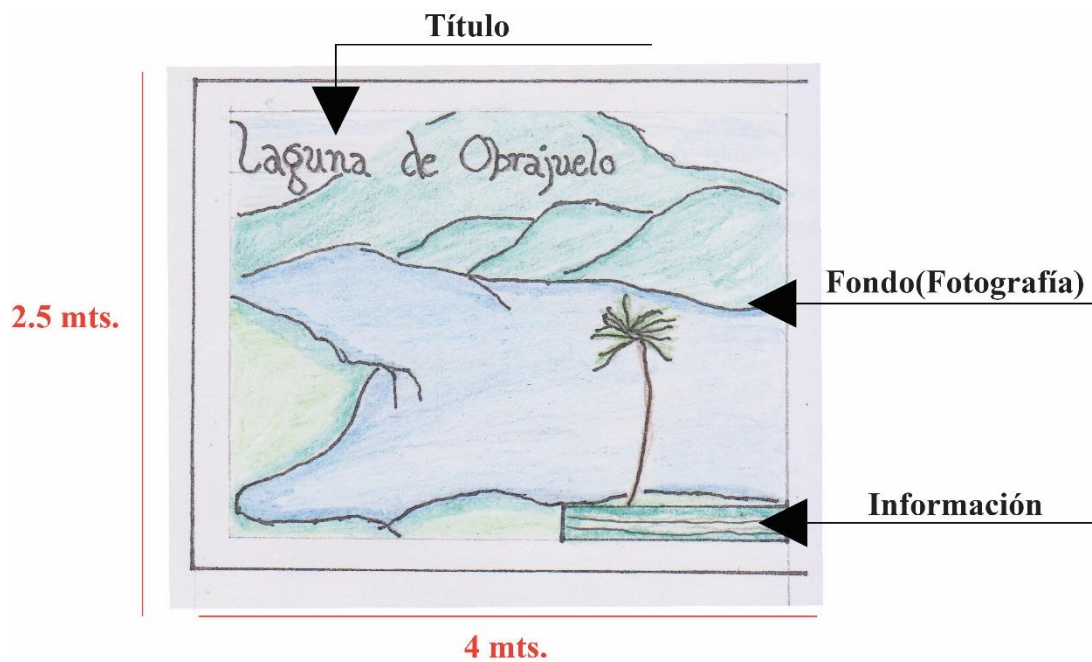
Propuesta #2



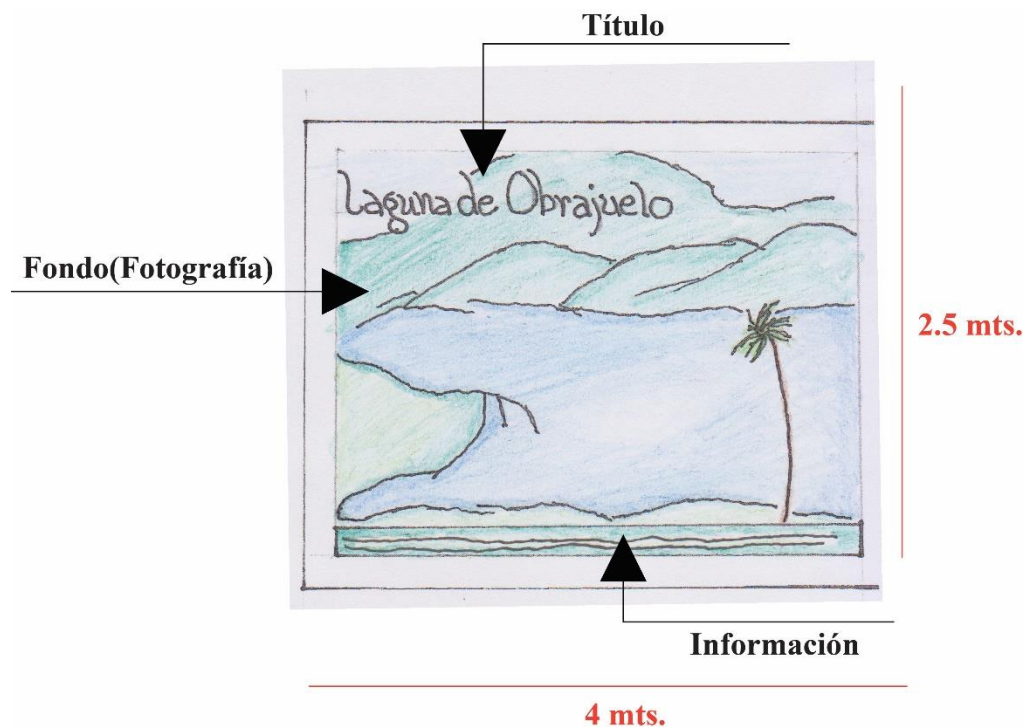
7.3.1.3 Proceso de bocetaje final

Aquí se agrega ya el color y cómo será la posible vista final de la valla publicitaria.

Propuesta #1



Propuesta #2



7.3.1.4 Digitalización



Se escogió una imagen de varias tomadas en el lugar, se editó para que tuviera el tamaño correcto.



A esa imagen se le agregó un título de tamaño correcto, al igual que texto que sea legible para las personas que vean la valla publicitaria.

7.3.2 Tríptico

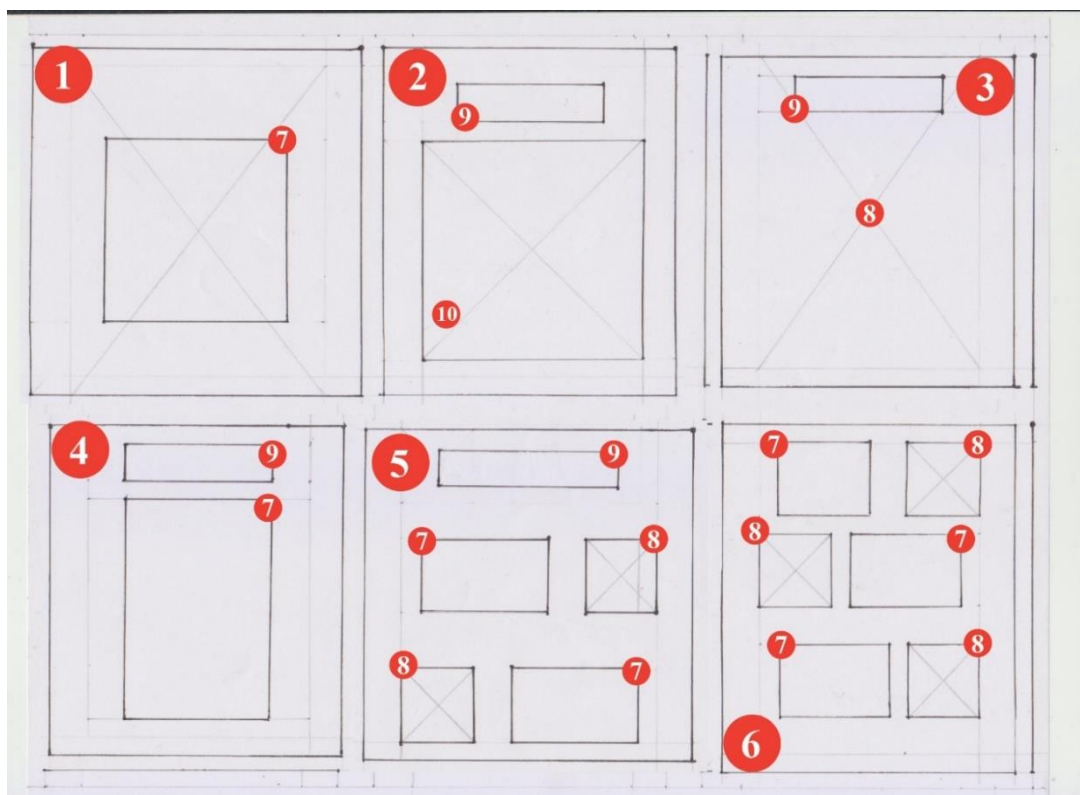
El tríptico tendrá ser tamaño carta y su proceso de bocetaje se divide en 3 pasos:

1. Retícula
2. Bocetos Iniciales
3. Bocetos Finales
4. Digitalización

7.3.2.1 Retícula

La retícula se realizó con el objetivo de orientar cómo se colocarán y qué irá en el tríptico.

Propuesta #1



Páginas

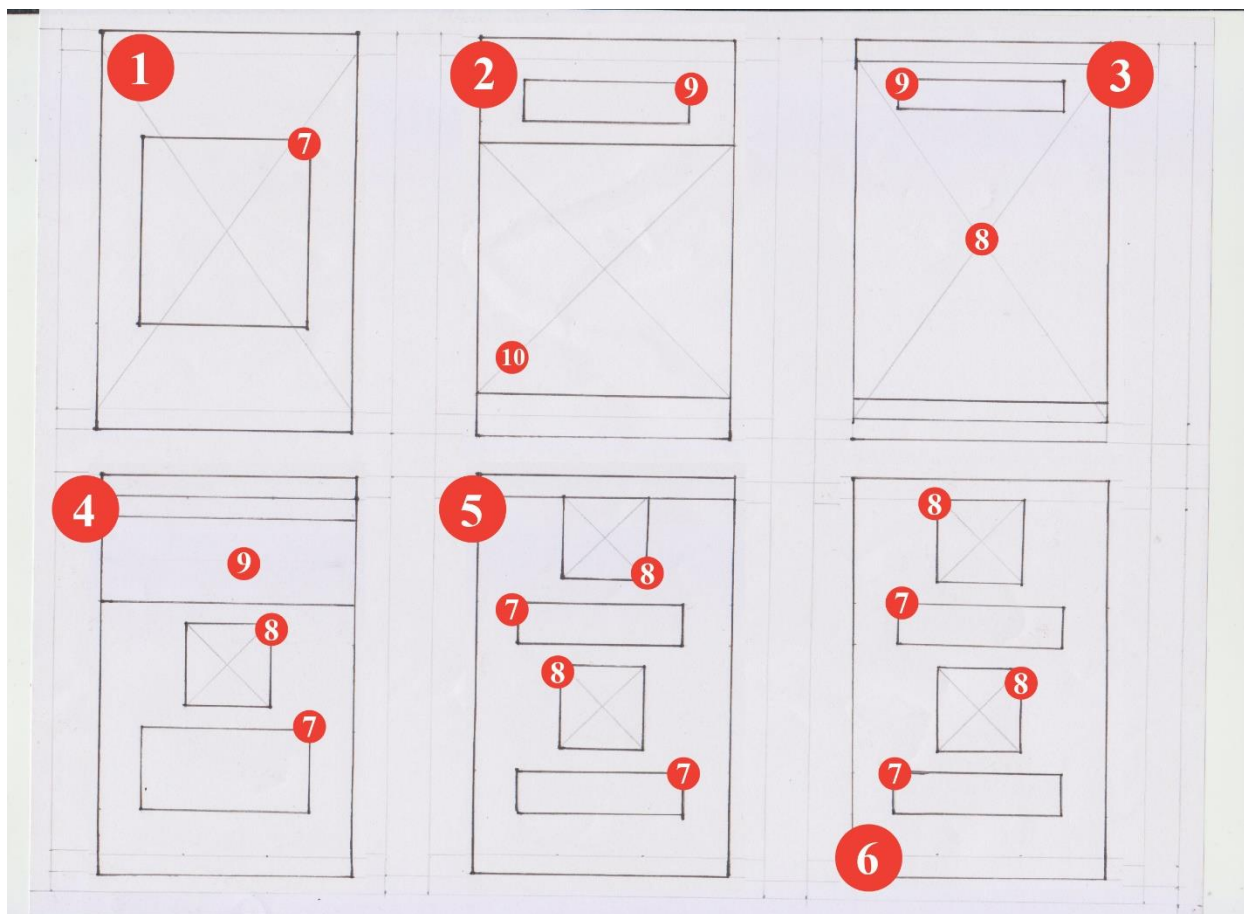
- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. Reseña del Municipio | 4. Reseña del histórica |
| 2. Contra portada | 5. Actividades |
| 3. Portada | 6. Actividades |

Elementos gráficos

- | | |
|----------------|----------|
| 7. Texto | 10. Mapa |
| 8. Fotografías | |
| 9. Título | |

Retícula

Propuesta #2



Páginas

- | | |
|-------------------------|----------------|
| 1. Reseña del Municipio | 4. Actividades |
| 2. Contra portada | 5. Actividades |
| 3. Portada | 6. Actividades |

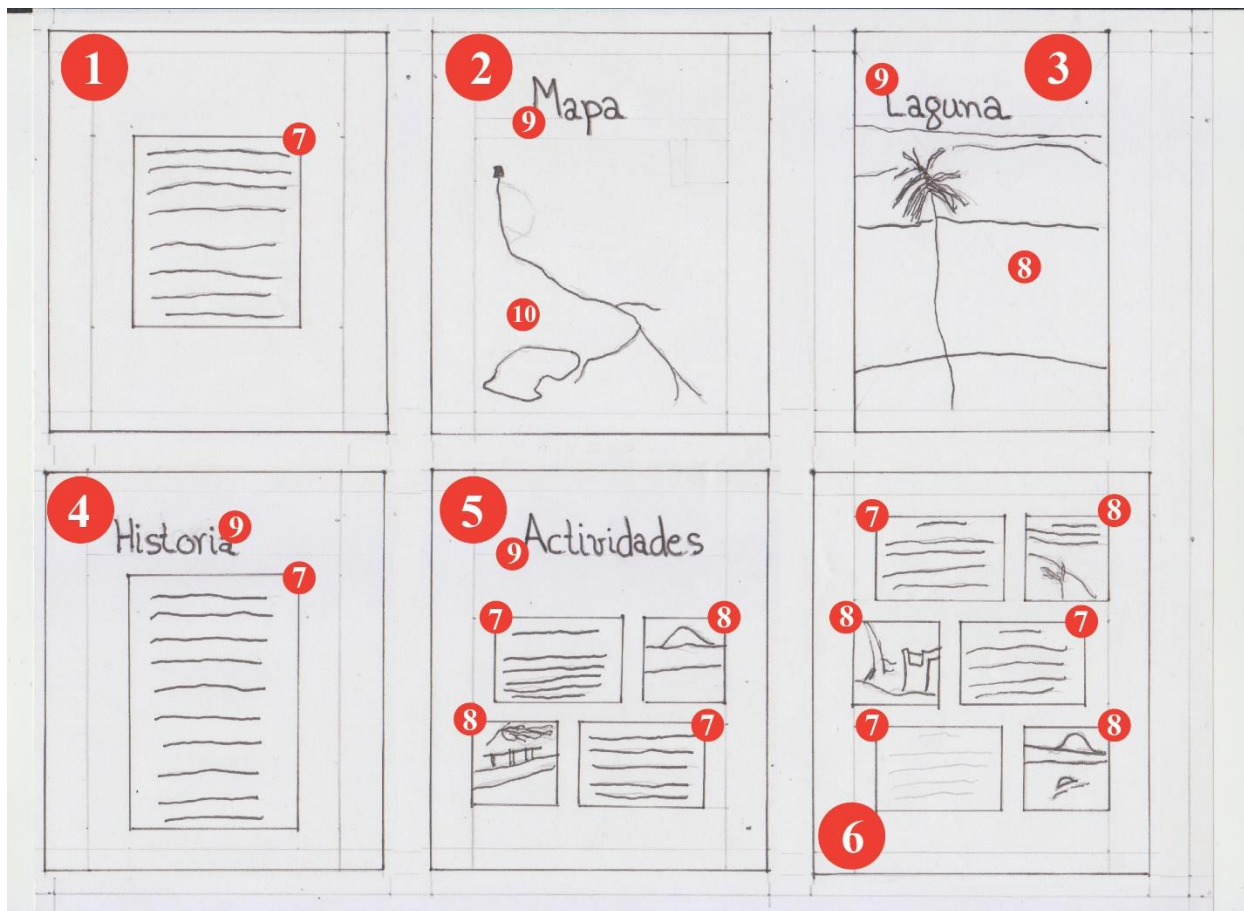
Elementos gráficos

- | | |
|----------------|----------|
| 7. Texto | 10. Mapa |
| 8. Fotografías | |
| 9. Título | |

7.3.2.2 Bocetos Iniciales

Aquí se genera texto y que imágenes probables irán en el tríptico.

Propuesta #1



Páginas

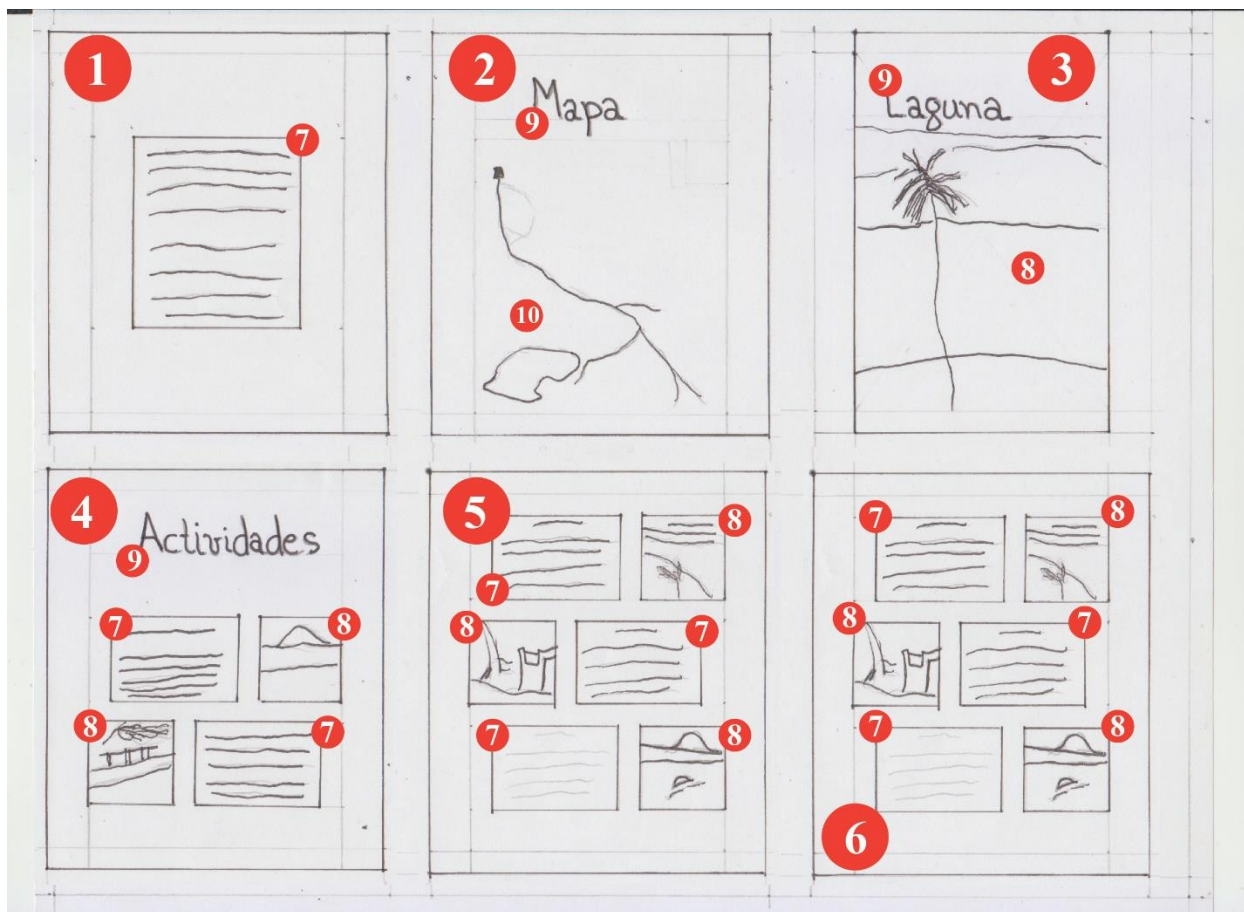
- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. Reseña del Municipio | 4. Reseña del histórica |
| 2. Contra portada | 5. Actividades |
| 3. Portada | 6. Actividades |

Elementos gráficos

- | | |
|----------------|----------|
| 7. Texto | 10. Mapa |
| 8. Fotografías | |
| 9. Título | |

Boceto iniciales

Propuesta #2



Páginas

- | | |
|-------------------------|----------------|
| 1. Reseña del Municipio | 4. Actividades |
| 2. Contra portada | 5. Actividades |
| 3. Portada | 6. Actividades |

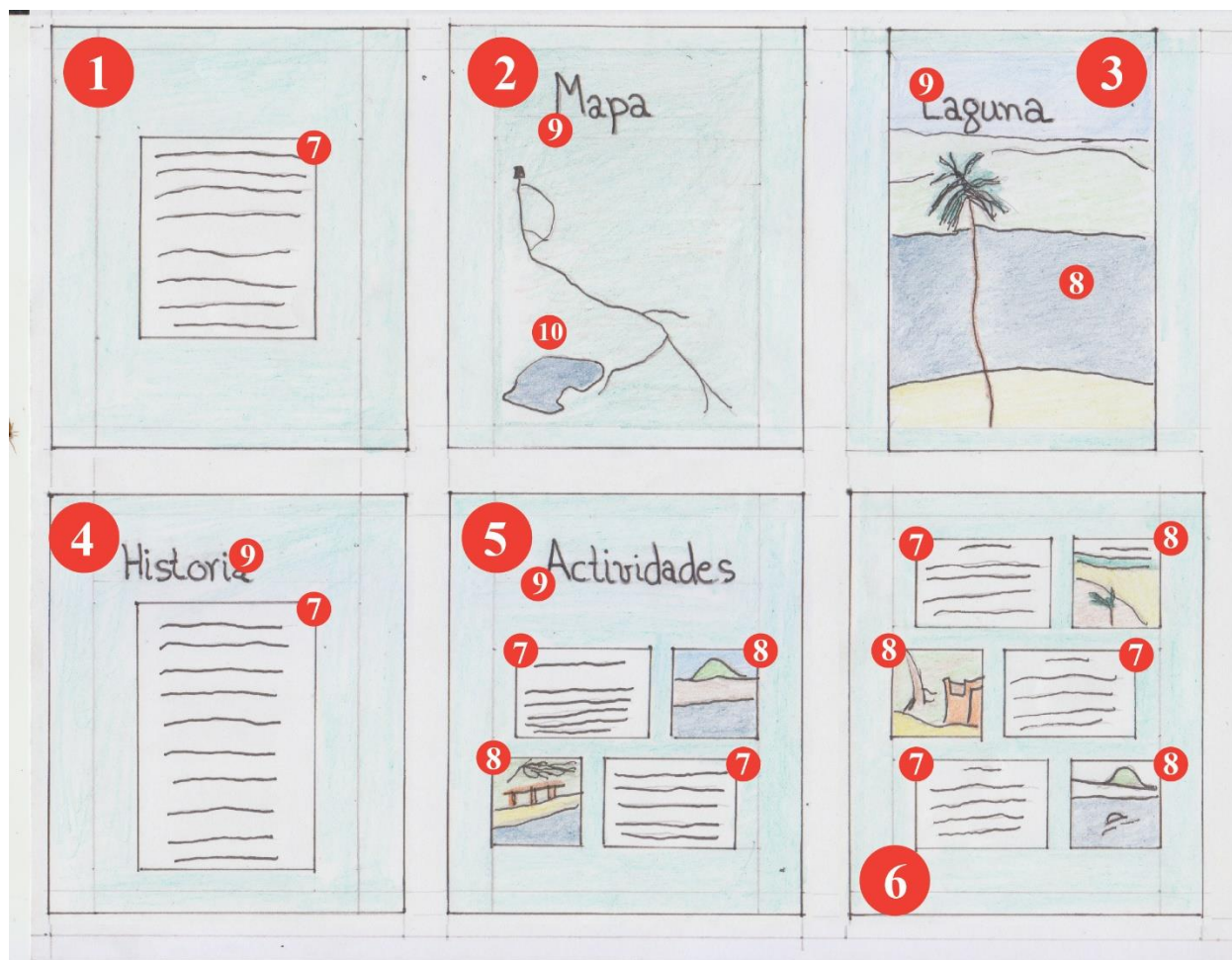
Elementos gráficos

- | | |
|----------------|----------|
| 7. Texto | 10. Mapa |
| 8. Fotografías | |
| 9. Título | |

7.3.2.3 Bocetos Finales

En el boceto final se agrega color dando una pre visualización de cómo debería ir al momento de digitalizarlo.

Propuesta #1



Páginas

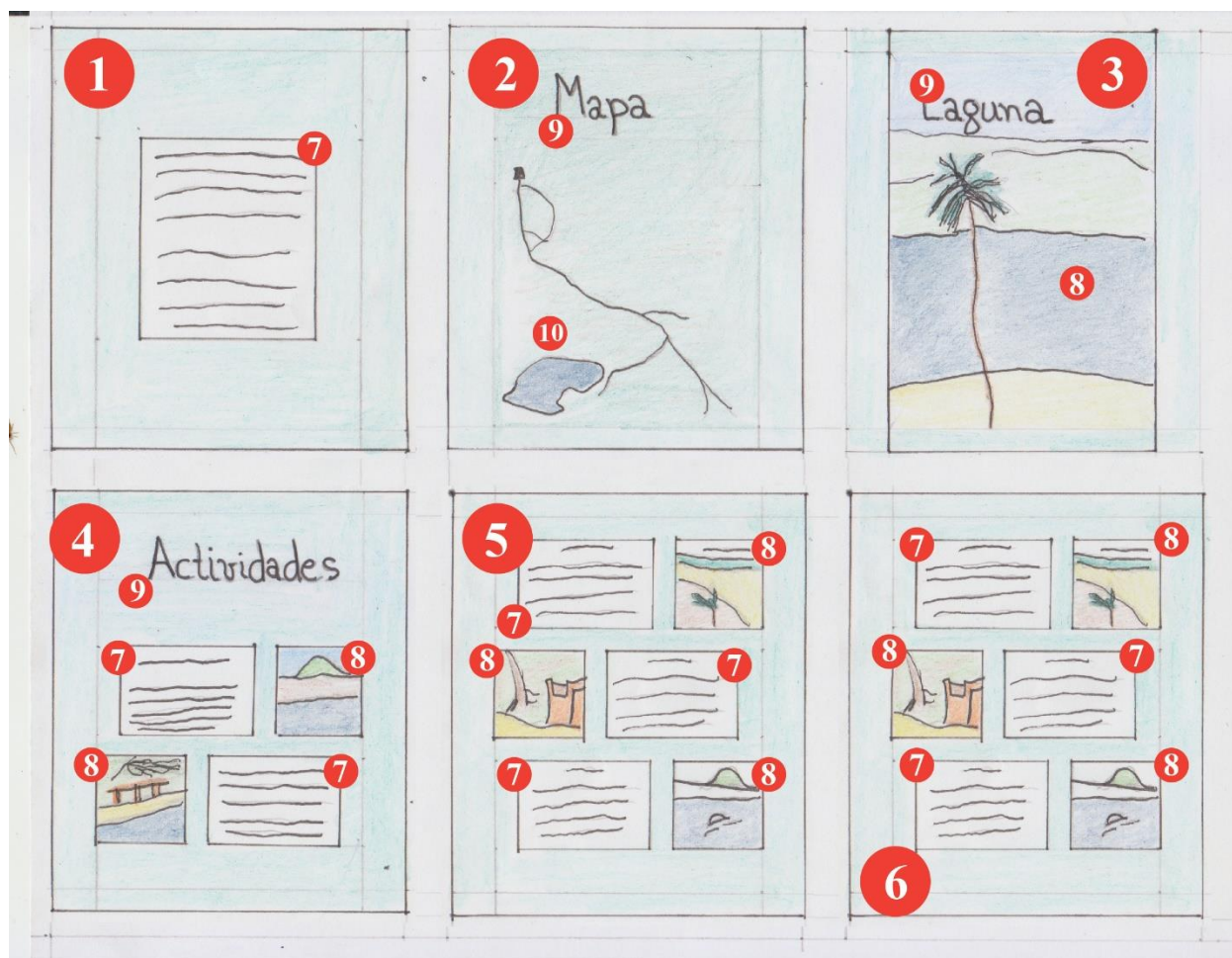
- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| 1. Reseña del Municipio | 4. Reseña del histórica |
| 2. Contra portada | 5. Actividades |
| 3. Portada | 6. Actividades |

Elementos gráficos

- | | |
|----------------|----------|
| 7. Texto | 10. Mapa |
| 8. Fotografías | |
| 9. Título | |

Boceto Final

Propuesta #2



Páginas

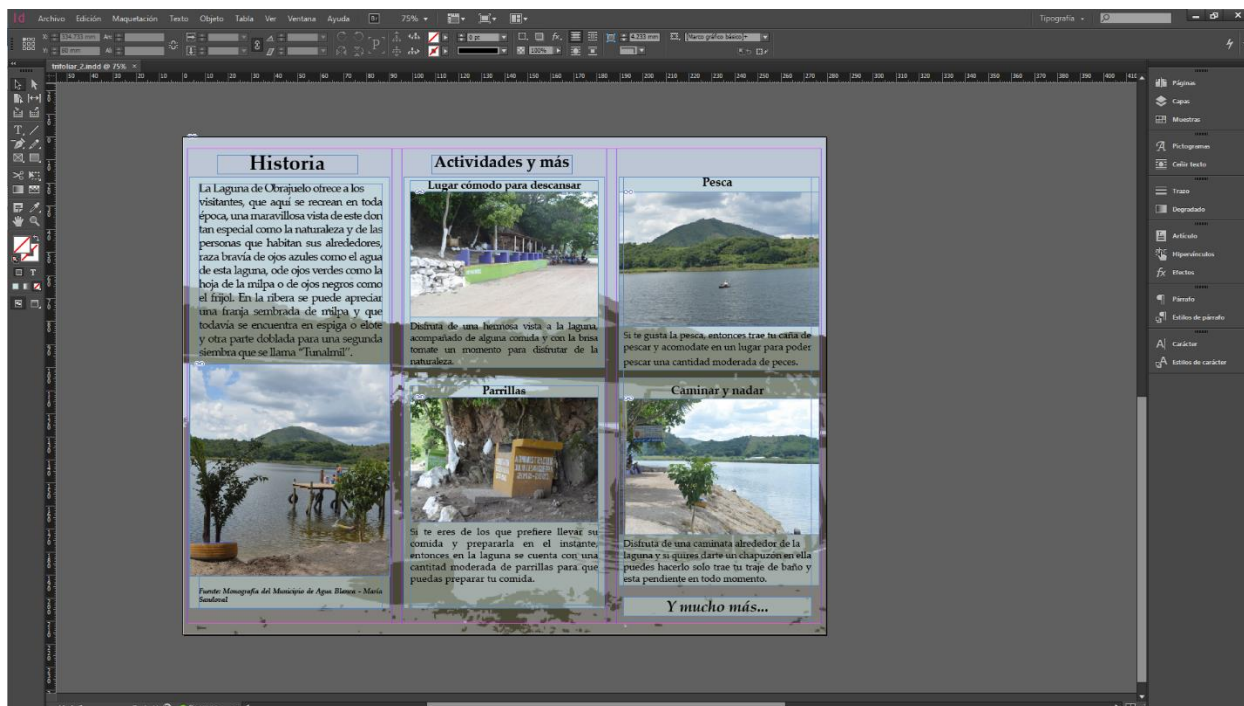
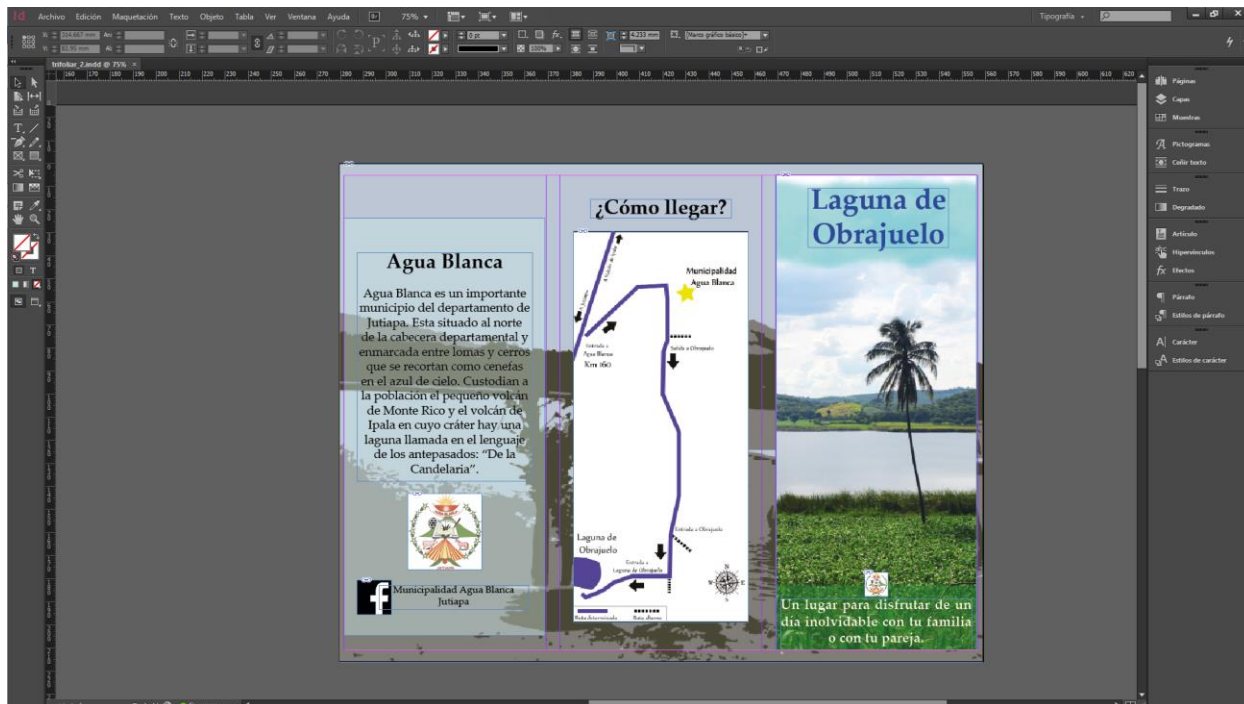
- | | |
|-------------------------|----------------|
| 1. Reseña del Municipio | 4. Actividades |
| 2. Contra portada | 5. Actividades |
| 3. Portada | 6. Actividades |

Elementos gráficos

- | | |
|----------------|----------|
| 7. Texto | 10. Mapa |
| 8. Fotografías | |
| 9. Título | |

7.3.2.4 Digitalización





Aquí ya se genera todo agregándole las fotos originales y el tipo de tipografía y colores que se utilizarán al final.





7.3.2 Elementos gráficos y texto

Elementos Gráficos

	<p>Título</p> <p>En este estara el titulo de la valla y en el tríptico, podrá ser de color rojo, verde o azul.</p>
	<p>Cuadro de Texto</p> <p>Aquí se encontrará la información que contendrá la valla.</p>
	<p>Cuadro de Texto</p> <p>Aquí se encontrará la información que contendrá el tríptico.</p>

Gama de Colores	
	c:12 m:100 y:100 k:3 - r:209 g:16 b:16
	c:94 m:83 y:4 k:0 - r:46 g:74 b:153
	c:83 m:22 y:100 k:8 - r:38 g:138 b:36
	c:25 m:2 y:13 k:0 - r:189 g:222 b:220

Texto	
ABC	<p>Nyala</p> <p>Utizada en todos los textos.</p>
	c:0 m:0 y:0 k:0 - r:255 g:255 b:255
	c:75 m:68 y:67 k:90 - r:1 g:1 b:1

7.4 Propuesta preliminar

7.4.1 Valla Publicitaria

Las medidas de la valla publicitaria son 2.5 metros por 4 metros y el material en el que se imprimirá será manta vinil.



7.4.2 Tríptico

El tamaño del tríptico es carta, 21.59 centímetros por 27.94 centímetros y el material en el que se imprimirá es couché.

Tiro

Agua Blanca

Agua Blanca es un importante municipio del departamento de Jutiapa. Esta situado al norte de la cabecera departamental y enmarcada entre lomas y cerros que se recortan como cenefas en el azul de cielo. Custodian a la población el pequeño volcán de Monte Rico y el volcán de Ipala en cuyo cráter hay una laguna llamada en el lenguaje de los antepasados: “De la Candelaria”.



 Municipalidad Agua Blanca Jutiapa

¿Cómo llegar?








Laguna de Obrajuelo



Un lugar para disfrutar de un día inolvidable con tu familia o con tu pareja.

Tríptico

Retiro

<h3>Historia</h3> <p>La Laguna de Obrajuelo ofrece a los visitantes, que aquí se recrean en toda época, una maravillosa vista de este don tan especial como la naturaleza y de las personas que habitan sus alrededores, raza bravía de ojos azules como el agua de esta laguna, ode ojos verdes como la hoja de la milpa o de ojos negros como el frijol. En la ribera se puede apreciar una franja sembrada de milpa y que todavía se encuentra en espiga o elote y otra parte doblada para una segunda siembra que se llama "Tunalmil".</p>	<h3>Actividades y más</h3> <h4>Lugar cómodo para descansar</h4>  <p>Disfruta de una hermosa vista a la laguna, acompañado de alguna comida y con la brisa tomate un momento para disfrutar de la naturaleza.</p>	<h4>Pesca</h4>  <p>Si te gusta la pesca, entonces trae tu caña de pescar y acomodate en un lugar para poder pescar una cantidad moderada de peces.</p>
 <p><i>Fuente: Monografía del Municipio de Agua Blanca - María Sandoval</i></p>	<h4>Parrillas</h4>  <p>Si te eres de los que prefiere llevar su comida y prepararla en el instante, entonces en la laguna se cuenta con una cantidad moderada de parrillas para que puedas preparar tu comida.</p>	<h4>Caminar y nadar</h4>  <p>Disfruta de una caminata alrededor de la laguna y si quieres darte un chapuzón en ella puedes hacerlo solo trae tu traje de baño y esta pendiente en todo momento.</p>
<p>Y mucho más...</p>		

Se presentaron los bocetos finales al cliente. (Ver anexo #3)

Capítulo VIII – Validación Técnica

8.1 Población y muestreo

8.1.1 Población

La propuesta preliminar fue presentada a 51 personas, mujeres y hombres entre 20 y 50 años, divididas de la siguiente forma:

- 26 personas del Grupo Objetivo
- 15 compañeros de clase (Licenciatura en Comunicación y Diseño)
- 5 expertos en diseño y comunicación
- 5 profesionales

8.1.2 Muestreo

Se utilizaron 2 tipos de muestreos para la población:

8.1.2.1 Muestreo Intencional o de conveniencia

Este tipo de muestreo se utilizó en el grupo objetivo y los compañeros de clase, debido a que este muestreo trata sobre escoger a las personas encuestadas de forma directa e intencionalmente, con tal de tener una muestra representativa, debido a que es más fácil su acceso y colaboración al momento de realizar la encuesta.

8.1.2.2 Muestreo Discrecional

Este tipo de muestreo fue utilizado en los expertos y profesionales encuestados. Este muestreo trata sobre escoger elementos que pueden aportar de forma positiva al proyecto. Por tal motivo se escogieron a las personas indicadas que ayudaron a determinar que cambios eran necesarios en la propuesta.

8.2 Método e instrumentos

8.2.1 Método

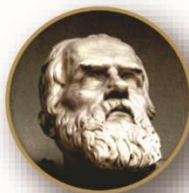
El método utilizado en la propuesta fue el cuantitativo, con el objetivo de tener una forma de analizar los resultados obtenidos de forma rápida y concisa, con la ayuda de la encuesta.

8.2.2 Instrumentos

Se utilizó la encuesta como instrumento de ayuda para presentar la propuesta preliminar a las personas encuestadas. Pero no fue de la misma forma para todos, ya que a los profesionales, experto y compañeros de la clase se le presentó de forma personal y al grupo objetivo fue de forma digital con la ayuda de Google Forms.

8.2.2.1 Encuestas

En las siguientes 3 hojas se presenta la encuesta con la que se validó.



Galileo
UNIVERSIDAD
La Revolución en la Educación

Encuesta

Género: Hombre: Mujer: Otro:

Fecha: _____

Antecedentes: La Laguna de Obrajuelo, ubicada en el municipio de Agua Blanca, Jutiapa, Guatemala, no había sido tomada en cuenta por parte de la municipalidad durante muchos años y estuvo abandonada. En los últimos años y con una nueva administración se tomó en cuenta este sitio y se dedicó a recuperar el lugar para convertirlo en un lugar turístico, sin embargo, no se pensó en que este fuera lugar para atraer a turistas ya que su publicidad es poca dentro del municipio. Con ello en mente se le propuso a la actual administración de la Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa, Guatemala la creación de material publicitario para que este lugar tuviera un incremento en sus visitas y estas son las propuestas que se le presentaron.

Instrucciones: En la siguiente encuesta se le presenta una serie de preguntas en las cuales usted deberá de responder llenando el recuadro con una “X o O” o rellenándolo con el color de lapicero que usted prefiera su respuesta a la pregunta.

De antemano se le agradece por tomarse el tiempo en responder su pregunta y espero tenga un excelente día, tarde o noche dependiendo el momento en el cual usted este llenando esta encuesta.

Parte Objetiva

1. ¿Considera necesario diseñar material para promocionar la Laguna de Obrajuelo en el municipio de Agua Blanca, Jutiapa, para dar a conocer a los turistas nacionales e internacionales?

Sí No

2. ¿Considera necesario investigar toda la información necesaria acerca de la comunicación y el diseño?

Sí No

3. ¿Considera necesario recopilar la información necesaria de la Laguna de Obrajuelo para que el material publicitario contenga lo necesario para conocer la Laguna de Obrajuelo?
- Sí No
4. ¿Considera necesario fotografiar la Laguna de Obrajuelo y lugares estratégicos donde se colocará el material publicitario?
- Sí No
5. ¿Considera importante diagramar vallas publicitarias que orienten a los turistas a llegar a su destino?
- Sí No
6. ¿Considera importante diagramar un trifoliar que contenga información acerca de las instalaciones del lugar y lo que se puede realizar ahí?
- Sí No

Parte Semiológica

7. ¿Considera que el diseño de la valla publicitaria y el trifoliar es entendible?
- Mucho Poco Nada
8. ¿El mensaje que se utiliza en la valla publicitaria es entendible?
- Mucho Poco Nada
9. ¿La información y detalles del lugar que aparece en el trifoliar le parece entendible y adecuado para un lugar turístico?
- Mucho Poco Nada
10. ¿Las fotografías tomadas que están en la valla publicitaria y en el trifoliar llenan sus expectativas del lugar?
- Mucho Poco Nada

Parte Objetiva

11. ¿Los colores utilizados la valla publicitaria le parecen los adecuados?
- Sí No

12. ¿La diagramación del trifoliar le parece correcta?

 Sí No

13. ¿La tipografía utilizada en la valla publicitaria y en el trifoliar le parece entendible?

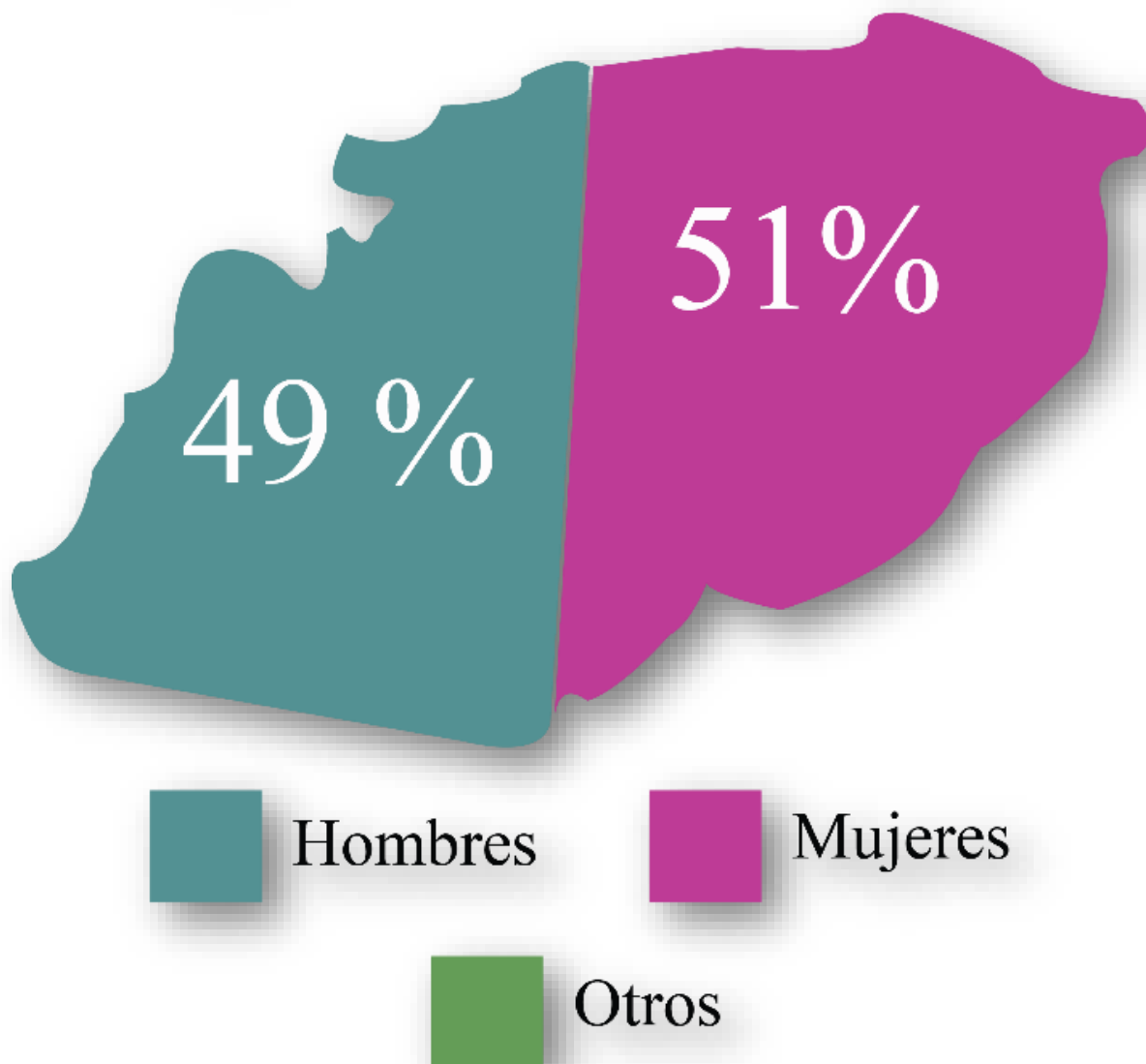
 Sí No

Observaciones:

8.3 Resultados e interpretación de resultados

8.3.1 Por género:

Laguna de Obrajuelo

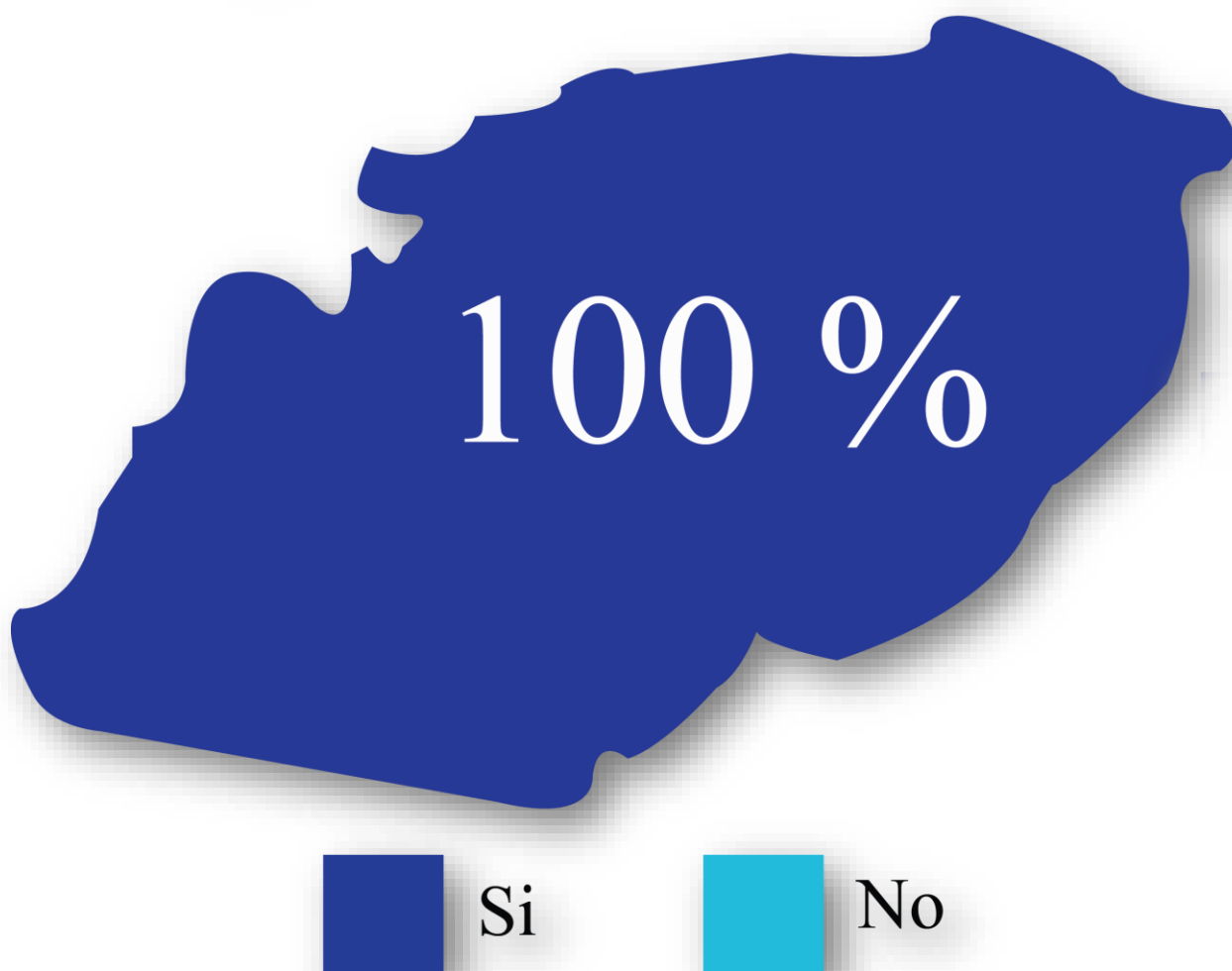


Interpretación: De las 51 personas entrevistadas, 26 de esas fueron mujeres, mientras el resto fueron 25 hombres.

8.3.1 Parte Objetiva

Pregunta 1: ¿Considera necesario diseñar material para promocionar la Laguna de Obrajuelo en el municipio de Agua Blanca, Jutiapa, para dar a conocer a los turistas nacionales?

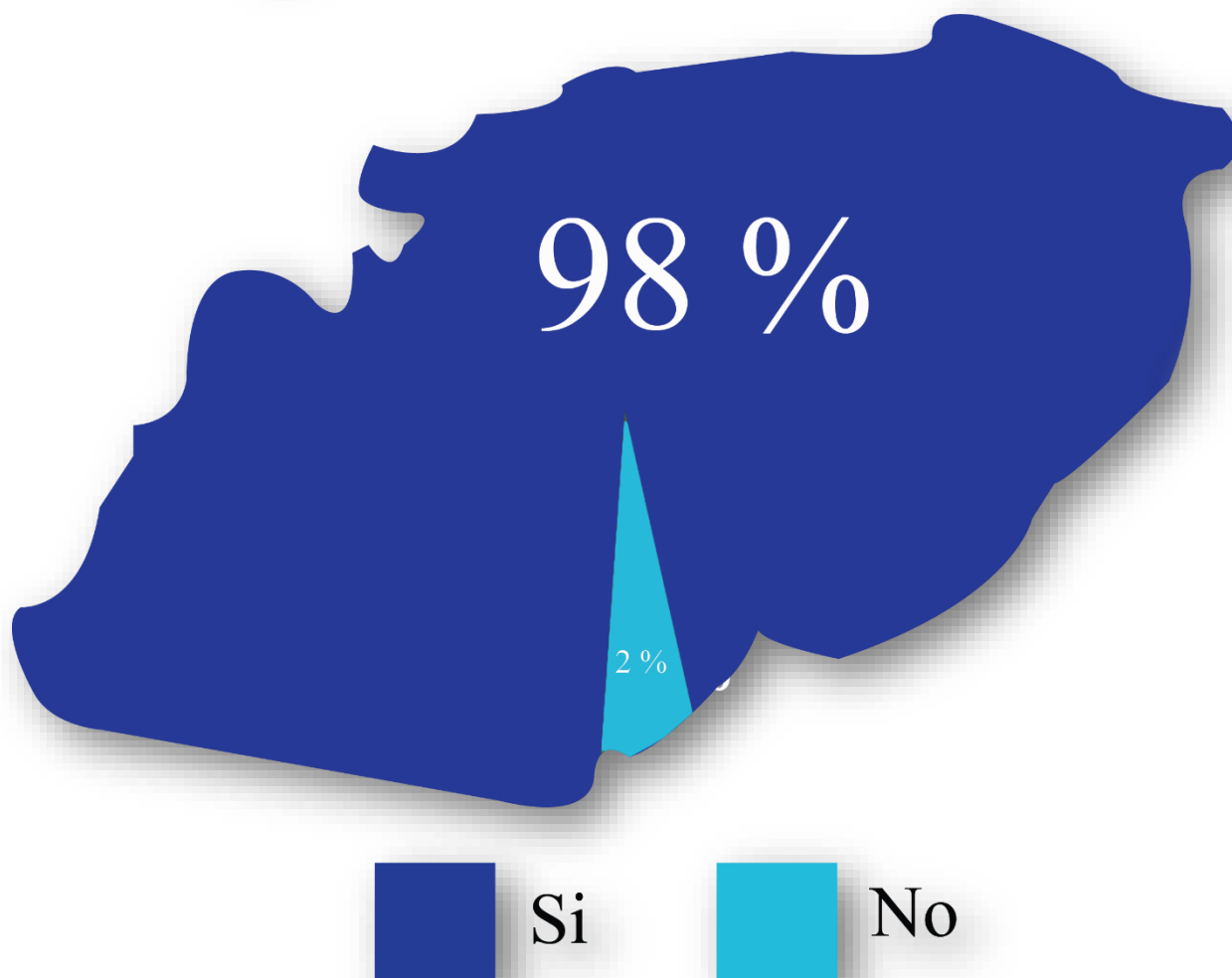
Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 100% de las personas encuestadas cree que es necesario diseñar material para promocionar la Laguna de Obrajuelo en el municipio de Agua Blanca, Jutiapa, para dar a conocer a los turistas nacionales.

Pregunta 2: ¿Considera necesario investigar la información necesaria acerca de la comunicación y el diseño?

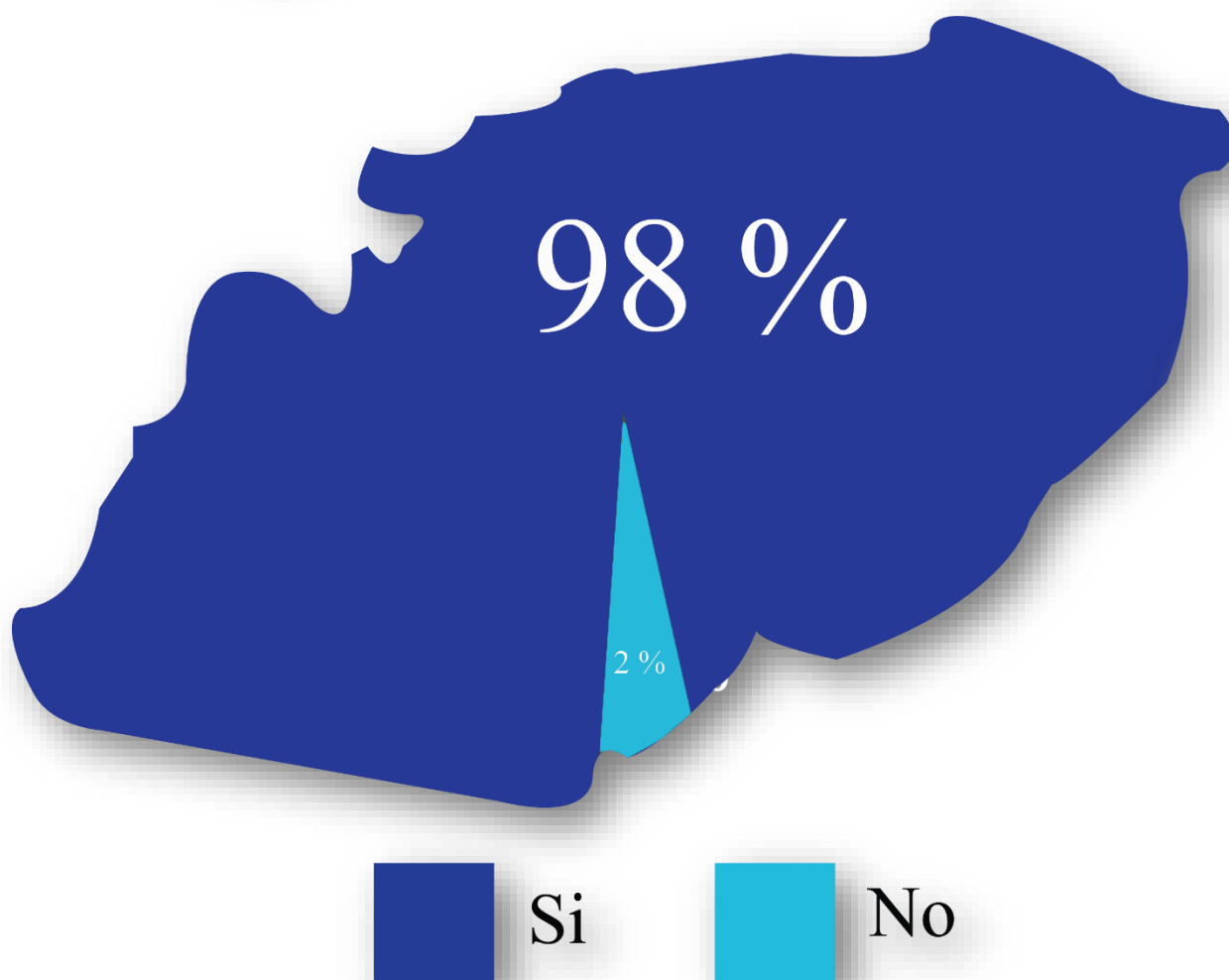
Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 98% de personas encuestadas cree que es necesario investigar la información necesaria acerca de la comunicación y diseño, mientras el 2% cree que no es necesario.

Pregunta 3: ¿Considera necesario recopilar la información necesaria de la Laguna de Obrajuelo para que el material publicitario contenga lo necesario para conocer la Laguna de Obrajuelo?

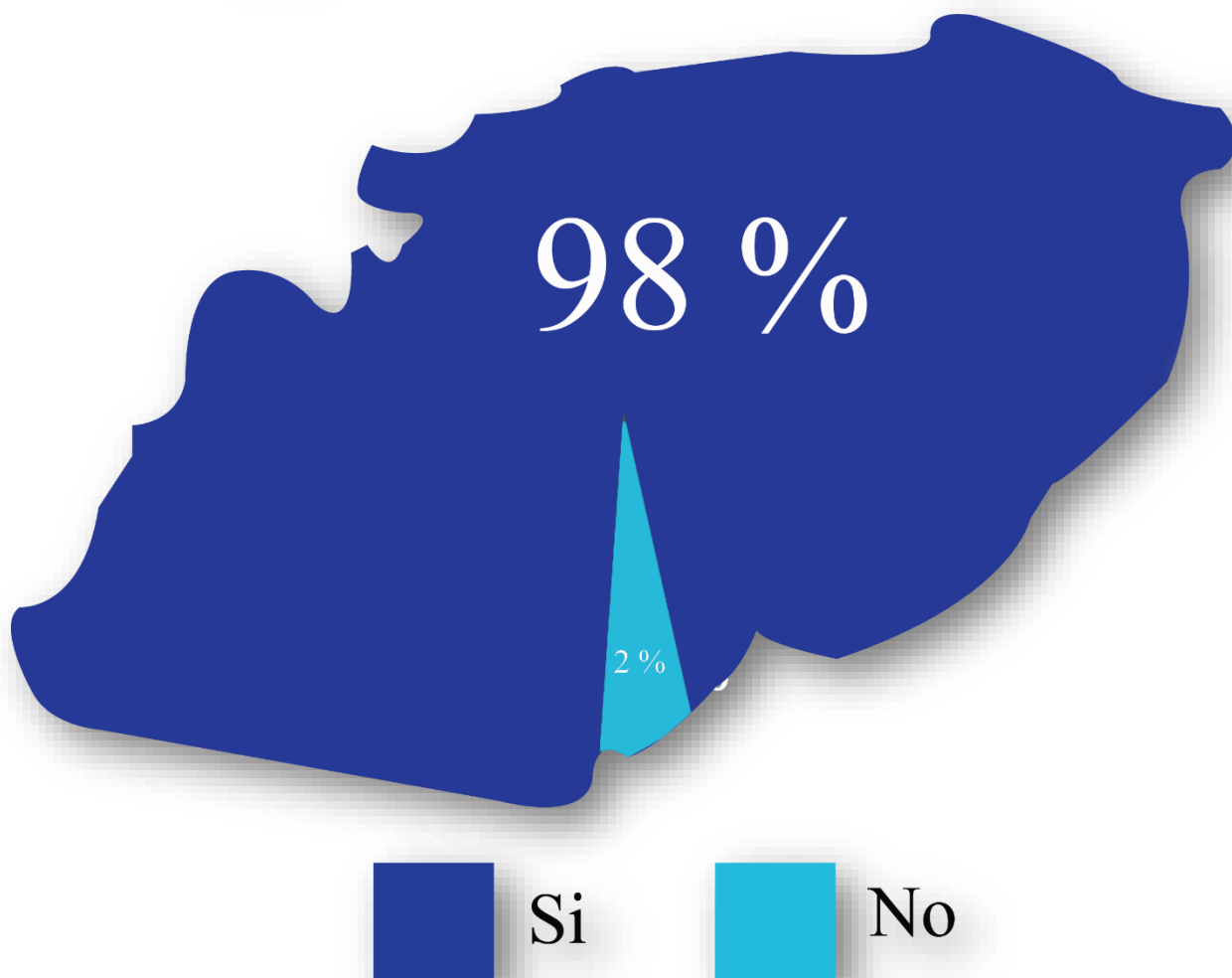
Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 98% de las personas encuestadas cree que es necesario recopilar la información necesaria de la Laguna de Obrajuelo para que el material publicitario contenga lo necesario para conocer la Laguna de Obrajuelo, mientras el 2% cree que no es necesario.

Pregunta 4: ¿Considera necesario fotografiar la Laguna de Obrajuelo y lugares estratégicos donde se colocará el material publicitario?

Laguna de Obrajuelo



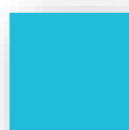
Interpretación: El 98% de las personas encuestadas cree que es necesario fotografiar la Laguna de Obrajuelo y lugares estratégicos donde se colocará el material publicitario, mientras el 2% cree que no es necesario.

Pregunta 5: ¿Considera importante diagramar vallas publicitarias que orienten a los turistas a llegar a su destino?

Laguna de Obrajuelo



Si

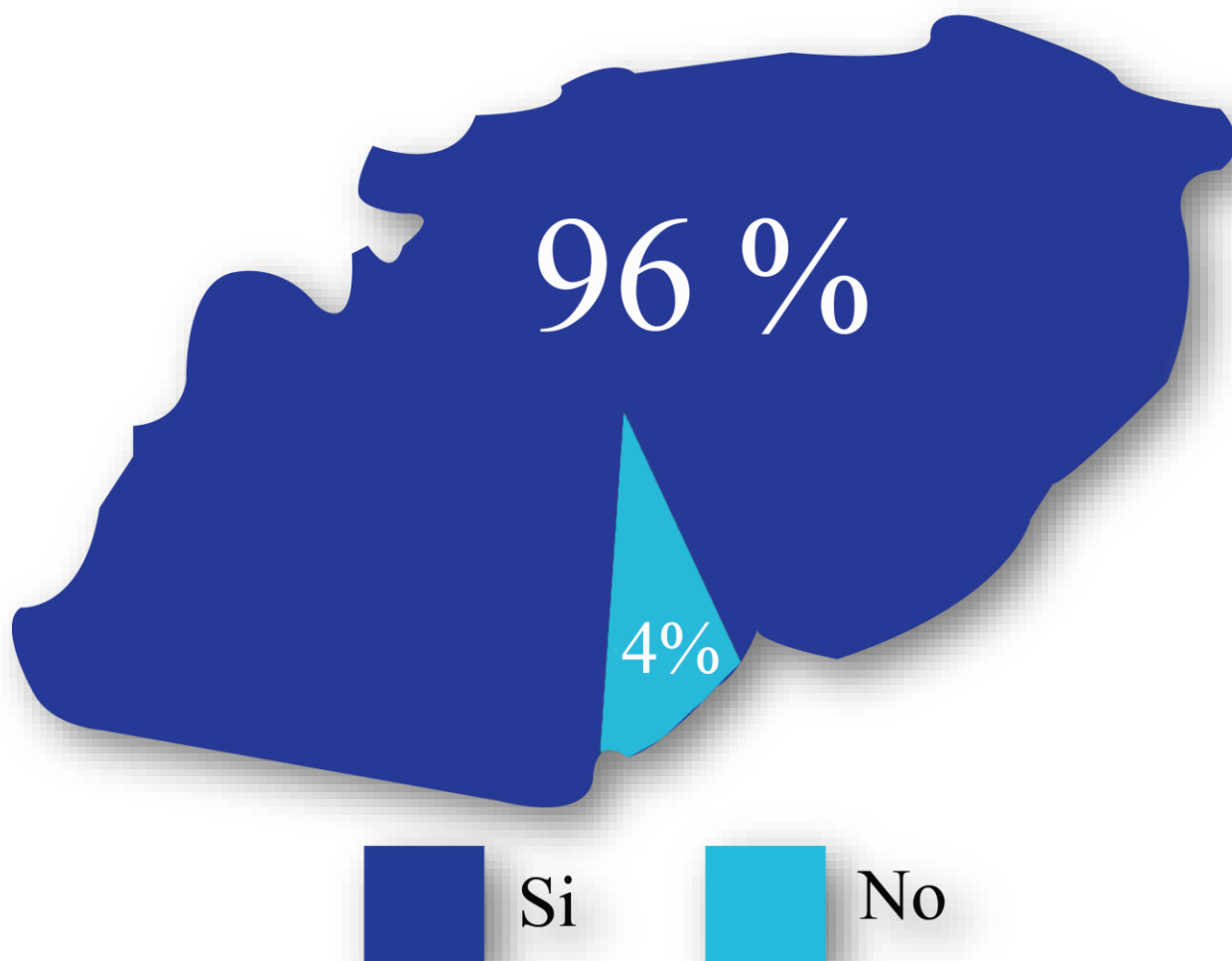


No

Interpretación: El 100% de las personas encuestadas cree que es importante diagramar una valla publicitaria que oriente a los turistas a llegar a su destino.

Pregunta 6: ¿Considera importante diagramar un tríptico que contenga información acerca de las instalaciones del lugar y lo que se puede realizar ahí?

Laguna de Obrajuelo

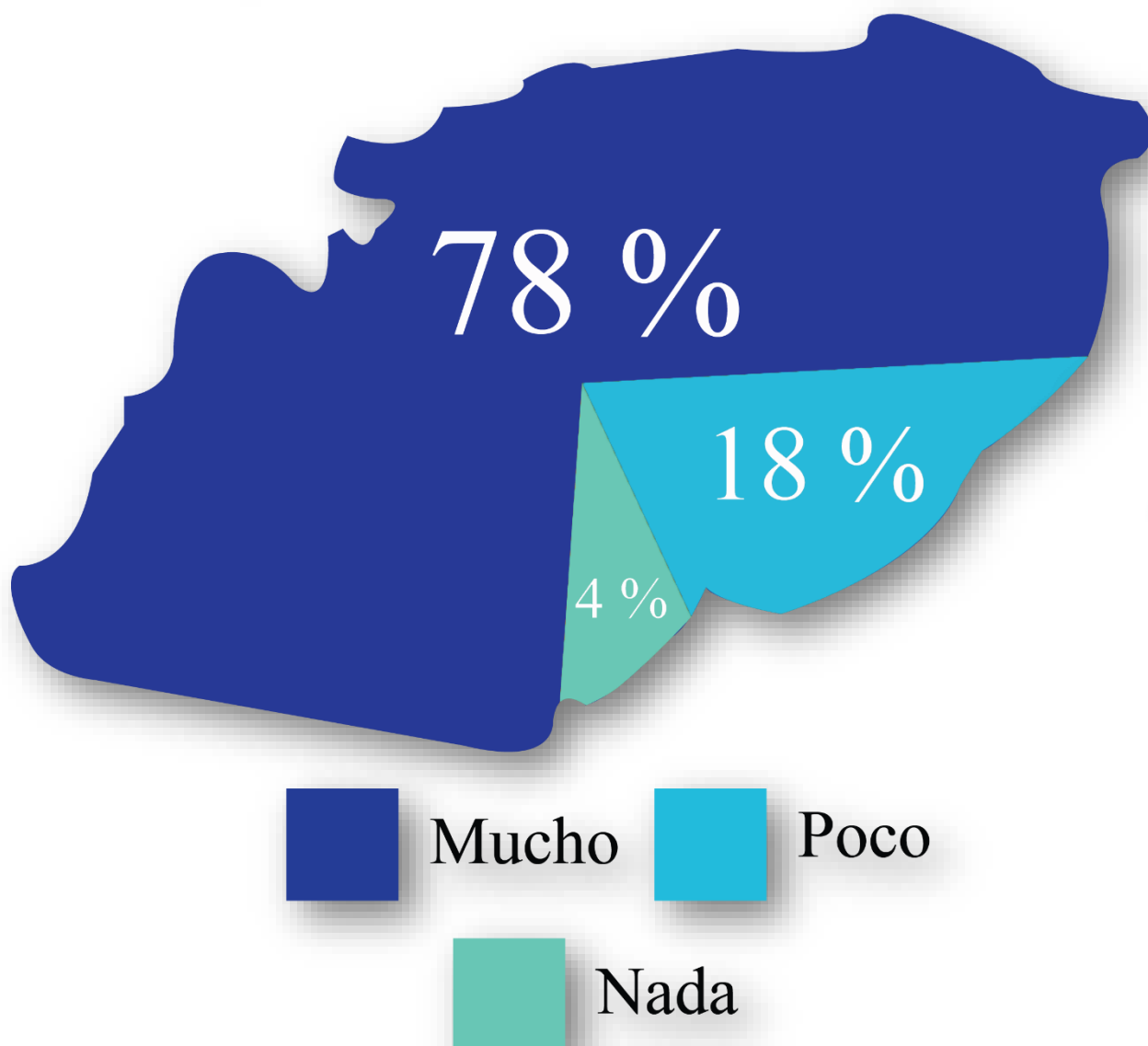


Interpretación: El 96% de las personas encuestadas cree es importante diagramar un tríptico que contenga información acerca de las instalaciones del lugar y lo que se puede realizar allí.

8.3.2 Parte Semiológica

Pregunta 7: ¿Considera que el diseño de la valla publicitaria y el tríptico es entendible?

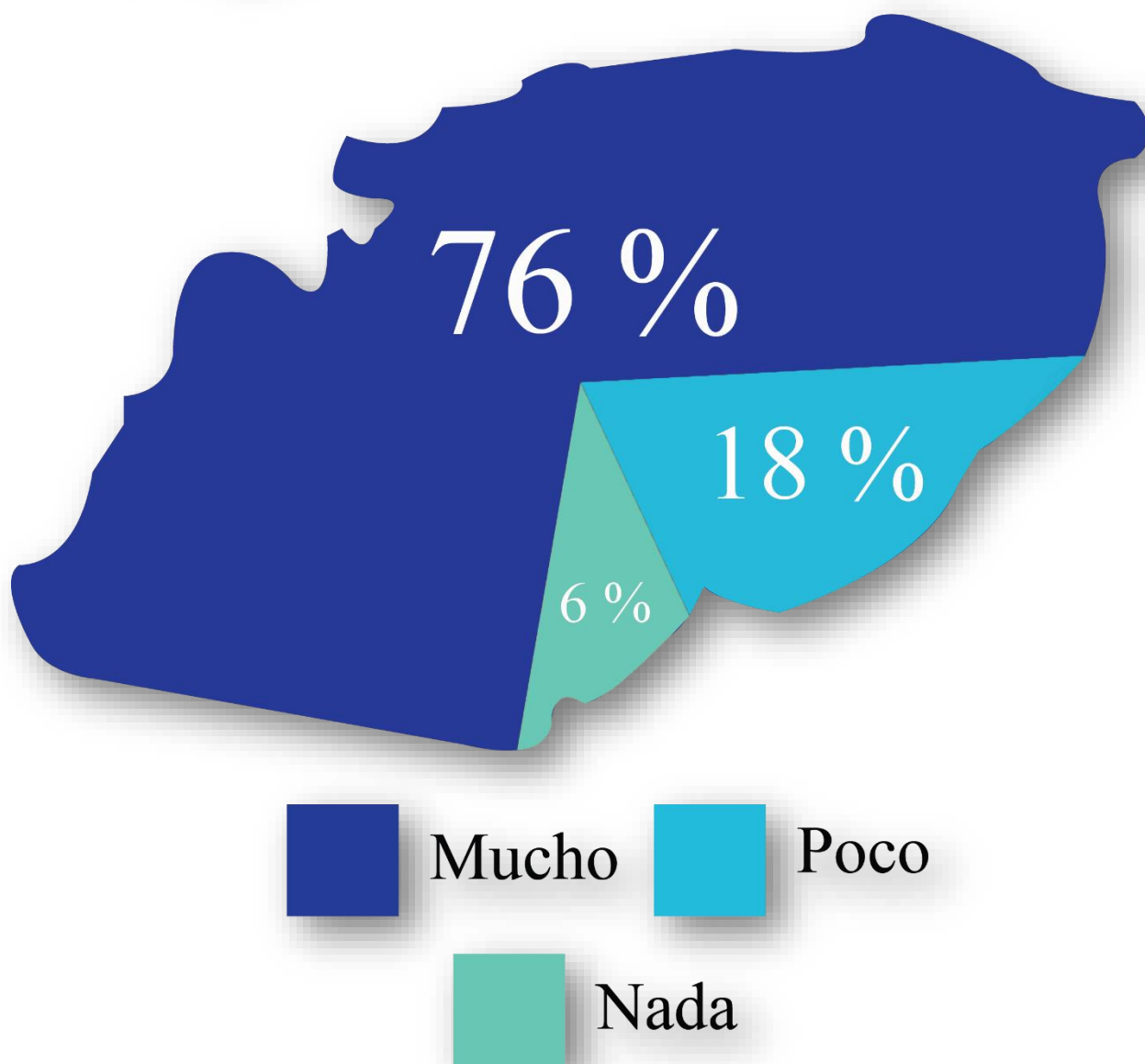
Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 78% de las personas encuestadas cree que el diseño de la valla publicitaria y el tríptico son muy entendibles, el 18% cree que es poco entendible y el 4% no es entendible.

Pregunta 8: ¿El mensaje que se utiliza en la valla publicitaria es entendible?

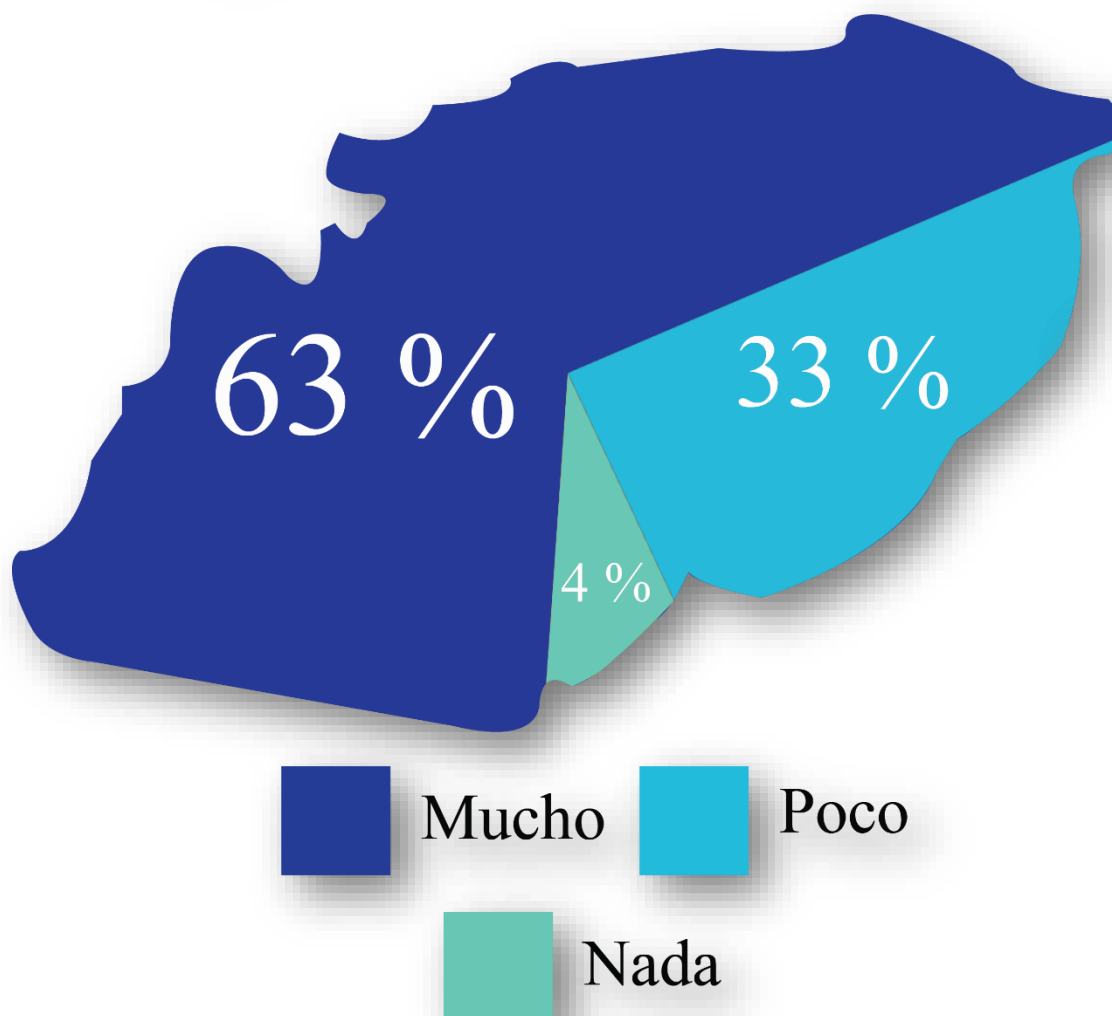
Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 76% de las personas encuestadas cree que el mensaje que se utiliza en la valla publicitaria es entendible, el 18% cree el mensaje es poco entendible y el 6% cree que el mensaje no es entendible.

Pregunta 9: ¿La información y detalles del lugar que aparece en el tríptico le parece entendible y adecuado para un lugar turístico?

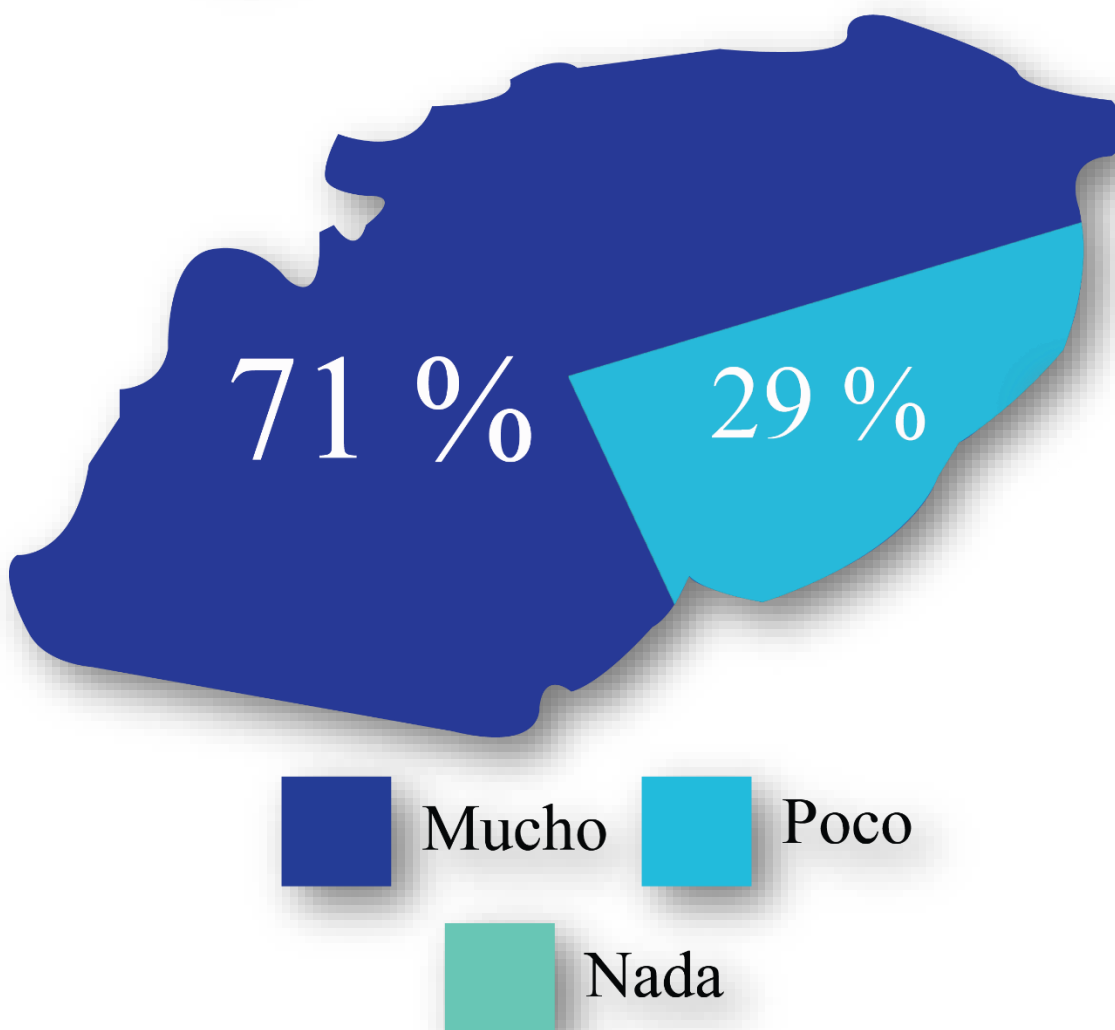
Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 63% de las personas encuestadas cree que la información y detalles del lugar que aparece en el tríptico es entendible y adecuado para un lugar turístico, el 33% cree que es poco entendible y adecuado para un lugar turístico y el 4% cree que no es entendible ni adecuado para un lugar turístico.

Pregunta 10: ¿Las fotografías tomadas que están en la valla publicitaria y en el tríptico llenan sus expectativas del lugar?

Laguna de Obrajuelo

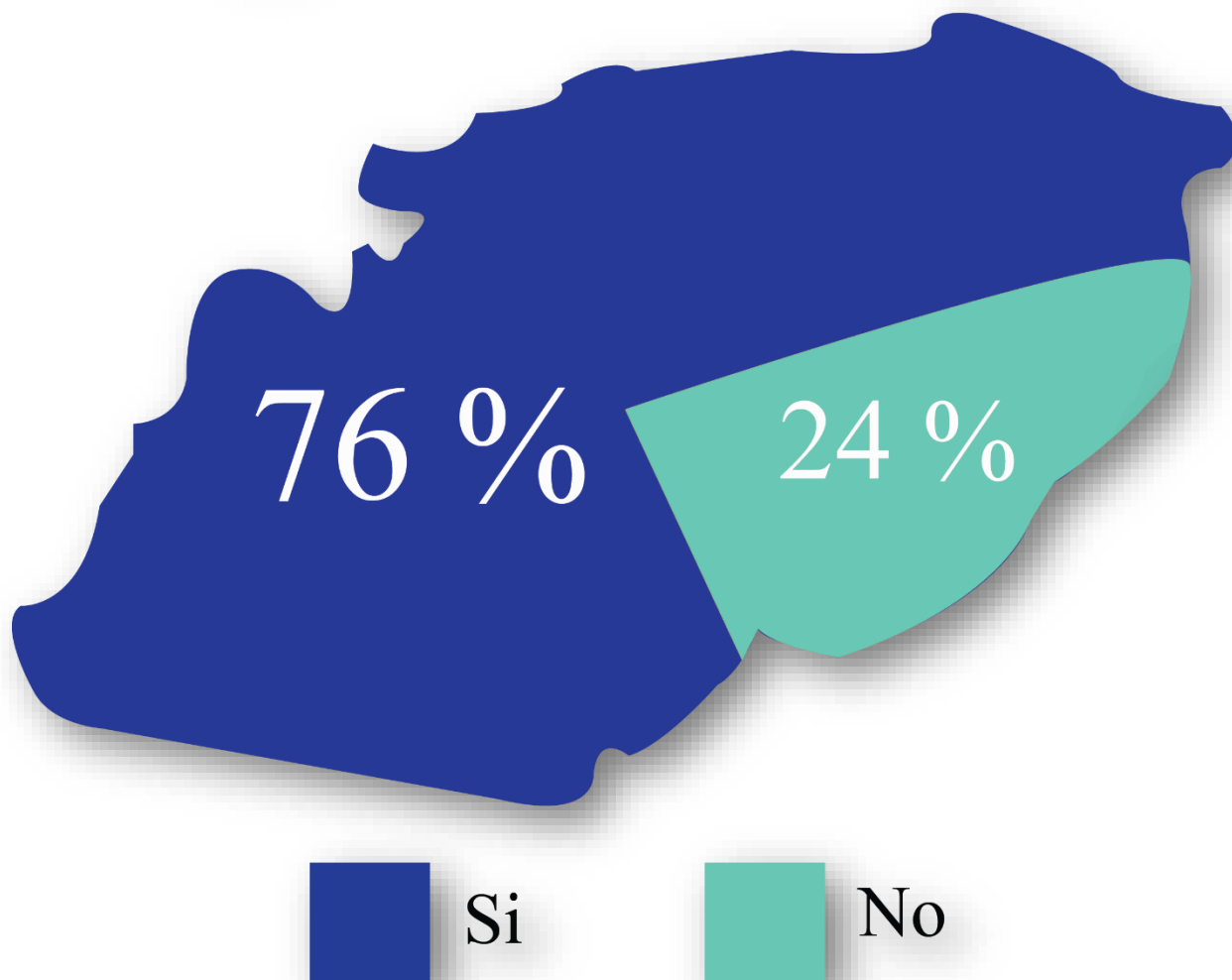


Interpretación: El 71% de las personas encuestadas cree que las fotografías tomadas que están en la valla publicitaria y en el tríptico sí llenan sus expectativas del lugar y el 29% considera que las fotografías llenan un poco sus expectativas del lugar.

8.3.3 Parte Operativa

Pregunta 11: ¿Los colores utilizados la valla publicitaria le parecen los adecuados?

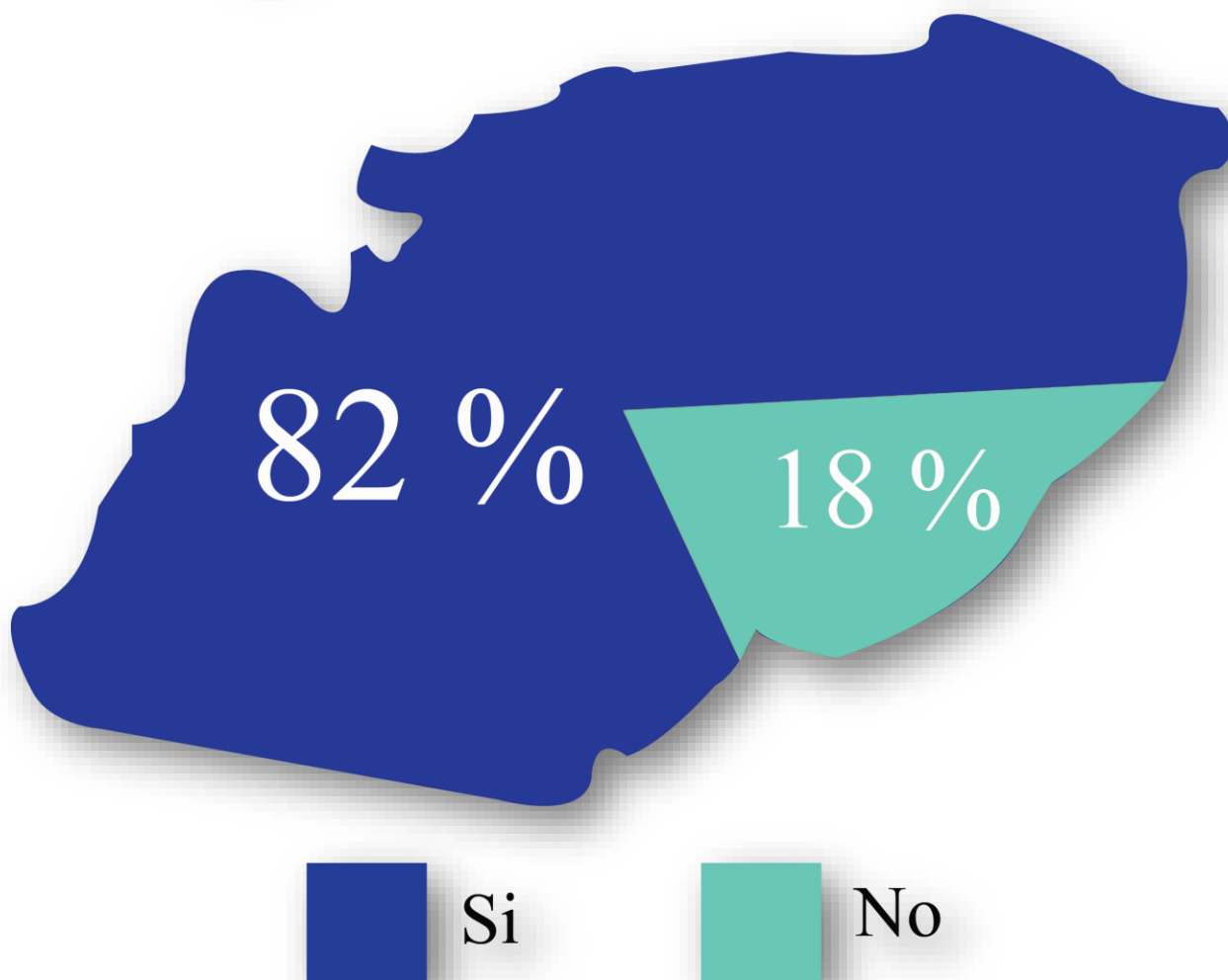
Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 76% de las personas encuestadas cree que los colores utilizados en la valla publicitaria son los adecuados y el 24% cree que no lo son.

Pregunta 12: ¿La diagramación del tríptico le parece correcta?

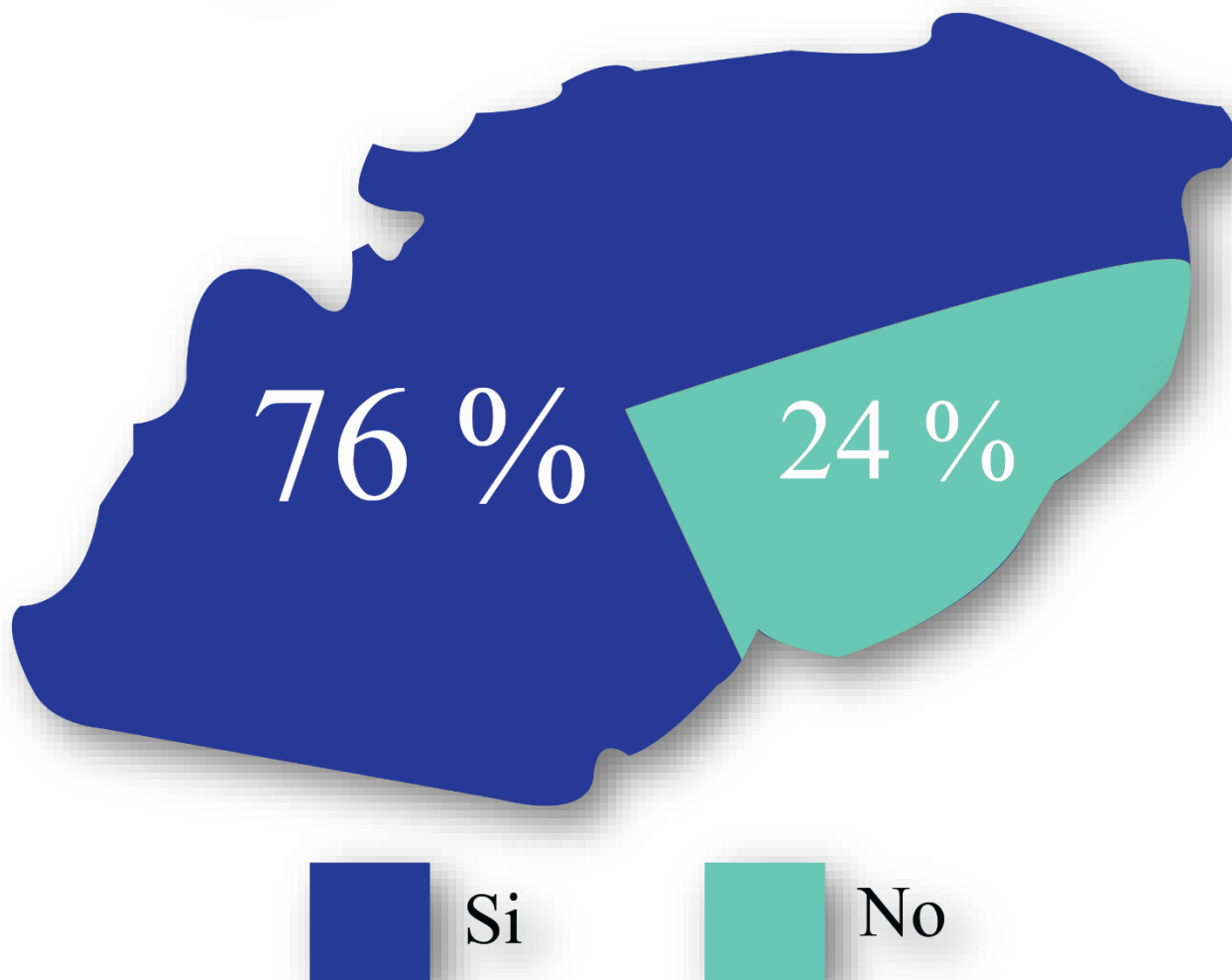
Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 82% de las personas encuestadas cree que la diagramación del tríptico es la correcta y el 18% cree que no es la correcta.

Pregunta 13: ¿La tipografía utilizada en la valla publicitaria y en el tríptico le parece entendible?

Laguna de Obrajuelo



Interpretación: El 76% de las personas encuestadas cree que la tipografía utilizada en la valla publicitaria y en el tríptico es entendible y el 24% cree que no es entendible.

8.4 Cambios en base a resultados

8.4.1 Valla publicitaria

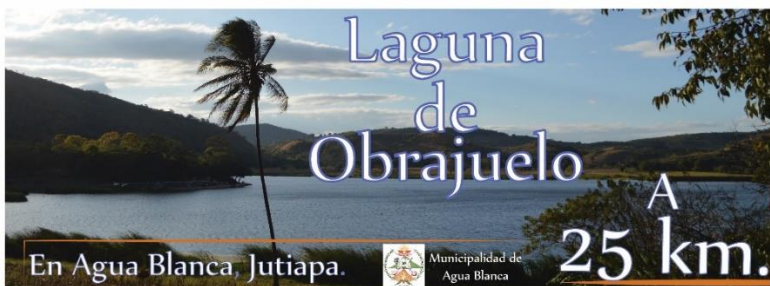
A la valla publicitaria se le hicieron los siguientes cambios en base a las sugerencias tomadas en las encuestas:

- Una imagen diferente de fondo
- Reducir el texto
- Agregar distancia a la Laguna de Obrajuelo
- Centrar el título de la valla.
- Agregar el logo de la Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa
- El tamaño se cambió de 2.5 metros por 4 metros a 3 metros por 8 metros.

Antes



Después



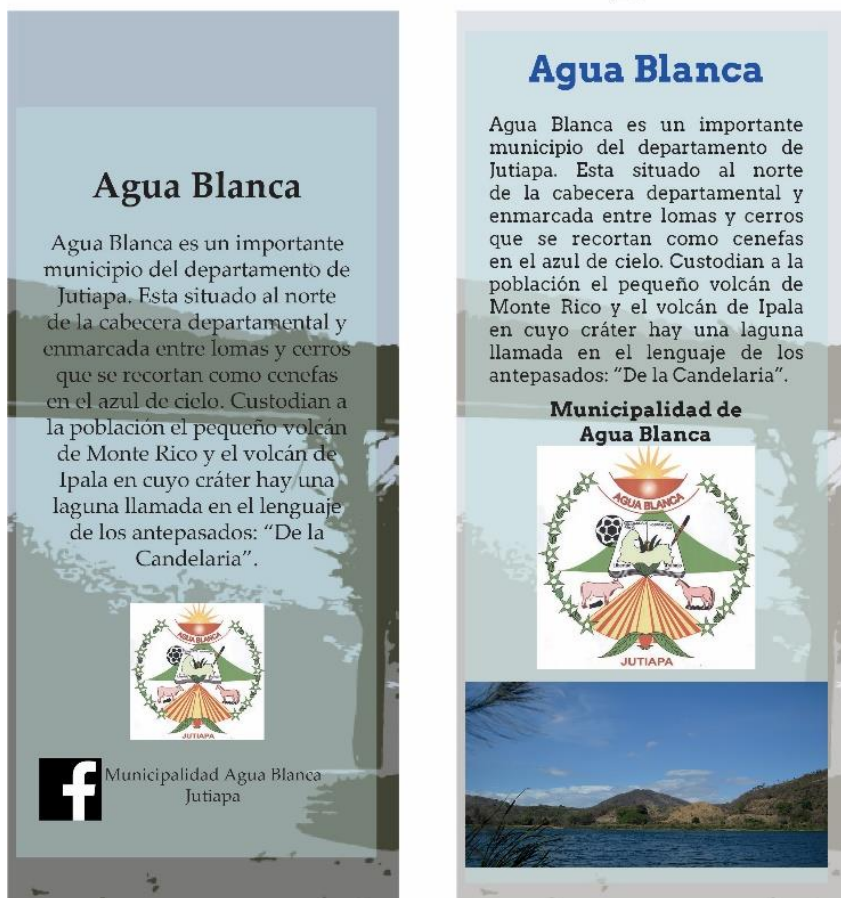
8.4.2 Tríptico

Al tríptico se le realizaron los siguientes cambios:

- Se cambió de tipografía.
- Se cambió de color a los títulos
- Se ajustó el contenido para que tuviera una jerarquía ordenada en el contenido del tríptico.

tríptico.

Antes Después



- Se agrandó el logotipo de la Municipalidad de Agua Blanca, Jutiapa.
- Se agregó una imagen de pie de fondo.

Antes Después

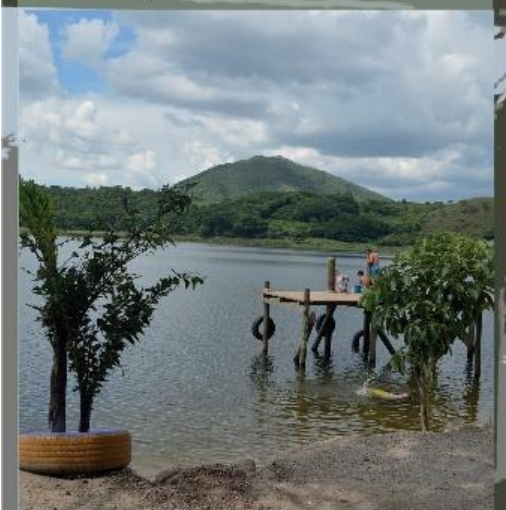


- Con el cambio de tipografía, el título y el texto de introducción cambian y mantienen el mismo margen.
- Se eliminó el logo de la municipalidad.

Antes Después

Historia

La Laguna de Obrajuelo ofrece a los visitantes, que aquí se recrean en toda época, una maravillosa vista de este don tan especial como la naturaleza y de las personas que habitan sus alrededores, raza bravía de ojos azules como el agua de esta laguna, ode ojos verdes como la hoja de la milpa o de ojos negros como el frijol. En la ribera se puede apreciar una franja sembrada de milpa y que todavía se encuentra en espiga o elote y otra parte doblada para una segunda siembra que se llama "Tunalmil".



Fuente: Monografía del Municipio de Agua Blanca - María Sandoval

Historia

La Laguna de Obrajuelo ofrece a los visitantes, que aquí se recrean en toda época, una maravillosa vista de este don tan especial como la naturaleza y de las personas que habitan sus alrededores, raza bravía de ojos azules como el agua de esta laguna, ode ojos verdes como la hoja de la milpa o de ojos negros como el frijol. En la ribera se puede apreciar una franja sembrada de milpa y que todavía se encuentra en espiga o elote y otra parte doblada para una segunda siembra que se llama "Tunalmil".

Fuente: Monografía del Municipio de Agua Blanca - María Sandoval



Foto: Muelle en Laguna de Obrajuelo.

- El cambio de tipografía genera que el texto esté más junto y se cambia la fuente del texto para que esté arriba de la fotografía y la leyenda abajo.

Antes Después

Actividades y más

Lugar cómodo para descansar



Disfruta de una hermosa vista a la laguna, acompañado de alguna comida y con la brisa tomate un momento para disfrutar de la naturaleza.

Parrillas



Si te eres de los que prefiere llevar su comida y prepararla en el instante, entonces en la laguna se cuenta con una cantidad moderada de parrillas para que puedas preparar tu comida.

Actividades

Lugar cómodo para descansar



Foto: Mirador principal de la laguna.

Disfrute la hermosa vista a la laguna acompañado de la refrescante brisa y tome un momento para disfrutar de la naturaleza.

Parrillas




Foto: Parrilla para asar carne.

Si usted es de los que prefiere llevar su comida y prepararla en el instante, entonces en la laguna se cuenta con una cantidad moderada de parrillas para que puedas preparar tu comida.

- Se agrega una leyenda para que el grupo objetivo comprenda la fotografía.


Antes Después

Pesca



Si te gusta la pesca, entonces trae tu caña de pescar y acomodate en un lugar para poder pescar una cantidad moderada de peces.

Caminar y nadar



Disfruta de una caminata alrededor de la laguna y si quieres darte un chapuzón en ella puedes hacerlo solo trae tu traje de baño y esta pendiente en todo momento.

Y mucho más...

Actividades

Pesca





Foto: Persona en un bote para pescar en la laguna..

Si gusta de la pesca, venga acompañado de su caña de pescar y acomodase en un lugar para poder pescar una cantidad abundante de peces.

Caminar y nadar



Goce de una caminata alrededor de la laguna y si desea darse un chapuzón puede hacerlo solo necesita de su traje de baño.

- Con el cambio de tipografía la jerarquía del texto hace ver más ordenado y contiene menos texto que antes.

Capítulo IX – Propuesta gráfica final

9.1 Elementos gráficos y texto

Para la propuesta final se decidió utilizar 2 fuentes de tipografía distintas que ayudan al grupo objetivo, en ambos casos, a entender de mejor manera cada uno de los materiales publicitarios, pero con ello se realiza una unificación de colores y genera así una línea gráfica única para todo el proyecto.

Texto

ABC **Arvo**
 Utilizada en todos los textos del tríptico.

ABC **Nyala**
 Utilizada en todos los textos de la valla publicitaria.

□ c:0 m:0 y:0 k:0 - r:255 g:255 b:255

■ c:75 m:68 y:67 k:90 - r:1 g:1 b:1

Gama de Colores

■ c:14 m:65 y:100 k:2 - r:210 g:113 b:40

■ c:94 m:83 y:4 k:0 - r:46 g:74 b:153

■ c:25 m:2 y:13 k:0 - r:189 g:222 b:220

9.2 Valla Publicitaria



La valla publicitaria medirá 8 metros de largo y 3 de ancho y se colocará en distintos puntos tanto cercanos como dentro del municipio de Agua Blanca, Jutiapa.

9.3 Tríptico

Tiro



Mientras el tríptico será de tamaño carta, 21.59 cm de ancho y 27.94 cm de largo.

Tríptico

Retiro

Historia

La Laguna de Obrajuelo ofrece a los visitantes, que aquí se recrean en toda época, una maravillosa vista de este don tan especial como la naturaleza y de las personas que habitan sus alrededores, raza bravia de ojos azules como el agua de esta laguna, ode ojos verdes como la hoja de la milpa o de ojos negros como el frijol. En la ribera se puede apreciar una franja sembrada de milpa y que todavía se encuentra en espiga o elote y otra parte doblada para una segunda siembra que se llama "Tunalmil".

Fuente: Monografía del Municipio de Agua Blanca - María Sandoval




Foto: Muelle en Laguna de Obrajuelo.

Actividades

Lugar cómodo para descansar




Foto: Mirador principal de la laguna.

Disfrute la hermosa vista a la laguna acompañado de la refrescante brisa y tome un momento para disfrutar de la naturaleza.

Parrillas




Foto: Parrilla para asar carne.

Si usted es de los que prefiere llevar su comida y prepararla en el instante, entonces en la laguna se cuenta con una cantidad moderada de parrillas para que puedas preparar tu comida.

Actividades

Pesca





Foto: Persona en un bote para pescar en la laguna..

Si gusta de la pesca, venga acompañado de su caña de pescar y acomódese en un lugar para poder pescar una cantidad abundante de peces.

Caminar y nadar



Goce de una caminata alrededor de la laguna y si desea darse un chapuzón puede hacerlo solo necesita de su traje de baño.

El material con el que se imprimirá el tríptico es papel couché.

Capítulo X – Producción, reproducción y distribución

Para realizar este proyecto se preparó el siguiente plan de producción:

10.1 Plan de costos de elaboración

En la primera parte del proyecto se toma en cuenta lo que es el proceso creativo e investigación de todos los elementos necesarios para la elaboración de la propuesta realizada por el diseñador.

Plan de costos de elaboración	
Total de semanas trabajadas	15 semanas
Total de días trabajados	30 días (2 días por semana)
Total de horas trabajadas	60 horas (2 horas por días)
Tomando en cuenta que un diseñador gráfico cobra por lo menos Q.25.00 la hora	
Precio total por hora	$60 * 25 = \text{Q.1500.00}$

10.2 Plan de costos de producción

En la segunda parte se hace la propuesta final del proyecto donde se utiliza todos los conocimientos adquiridos durante ese tiempo y con ello proponérselo al cliente.

Plan de costos de producción	
Total de semanas trabajadas	20 semanas
Total de días trabajados	40 días (2 días por semana)
Total de horas trabajadas	80 horas (2 horas por días)
Tomando en cuenta que un diseñador gráfico cobra por lo menos Q.25.00 la hora	
Precio total por hora	$80 * 25 = \text{Q.2000.00}$

10.3 Plan de costos de reproducción

En la tercera parte del plan se detalla la cotización de todos los materiales a utilizar para la impresión de los materiales impresos.

Plan de costos de reproducción			
Cantidad	Descripción	P. Unitario	Total
100	Trifoliar, papel opalina, abierto tamaño carta, full color.	Q. 7.75	Q.775.00
4	Manta vinílica de 8*3 metros	Q. 1320.00	Q.5280.00
	Total		Q.6055.00

10.4 Plan de costos de distribución

El cuarto paso determina el método de entrega al cliente.

Plan de costos de distribución	
1 USB de 16 GB	Q.60.00

10.5 Cuadro resumen

Cuadro Resumen	
Elaboración	Q.1500.00
Producción	Q.2000.00
Reproducción	Q.6055.00
Distribución	Q.60.00
SubTotal	Q.9615
Margen de utilidad 20%	Q.1923.00
I.V.A. 12%	Q.1153.80
Total	Q.12691.80

Capítulo XI – Conclusiones y recomendaciones

11.1 Conclusiones

- Se diseñó material impreso para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo a los turistas nacionales que visiten el municipio de Agua Blanca, Jutiapa.
- Se investigó la información necesaria acerca de la comunicación y el diseño con tal de obtener todo lo necesario para la creación del material impreso que se diseñó.
- Se recopiló la información necesaria de la laguna, para que el material impreso contenga lo necesario para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo.
- Se fotografió la Laguna de Obrajuelo y lugares estratégicos para que pudiera ilustrar el material publicitario y dónde se colocará ese material.
- Se concluye que el diseño de material impreso para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo era necesario para que la población que no sabe y que pasa por la carretera o entra al municipio y se percate de este lugar. Por lo tanto, la idea es que los turistas encuentren un lugar diferente donde puedan descansar y disfrutar de un día tranquilo rodeados de la naturaleza y belleza que ofrece la Laguna de Obrajuelo.

11.2 Recomendaciones

- Con el material impreso que se diseñó para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo a los turistas nacionales que visiten el municipio de Agua Blanca, Jutiapa, se recomienda que la municipalidad se apoye con algunos lugares de comercio dentro del municipio para la distribución del tríptico, además de tener un encargado en la Laguna de Obrajuelo que tenga una cantidad de trípticos para dar a los turistas.
- Con la información que se investigó acerca de la comunicación y el diseño con tal de obtener todo lo necesario para la creación del material impreso que se diseñó, se recomienda que se cree un grupo de personas que auxilien a los turistas para que los guíen de forma apropiada a llegar y dar la información necesaria de la Laguna de Obrajuelo.
- Con la información que se recopiló de la laguna, para que el material impreso contenga lo necesario para dar a conocer la Laguna de Obrajuelo, se recomienda que se mantenga recopilando información necesaria para actualizar por lo menos una vez al año el tríptico.
- Se fotografió la Laguna de Obrajuelo y lugares estratégicos para que pudiera ilustrar el material publicitario y donde se colocará ese material, se recomienda que se cree un sistema de señales de seguridad para prevenir cualquier accidente y tener orden en la Laguna de Obrajuelo.

Capítulo XII – Conocimiento general

La siguiente infografía me define a mí de la siguiente manera:

- ¿Cómo soy?
- ¿Qué aprendí en estos 4 años?
- ¿Qué me gusta?



Capítulo XIII – Referencias

Referencias

Libros

- Álvarez, D. (2009). *Diseño Editorial Lo Que Debes Saber*. The Sign Haus .
- Design, R. (2011). *Pequeño Diccionario del Diseñador*. Argentina: Autoedición.
- Escuela de Diseño DuoUC. (2010). *Sensación, Significado y Aplicación del Color*. Santiago: LFNT.
- Equipo Vértice. (2008). *Comunicación y Publicidad*. Málaga: Vértice.
- Frascara, J. (2000). *Diseño Grafico y Comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- Hembree, R. (2010). *El diseñador grafico. Entender el diseño gráfico y la comunicación visual*. Barcelona: Blume.
- Hill, S. (2006). *Dibujo y Comunicación Gráfica*. México: Pearson.
- Langevin, L. (2000). *La Comunicación: un arte que se aprende*. Bilbao: Sal Tarrae Santander.
- MINCETUR. (2006). *Manual de Diseño*. Lima: AXIS Arte - PUCP.
- Libro de Creatividad ¡Q'Buena Idea!* (2015). Planeta.
- Moya, R. (2006). *Diseño Gráfico Latinoamericano*. Quito: Trama.
- Munari, B. (1985). Comunicación Visual. En B. Munari, *Diseño y Comunicación Visual* (pág. 363). Barcelona: GGDiseño.
- Rollié, R. (2004). *La Enseñanza del Diseño en Comunicación Visual*. Buenos Aires: Nobuko.
- Samara, T. (2008). *Los elementos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili S.A.
- Universidad Diego Portales. (2009). *Técnicas y Leyes Compositivas*. Santiago: Impresa Casera S.A.
- Wong, W. (1995). *Fundamentos del Diseño*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.

Documentos Web

Orozco, R. Q. (2016). *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Ciudad de México:

Universidad de Londres.

Pepe, E. (2015). *Wordpress.com*. Obtenido de

https://tipoyforma.files.wordpress.com/2015/11/apunte_disec3b1o1_mb_comunicvisualy_disec3b1o.pdf

Universidad de las Americas Puebla. (2016). *Universidad de las Americas Puebla*. Obtenido de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldg/juarez_s_e/capitulo3.pdf

Manual

Noguera, J. (2014). *Manual de Fotografía*. España: Tess Massero Brioso.

Revistas

Revista ARQHYS. (2 de Agosto de 2012). Diseño Visual. *Revista ARQHYS.com*, 12. Obtenido

de Revista ARQHYS.com: <http://www.arqhys.com/construccion/diseno-visual.html>

Sitios Web

Guatepymes. (2016). *Guatepymes.com*. Obtenido de

<http://www.guatepymes.com/geodic.php?keyw=16950>

Mi Jutiapa. (2016). *MiJutiapa.com*. Obtenido de <http://www.mijutiapa.com/agua-blanca/>

Neuronilla. (2016). *Neuronilla.com*. Obtenido de <http://www.neuronilla.com/desarrolla-tu-creatividad/tecnicas-de-creatividad/104-tecnica-de-da-vinci.html>

Mikiwaka. (18 de Junio de 2015). *¿Qué es la Señaletica?* Obtenido de [somoswaka.com](http://www.somoswaka.com):

<http://www.somoswaka.com/blog/2015/06/que-es-la-senaletica/>

Mimoilus. (2016). *Mimoilus.com*. Obtenido de <https://mimoilus.com/elementos-comunicacion-visual/>

Pérez, J. (2013). *Definicion.de*. Obtenido de <http://definicion.de/ente/>

Universidad de Valencia. (22 de Octubre de 2012). *Universidad de Valencia*. Obtenido de

<http://www.uv.es/bellohc/pedagogia/EVA8.wiki?3>

WordPress. (2009). *WordPress.com*. Obtenido de

<https://psicodelapubli.wordpress.com/2009/09/10/psicologia-del-consumidor/>

Tesis

Alías, J. (2013). *Issuu.com*. Obtenido de

https://issuu.com/facom/docs/2012041_alas_balcarcel_jennifer_ann

Rojas, M. (2013). *Issuu.com*. Obtenido de

https://issuu.com/facom/docs/2012086_rojas_s__nzhez_mar__a_aleja

Capítulo XIV – Anexos

Anexo #1

CARACTERÍSTICAS	NIVEL A	NIVEL B	NIVEL C+	NIVEL C	NIVEL C-	NIVEL D	NIVEL E
EDUCACIÓN	Superior, Licenciatura, Maestría, Doctorado	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Superior, Licenciatura,	Media completa	Primaria completa	Primaria incompleta
DESEMPEÑO	Propietario, Director Profesional exitoso	Empresario, Ejecutivos de alto nivel, Profesional, Comerciante	Ejecutivo medio, comerciante, vendedor	Ejecutivo, comerciante, vendedor, dependiente	Comerciante, vendedor, dependiente	Obrero, dependiente	Obrero, dependiente
INGRESO	Piso Q70 mil	Piso Q45 mil	Piso Q20 mil	Q12 mil	Q8 mil	Q4 mil	Q14 mil
VIVIENDA	Casa/departamento de lujo, en propiedad, 5-6 recámaras, 4 a 6 baños, 3-4 salas, pantry, alacena, estudios area de servicio separada, garage para 5-6 vehículos	Casa/departamento de lujo, en propiedad, financiado, 3-4 recámaras, 2-3 baños, 2 salas, pantry, alacena, 1 estudio area de servicio separada, garage para 2-4 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 2-3 recámaras, 2-3 baños, 1 sala, estudio area de servicio, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala, garage para 2 vehículos	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1-2 baños, sala,	Casa/departamento, rentada o financiado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala	Casa/cuarto rentado, 1-2 recámaras, 1 baños, sala-comedor
OTRAS PROPIEDADES	Finca, casas de descanso en lagos, mar, Antigua, con	Sitios/terrenos condominios cerca de costas	Sitios/terrenos interior por herencias				
PERSONAL DE SERVICIOS	Personal de planta, en el hogar, limpieza, cocina, jardín, seguridad y chofer	1-2 personas de tiempo completo, chofer	Por día	Por día, eventual	Eventual		
EDUCACIÓN GRUPO	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U del extranjero	Hijos menores colegios privados caros, mayores en U local, post grado extranjero	Hijos menores colegios privados, mayores en U privadas y post grado extranjero con beca	Hijos menores colegios privados, mayores en U estatal	Hijos menores escuelas, mayores en U estatal	Hijos en escuela	Hijos en escuela
POSESIONES	Autos del año, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, Lancha, moto acuatica, moto, helicoptero-avion-	Autos de 2-3 años, asegurados contra todo riesgo, 4x4, Van, moto	Autos compactos de 3-5 años, asegurados por Financiera	Auto compacto de 4-5 años, sin seguro	Auto compacto de 8-10 años, sin seguro	moto, por trabajo	
BIENES DE COMODIDAD	3 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, cable, internet dedicada, 2 o + equipos de audio, 3-5 TV, varias planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computador as miembro, internet porton eléctrico, todos los electrodomesticos	2 tel, minimo, cel cada miembro de la familia, Direct TV, internet dedicada, cable, 2 equipos de audio, 3 TV, 1 planas o plasma, maquinas de lavar secar, platos ropa, computadora, internet porton eléctrico y todos los electrodomesticos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, internet dedicada, equipo de audio, 2 TV, maquina de lavar ropa, computador a/familia electrodomesticos básicos	1 tel, minimo, 1-2 cel, cable, radio, 2 TV, electrodomesticos básicos	1 tel, 1 cel, cable, equipo de audio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, cable, radio, TV, electrodomesticos básicos	1 cel, radio, TV, estufa
DIVERSIÓN	Clubes privados, vacaciones en el exterior	Clubes privados, vacaciones en el interior o exterior	Cine, CC, parques temáticos locales,	Cine, CC, parques temáticos locales,	CC, parques, estadio	CC, parques, estadio	Parques
SERVICIOS BANCARIOS FINANCIEROS	3-4 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	2-3 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, TC intl, Seguros y ctas en US\$	1-2 ctas Q monetarios y ahorro, Plazo fijo, 1-2 TC intl, Seguro colectivo	1 cta Q monetarios y ahorro, 1 TC local	1 cta Q ahorro, TC local	cta Q ahorro	

Anexos #2

2.1 Expertos

Licenciada Wendy Franco



Licenciada Andrea Aguilar



Licenciado Carlos Franco



Licenciada Claudia Arriaga



Licenciado Rolando Barahona



2.2 Profesionales

Licenciado Mario Vasquez



Licenciado David Castillo



Licenciada Claudia Ruiz



Licenciada Maria Aguilar



Licenciado Manuel Monroy



2.3 Compañeros de clase



2.3 Compañeros de Clase



Anexo #3

Validación con el cliente

Bocetos Finales



Laguna de Obrajuelo



Laguna de Obrajuelo



SECRETARIA MUNICIPAL
SECRETARIO
MUNICIPALIDAD DE GUATEMALA
JUTIAPA, GUATEMALA



Laguna de Obrajuelo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis metus odio, placerat nec semper posuere, laoreet eu ex. Integer odio nulla, ultrices sed sagittis quis, lacina ac tortor. Interdum et malesuada fames ac ante ipsum primis in faucibus. Etiam sed dolor consectetur volutpat tellus ac, ullamcorper augue.



Laguna de Obrajuelo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Duis metus odio, placerat nec semper posuere, laoreet eu ex. Integer odio nulla, ultrices sed sagittis quis, lacina ac tortor.

Historia

em ipsum dolor sit amet, consectetur piscing elit. Vestibulum sit amet dolor urcu tincidunt finibus. Etiam justo dui, smod at orci quis, imperdiet mollis ligula. lentesque laoreet elementum velit, eget ulis nunc porta vitae. Suspendisse semper pue vel varius volutpat. Aenean non nibh ectus bibendum consectetur. Donec nunc malesuada porta auctor tincidunt, mattis ante. Nam fermentum sem vel lobortis interdum. Sed aliquam volutpat pharetra. Sed dolor nec nisi efficitur ultricies quis vel t. Nunc vitae justo nec nulla ullamcorper puet. Nullam et diam venenatis, fringilla t vel, luctus purus. Vivamus semper, leo in tesuada placerat, augue eros convallis felis, apibus tellus tortor id mi. Nullam commoac velit eu tincidunt. In lobortis turpis quisare ultrices. Etiam non ante justo.

ean congue, nisi ornare imperdiet eletd, erat risus lacinia ligula, sed sodales pue metus eget neque. Maecenas justo ila, auctor rutrum ex eu, pretium mattis tor. Suspendisse vestibulum eget est vitae tidunt. Nullam sit amet blandit mi. Sed uretra, lorem vel sodales suscipit, tellus ac molestie sapien, et porta nisi mauris eu em. Curabitur a diam vel augue venenatis lestie. In finibus viverra leo, in ornare leclacinia in. Donec ipsum justo, facilisis at in, placerat feugiat elit. Quisque mi lacus, ulis in dolor at, sodales hendrerit lectus. Ut pesuada, enim vel efficitur dapibus, neque pis faucibus nisi, vitae egestas tellus ipsum purus.

Historia

Lugar cómodo para descansar



Curabitur a diam vel augue venenatis molestie. In finibus viverra leo, in ornare lectus lacinia in. Donec ipsum justo, facilisis at leo in, placerat feugiat elit. Quisque mi lacus, iaculis in dolor at, sodales hendrerit lectus.

Lugar comodo para descansar



Curabitur a diam vel augue venenatis molestie. In finibus viverra leo, in ornare lectus lacinia in. Donec ipsum justo, facilisis at leo in, placerat feugiat elit. Quisque mi lacus, iaculis in dolor at, sodales hendrerit lectus.

Pesca



Curabitur a diam vel augue venenatis molestie. In finibus viverra leo, in ornare lectus lacinia in. Donec ipsum justo, facilisis at leo in, placerat feugiat elit.

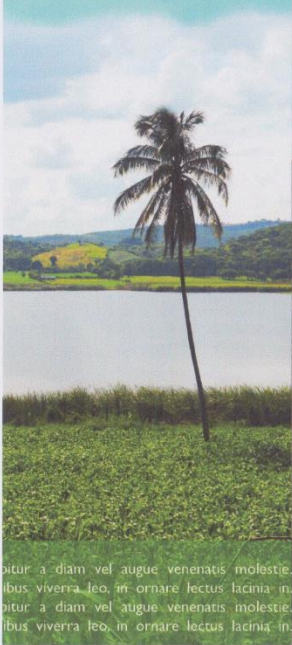
Caminar y nadar



Curabitur a diam vel augue venenatis molestie. In finibus viverra leo, in ornare lectus lacinia in. Donec ipsum justo, facilisis at leo in, placerat feugiat elit.

Y mucho más...

Laguna de Obrajuelo



Curabitur a diam vel augue venenatis molestie. In finibus viverra leo, in ornare lectus lacinia in. Curabitur a diam vel augue venenatis molestie. In finibus viverra leo, in ornare lectus lacinia in.

¿Cómo llegar?



Laguna de Obrajuelo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum sit amet dolor in arcu tincidunt finibus. Etiam justo dui, euismod at orci quis, imperdiet mollis ligula. Pellentesque laoreet elementum velit, eget iaculis nunc porta vitae. Suspendisse semper neque vel varius volutpat. Aenean non nibh ac lectus bibendum consectetur. Nam fermentum sem vel lobortis interdum. Etiam non ante justo.