CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

# Identidad visual corporativa y sistema estratégico de comunicación institucional orientado al fortalecimiento de la imagen, posicionamiento y gestión del Gad Parroquial de Jima, cantón Sígsig

Trabajo de titulación previo a la obtención del título **Diseñador Gráfico con equivalencia a Tecnólogo Superior**

**Proyecto Técnico de Titulación**

**Autores:**

Romero Sinchi David Sebastián

Romoleroux Muñoz Ronald Adrián

**Tutor:**

Flor Guambo Juan Hernán

**Cuenca, Ecuador**

**2026**

## Resumen

El presente proyecto de titulación exhibe el desarrollo del diseño de identidad visual corporativa y el sistema estratégico comunicacional e institucional del GAD Parroquial de Jima, ubicado en el cantón Sígsig. Se identificó una insuficiencia visual y comunicativa, que ha limitado la proyección de la riqueza histórica, cultural y paisajística de la zona, obstaculizando su gestión y debilitando el sentido de pertenencia en la comunidad. Para conseguirlo, se implementó un enfoque metodológico mixto, estructurado bajo la metodología proyectual de Bruno Munari. A través de un trabajo de campo y documental que incluyó encuestas a la población, entrevistas a profundidad con actores institucionales, análisis documental y observación de los autores, logrando diagnosticar el estado de la institución y decodificando elementos que más representen a Jima. Obteniendo así, el desarrolló de una conceptualización gráfica plasmada en un Manual de Identidad Visual Corporativa, la actualización de su sitio web y un sistema de aplicaciones digitales adaptado a las necesidades contemporáneas de transparencia y difusión. Se concluye que, el diseño gráfico aplicado como herramienta estratégica, trasciende el valor estético, convirtiéndose en un medio de conexión social. Esta propuesta dota al GAD Parroquial de directrices normativas que sujetan su comunicación, fortalecen su legitimidad frente a la ciudadanía y, de manera indirecta, impulsan el desarrollo turístico y económico local al proyectar a Jima como una marca territorial digna y competitiva.

*Palabras clave:* Identidad visual corporativa, comunicación estratégica, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial.

El contenido, las conclusiones y las opiniones expresadas en el presente Proyecto de Titulación son de exclusiva responsabilidad de los autores y no comprometen, representan ni reflejan la posición institucional del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano.

La institución se exime de toda responsabilidad legal o perjuicio que pueda derivarse del contenido de esta obra frente a terceros. Los autores asumen la plena responsabilidad sobre la originalidad, la propiedad intelectual y los derechos de autor del trabajo desarrollado.

**Repositorio institucional:** https://repositorio.sudamericano.edu.ec/home

## Abstract

This graduation project presents the development of the corporate visual identity design and the strategic communicational and institutional system for the Parochial Autonomous Decentralized Government (GAD) of Jima, located in the Sígsig canton. A visual and communicative deficiency was identified, which has limited the projection of the area's historical, cultural, and scenic richness, hindering its administrative management and weakening the sense of belonging within the community. To address this, a mixed methodological approach was implemented, structured under Bruno Munari's design methodology. Through fieldwork and desk research—including public surveys, in-depth interviews with institutional stakeholders, documentary analysis, and direct observation—it was possible to diagnose the institution's current state and decode the most representative elements of Jima. As a result, a graphic conceptualization was developed and consolidated into a Corporate Visual Identity Manual, alongside the redesign of its website and a digital applications system adapted to contemporary needs for transparency and information dissemination. It is concluded that graphic design, applied as a strategic tool, transcends mere aesthetic value and becomes a medium for social connection. This proposal provides the Parochial GAD with normative guidelines that structure its communication, strengthen its public legitimacy, and indirectly boost local tourism and economic development by projecting Jima as a dignified and competitive territorial brand.


***Keywords:*** *Corporate* visual identity, strategic communication, Parochial Autonomous Decentralized Government.

The content, conclusions, and opinions expressed in this Graduation Project are the exclusive responsibility of the authors and do not compromise, represent, or reflect the institutional position of the Instituto Tecnológico Superior Sudamericano.

The institution disclaims all legal responsibility or liability for any damages that may arise from the content of this work toward third parties. The authors assume full responsibility for the originality, intellectual property, and copyright of the developed work.

**Repositorio institucional:** https://repositorio.sudamericano.edu.ec/home

# Índice de contenido

Resumen ..... 2
Abstract ..... 3
Introducción ..... 15
Capítulo I: Problemática ..... 16
Capítulo II: Marco Referencial ..... 17
2.2 Marco Contextual ..... 20
Capítulo III: Metodología de investigación ..... 44
***2.1.1. Tipo y enfoque de la investigación*** ..... 44
***2.1.2. Métodos de investigación aplicados*** ..... 44
***2.1.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos*** ..... 45
**2.2. Metodología del Trabajo de Diseño** ..... 47
***2.2.1. Enfoque metodológico del diseño*** ..... 47
Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados ..... 50
***3.1.1. Fase 1: Empatizar*** ..... 50
***3.1.2. Fase 2: Definición*** ..... 50
***3.1.3. Fase 3: Ideación*** ..... 51
***3.1.3. Fase 4: Prototipado*** ..... 53
***3.1.3. Fase 5: Testeo*** ..... 53
Capítulo V: Propuesta de investigación ..... 54
Resultados y Conclusiones ..... 54
**4.1. Análisis de Resultados** ..... 54
***4.1.1. Análisis cualitativo*** ..... 54
***4.1.2. Análisis cuantitativo*** ..... 55
Cronograma de actividades ..... 62
Presupuesto ..... 63
**Conclusiones** ..... 64
**Recomendaciones** ..... 65
**Referencias bibliográficas** ..... 66

# Índice de Figuras

*Figura 1. Identificador Corporativo GAD Paccha* ..... *36*
*Figura 2. Post Informativo GAD Baños de Agua Santa* ..... *37*
*Figura 3. Identificador Corporativo GAD Sinincay* ..... *38*
*Figura 4. Post Informativo GAD San Joaquín* ..... *39*
*Figura 5. Feed Sitio Web Oficial GAD Baños* ..... *40*
*Figura 6. Feed Sitio Web Oficial GAD San Joaquín* ..... *41*
*Figura 7. Feed Sitio Web GAD Turi* ..... *42*
*Figura 8. Entrevista Sr. Luis Ortega.* ..... *50*
*Figura 9. Feed Facebook GAD Jima* ..... *51*
*Figura 10. Rediseño logotipo GAD parroquial de Jima.* ..... *51*
*Figura 11. Manual de identidad visual GAD parroquial de Jima* ..... *52*
*Figura 12. Sitio Web actualizado GAD Jima* ..... *52*
*Figura 13. Referencia Manual visual* ..... *53*
*Figura 14* ..... *55*
*Figura 15* ..... *56*
*Figura 16* ..... *56*
*Figura 17* ..... *57*
*Figura 18* ..... *58*
*Figura 19* ..... *59*
*Figura 20* ..... *59*
*Figura 21* ..... *60*
*Figura 22* ..... *61*
*Figura 23* ..... *61*
*Figura 24* ..... ***¡Error! Marcador no definido.***

# Índice de Tablas

*Tabla 1* ..... *62*
..... *62*
*Tabla 2* ..... *63*

# DERECHOS DE AUTOR

Los derechos de esta obra son irrenunciables y corresponden a su **AUTOR**, incluido sus derechos patrimoniales. El **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** tiene licencia gratuita e intransferible sobre esta obra para uso no comercial, de necesitar uso comercial requiere autorización de su titular.

INSTITUTO DE TECNOLOGIAS SUDAMERICANO
GENUINA EDUCACION SUPERIOR
ESTABLECIDO EN 1995

## CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

### Aprobación del Trabajo de Titulación

---

Doy fe que el trabajo desarrollado por el/la/los estudiantes: **Romero Sinchi David Sebastián y Romoleroux Muñoz Ronald Adrián**, con el título **"IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA Y SISTEMA ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL ORIENTADO AL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN, POSICIONAMIENTO Y GESTIÓN DEL GAD PARROQUIAL DE JIMA, CANTÓN SÍGSIG** cumple con los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente,

Flor Guambo Juan Hernán

C.I 0103552642

INSTITUTO DE TECNOLOGIAS SUDAMERICANO
GENUINA EDUCACION SUPERIOR
ESTABLECIDO EN 1995

# DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, **Romero Sinchi David Sebastián**, estudiante del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **Diseño Gráfico,** declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **"IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA Y SISTEMA ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL ORIENTADO AL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN, POSICIONAMIENTO Y GESTIÓN DEL GAD PARROQUIAL DE JIMA, CANTÓN SÍGSIG"** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

Romero Sinchi David Sebastián

**Cédula:** 01050055523

INSTITUTO DE TECNOLOGIAS SUDAMERICANO
GENUINA EDUCACION SUPERIOR
ESTABLECIDO EN 1995

# DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, **Romoleroux Muñoz Ronald Adrian**, estudiante del **Instituto Tecnológico Superior Particular Sudamericano** de la ciudad de Cuenca - Ecuador, que cursó la Tecnología en **Diseño Gráfico,** declaro en forma libre y voluntaria que la presente investigación que versa sobre **"IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA Y SISTEMA ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL ORIENTADO AL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN, POSICIONAMIENTO Y GESTIÓN DEL GAD PARROQUIAL DE JIMA, CANTÓN SÍGSIG"** así como las expresiones vertidas en la misma, son autoría de la compareciente, quien ha realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al remitirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

Romoleroux Muñoz Ronald Adrian

**Cédula:** 0150634491

## Dedicatoria

A mi mamá, Lourdes, todos estos años me han servido para conocerla más, para entenderla y comprender que, a pesar de los errores, podemos mejorar. Siempre vamos a convivir con nuestras versiones malas, pero a pesar de todo, no somos esa versión, podemos mejorar. Ella me tomó de la mano cuando yo estaba tocando fondo, ella es una verdadera amiga y una madre honorable que, con mucho dolor, acepto que no la he tratado con respeto, pero, a partir de que pude abrir los ojos y conocerme, he intentado remediarlo.

A mi gatita Lili que, a pesar de no estar presente en este plano, me acompaña todos los días todo el día que me siento solo, todas las noches de desvelo y me hace falta escucharla, verla dormida, escuchar su ronroneo, verla en la ventana esperándome regresar a mi casa y ver como sus pupilas se agrandan al hablarle bonito, que al momento de llamarla venga corriendo hacia donde estoy. Perdón por no haber podido salvarte, espero volver a verte pronto.

A mis amigos, Solange, Adrián y Victoria, me han regalado lo que para mi es lo más bonito y lujoso que te podrían dar en la vida, su tiempo. El cariño y respeto que me han brindado por ser como realmente soy.

Personas que por respeto no nombraré, que han pasado por mi vida y, a pesar de ser mi pasado, a pesar de que ahora solo sean bonitos recuerdos, me han ayudado a ser quien soy hoy.

Con cariño, David.

**Agradecimiento**

A mí, más que compañero de tesis, amigo Adrián, por haberme enseñado el significado de esa palabra, por todas las risas que me ha producido a pesar de estar en el peor momento de mi vida, por abrirme las puertas de su casa y de lo más importante, de su familia. Este proceso no ha sido más que la demostración de la amistad que hemos forjado en tan pocos años, los cuales parecen demasiados, todo el tiempo que hemos pasado desearía que fueran eternos y que la vida no avance, porque a pesar de que no lo queramos asimilar, por su naturalidad todo cambia y nos guía por otros caminos. Sin embargo, sé que en distintos puntos nos volverá a reunir.

A mi amiga Solange, 8 años que han pasado muy rápido y me hacen falta muchos más, genuinamente, siempre me ha incluido dentro de su vida no importa cuando lea esto, percibo siempre el cariño y respeto que me brinda, espero lograr lo mismo en ella. Me ha confiado prácticamente todas sus vivencias y pensamientos que no en todo el mundo podría llegar a confiar, me ha regalado su tiempo, a pesar de tener muchas cosas que afrontar y como muestra de cariño, he intentado estar en todas. Espero lograr todas las promesas que le he realizado porque se las merece, es el vivo ejemplo de una persona real.

A mi amiga Victoria, su forma de ser tan inocente y su aura blanca que brilla con luz propia me han ayudado a querer mejorar constantemente para lograr al menos un poco de lo que ella genera en las personas, siempre responde así sea cuando quiero molestarla o cuando me siento mal, siempre me escucha, me ayuda y está presente en los momentos importantes.

A mis abuelitos, por apoyarme a seguir con la carrera, a mi familia en general que, por interés genuino me ha preguntado como avanzo en este proceso y me han brindado palabras de apoyo.

A Jima y sus colaboradores del GAD Parroquial, por abrirnos siempre las puertas de su bella parroquia y todos los días nos han ayudado a concluir este proceso con una sonrisa e interés mutuo por el que el proyecto se realice de la mejor manera posible.

Atentamente, David.

## Dedicatoria

A mi mamá, Adriana y mis hermanas, Pamela y Geovanna, que siempre hemos sido los cuatro a pesar de todas las adversidades que nos ha dado la vida y como nos ha moldeado a cada uno de nosotros, pero siempre agradecido por tenerlas, porque gracias a ellas soy cada día alguien mejor, ya que ellas han sido un pilar y siempre una ayuda ante mis problemas y por eso quiero dedicarles este logro que bastante grande para mí.

A mis perritas, Galleta y Miel, también a mi gatita Kitty, que siempre han sido y han jugado un papel demasiado importante en mi vida, siempre acompañándome en todo momento, despiertas conmigo hasta yo acabar cada actividad, siempre despidiéndome cuando salgo y recibiéndome en la entrada de la casa, cada momentito con ellas ha sido muy sanador para mi corazón y han sido mi ayuda más grande.

A mis amigos Steven, Alex, Jordán, Martin y Jonnas, que han sido unas grandiosas personas siempre ayudándome, extendiendo sus manos, dándome el ánimo que la mayoría de veces no puedo, siempre animándome a ser una mejor persona, dándome su cariño y abriéndome su casa y haciéndome parte de su familia, gracias por cada momento juntos sea estando juntos o solo jugando cualquier cosa por las noches, les agradezco por ser parte de mi familia y ser unos hermanos, los quiero mucho.

No puedo olvidarme de uno de mis amigos que también se ha vuelto familia y ese es mi compañero de tesis y no solo compañero, si no se ha vuelto igual un hermano y ese es David, que también fue una pieza clave para avanzar en mi vida y la tesis.

A la persona que me dio el empujón para estar en la carrera y siempre le gusto las cosas como lo hacía, la que paso diciéndome que entrara en eso, la que me dio las herramientas y todo su amor para yo estar hoy aquí, gracias a ti hoy cumplo esta meta, aunque ya no estes aquí y ya no formes parte de mí y yo de ti, este logro en medida fue por ella, gracias.

Con cariño, Adrián.

## Agradecimiento

A mi mamá, que siempre estuvo, que me abrazo cuando más necesita un abrazo, que nunca me dejo solo, que siempre estaba ayudándome a hacer las cosas, dándome un consejo, gracias mamita te amo mucho, las palabras siempre se quedaran cortas cuando se trata de ti, porque gracias a ti las cosas fluyeron, con enojos con bueno y malos momentos siempre me bridaste tu amor, te amo mami, gracias por ser mi mamá.

A mi hermana Pamela, que siempre estuvo conmigo ayudándome a no dormirme mientras hacia las cosas, quien siempre esta cuando más la necesito, a mi niña, que gracias a tu compañía siempre me la paso mejor, gracias a todas esas conversaciones en la cocina mientras me ayudabas a curar mi alma, nunca podre acabar por agradecerte por siempre ser mi hermana y agradezco por ser tu hermano mayor.

A mi hermana Geovanna, quien es mi guía y la voz que siempre me dirige a lo mejor y ser quien me escucha siempre, quien conversa conmigo y quien sin darse cuenta es de las mejores cosas que tengo y también agradezco a la persona que tiene a su lado a su novio Mateo quien es de la familia y gracias a los dos es que he caminado a un buen lugar ya que siempre los veo como mis personas a seguir, gracias Geovanna y gracias Mateo por ser un ejemplo en mi vida.

A mi querido David, siempre estaré agradecido por haber coincidido en el mismo curso, gracias a eso encontré un hermano más, con quien pase muchas horas de risa, de tristezas y reflexiones, estaré siempre agradecido por ser quien soy porque tuve una gran persona en mi vida, este logro de los dos, me pone orgulloso de haber sido tu amigo y compañero de tesis, la vida ya nos dará nuestro momento feliz.

A mi amiga Victoria por que la carrera fue muy divertido, gracias por haberme alimentado mucho, siempre agradeceré toda la amabilidad que me brindaste y gracias por ser siempre una linda persona conmigo, gracias por tu amistad y por los momentos juntos en clases y fuera de.

Atentamente, Adrián.

# Introducción

El objetivo principal de este proyecto de titulación es crear un sistema comunicacional integral para el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Parroquial de Jima, el cual, forma parte del cantón Sígsig. Actualmente, la comunicación visual estratégica se ha convertido en un instrumento esencial e indispensable para el progreso de las áreas tanto urbanas, como rurales, ya que posibilita mostrar coherente y transparentemente su identidad, patrimonio y potencialidades.

La problemática que enfrenta la parroquia acerca de su identidad visual corporativa, la justificación de la intervención práctica aplicando diseño gráfico y los propósitos que guían el análisis y estudio para su correcta ejecución se presentan en este documento. El proyecto abarca desde el diagnóstico de la situación de la institución, hasta la entrega de un manual de identidad visual, incluyendo las directrices normativas para su implementación en soportes digitales y físicos.

# Capítulo I: Problemática

En la actualidad, el progreso económico y social de las zonas rurales está íntimamente relacionado con su habilidad para transmitir, de manera eficaz, su riqueza en cuanto a historia, cultura y atractivos.

No obstante, se detectó que el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jima tiene una escasez notoria en cuanto a términos de comunicación visual tanto con el exterior como con su propia comunidad.

El problema principal es la falta de una identidad gráfica que sea cohesiva, representativa y actualizada.

La falta de pautas visuales profesionales y ausencia de materiales de difusión organizados, que consigan traducir los valores institucionales y territoriales, son las razones por las cuales existe este problema.

Como deducción, este suceso ha producido grietas en la comunicación institucional, reduciendo de manera notoria las capacidades del GAD, complicando su gestión y restando visibilidad a su organización.

# Capítulo II: Marco Referencial

## 2.1 Marco Teórico

### Teoría de la identidad corporativa de David Caldevilla.

Caldevilla (2009) enfatiza sobre la identidad corporativa:

La identidad corporativa es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización. Esta identidad corporativa está relacionada directamente con la historia o trayectoria de la empresa, los proyectos de la misma y su cultura corporativa. Incluye un logotipo que es la pieza fundamental para identificar porque condensa el significado de la entidad. Todo esto y los elementos de soporte se recogen en el Manual de Identidad Corporativa. (p. 2).

La teoría de Caldevilla asigna fundamental importancia en el proyecto, permitiendo comprender cómo es que una identidad visual no solo representa gráficamente a la institución, sino constituye una herramienta estratégica para fortalecer la comunicación entre el gobierno autónomo descentralizado y la comunidad que representa. El aporte principal al diseño de la identidad visual del GAD radica en establecer los criterios metodológicos para desarrollar un sistema coherente que refleje los valores culturales, históricos y aspiracionales de la parroquia de Jima, garantizando así que la identidad corporativa trascienda lo meramente estético para convertirse en un instrumento de comunicación efectiva.

### Teoría de los sistemas de identidad visual de Pintado Teresa y Sánchez Joaquín.

Pintado y Sánchez (2013) defienden que “La identidad visual se define como la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa que marca unas normas de uso para su aplicación correcta.” (p. 211).

Esta referencia teórica se relaciona directamente con el proyecto al permitir estructurar los elementos visuales del GAD como un sistema visual coherente que refleje sus valores, fortaleciendo su posicionamiento y reconocimiento en la comunidad. Aporta al diseño visual del

GAD al ofrecer una perspectiva holística que trasciende la creación de un logotipo, abarcando todos los puntos de contacto visual con los ciudadanos, desde papelería institucional hasta señalización y comunicación digital. Esta teoría resulta fundamental para la investigación porque permite analizar cómo una identidad visual bien estructurada puede mejorar la comunicación institucional y optimizar la gestión de los recursos comunicativos del gobierno parroquial.

**Teoría de la comunicación institucional de Rolando Portugal.**

Portugal (2012) define la comunicación institucional:

La Comunicación Institucional es un proceso que alimenta relaciones, y además es facilitadora de comprensión, profundización y reconocimiento de la institución. Se trata de un proceso que debe adaptarse a las necesidades, convicciones y aspiraciones de los públicos, un proceso que debe formar una parte esencial de la estrategia corporativa, y que puede tener un impacto sobre el rendimiento.

La teoría aporta al proyecto en la comprensión de que la comunicación institucional funciona como un puente que fortalece el vínculo entre el GAD y los ciudadanos. Su importancia para la investigación radica en que permite analizar cómo una identidad visual bien concebida puede incidir directamente en el rendimiento institucional, mejorando su legitimidad, facilitando el reconocimiento comunitario y contribuyendo a una gestión más efectiva de las relaciones con los locales.

**Teoría de la comunicación estratégica en organizaciones públicas de Fanny Paladines.**

Según Galarza (2012) aporta la idea “Para que la empresa pueda cumplir con sus objetivos de comunicación, se requiere de una gestión, que implica la acción de planear, organizar, dirigir, evaluar y controlar todas las actividades y relaciones internas y externas de la organización.”

Esta teoría referencial establece que la identidad visual corporativa no puede ser un elemento aislado, sino que se debe insertar en un marco estratégico, implicando realizar una planeación, organización, dirección, evaluación y control sobre la gestión del sistema

comunicacional institucional interno y externo, requiriendo una programación cuidadosa que se alinee con los objetivos del GAD.

**Teoría del diseño gráfico como herramienta de fortalecimiento institucional de Lina Ruiz.**

Ruiz (2025) aporta sobre el diseño gráfico como herramienta de fortalecimiento institucional:

El diseño gráfico cumple un papel fundamental dentro de un entorno social y comunicativo actual, representa una herramienta estratégica fundamental en los procesos comunicativos de las organizaciones modernas, en un entorno cada vez más competitivo y digitalizado, la capacidad de transmitir mensajes de forma clara, persuasiva y alineada con la identidad institucional se ha vuelto indispensable.

La teoría refleja un entorno actual competitivo y digitalizado, ahora las instituciones dependen de su capacidad de transmitir mensajes de forma clara, persuasiva y alineada con la identidad institucional, resultando crucial para su posicionamiento y legitimidad dentro de los gobiernos vigentes. Aporta al proyecto la comprensión de que el diseño de una identidad corporativa del GAD no es un mero adorno estético, sino una herramienta estratégica que facilita la comunicación efectiva con los ciudadanos, transmitir los valores institucionales y diferenciar al gobierno parroquial en el entorno comunicativo actual.

**Teoría del diseño gráfico como herramienta de fortalecimiento institucional de Miguel Santofimio.**

Afirma Moreno (2014): “se puede considerar la identidad como el conjunto de elementos (materiales e inmateriales) existentes en el mismo y susceptibles de diferenciarlo o de actuar como fuerza de cohesión del mismo. Tradicionalmente se asocia a aspectos culturales y ambientales”

La referencia teórica se relaciona directamente con el proyecto al establecer que la identidad visual de un gobierno autónomo descentralizado debe ser un reflejo auténtico del territorio que representa, incorporando elementos simbólicos, culturales y ambientales que resuenen con la comunidad local y promuevan el sentido de pertenencia. Al aplicar esta teoría, el

diseño de la identidad visual del GAD Parroquial de Jima puede trascender lo meramente corporativo para convertirse en una herramienta de cohesión social, fortaleciendo el vínculo entre la institución y los ciudadanos, y facilitando la comunicación efectiva de programas, proyectos y valores institucionales en un contexto territorial.

**Teoría de los manuales de identidad visual de Carmen Grisolía.**

Según Grisolía (2013) define: “El Manual de Identidad es la herramienta que materializa la estructura y organización del sistema gráfico en los programas de identidad visual.”

Este enfoque teórico permite comprender que el manual de identidad visual no será simplemente un documento normativo, sino un sistema estratégico que refleja tanto los valores institucionales como las características culturales específicas de la comunidad de Jima. Para el diseño de la identidad visual del GAD, esta teoría aporta el concepto sobre desarrollar un manual que garantice coherencia en todas las comunicaciones institucionales mientras permite adaptaciones contextuales, asegurando que la identidad visual no solo estandarice la imagen del gobierno parroquial, sino que se convierta en una herramienta efectiva para mejorar la comunicación y proyectar una imagen institucional sólida y representativa.

## 2.2 Marco Contextual

Jima, fundada un 12 de noviembre de 1822 como una parroquia de Sígsig, enfrenta un obstáculo, el cual afecta su avance social y económico, ya que, cada vez depende más de su destreza para comunicar su riqueza cultural, histórica y paisajística.

Expone un problema que ha sido evidente y localizado en diferentes instituciones, el cual se ha detectado en el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jima: ausencia de comunicación visual.

El hallazgo de este conflicto se depuró metodológicamente, a través de auditorías del estado institucional, complementado con la recolección de datos a partir de tres entrevistas a profundidad, elaboradas hacia actores clave y una encuesta dirigida a la población Jimeña para evaluar su percepción.

Esto admitió que las carencias se deben a la falta de directrices visuales profesionales y de materiales de divulgación que aborden adecuadamente sus valores institucionales y territoriales.

Se establecerán las bases para el desarrollo estratégico de la comunicación digital y se organizará una identidad corporativa que promueva a la parroquia, supere su historia y favorezca su avance.

Según los datos aportados por el GAD de Jima, la parroquia se sitúa a 2.805 metros sobre el nivel del mar en su parque central, en el corazón del Callejón Interandino, con coordenadas astronómicas de 03° 11' 35" latitud sur y 78° 57' 08" longitud occidental. Con 204.4 km², esta parroquia es la más grande del cantón Sígsig y ocupa el 30.7% de su territorio.

Su relieve está caracterizado por montañas imponentes como la de Tinajillas al oeste, con una altura de 3.424 metros, y Alliparupashca al sur, que se une a la cordillera de Matanga (Moriré), así como numerosas elevaciones menores que enriquecen su paisaje, donde la agricultura y la ganadería se favorecen de las mesetas.

Jima se comunica con el resto del país a través de dos caminos principales: La capital de la provincia, Cuenca, está a 48 kilómetros de distancia, separada por las vías Cumbe-San Vicente (lastrada) y Cumbe-Tinajillas (a través de Loja). Estos caminos vecinales y secundarios, que representan solo el 4.3% de la red vial del cantón (cerca de 9.9 km), son las arterias fundamentales que sostienen la comunicación entre sus 21 comunidades esparcidas en el territorio.

Se propone una solución estratégica para superar las barreras geográficas en el contexto de esta extensión y limitaciones de la infraestructura física. El proyecto proporcionará al GAD de Jima, a través del establecimiento de canales digitales de comunicación y la creación de una identidad corporativa unificada, las herramientas visuales profesionales que necesita para mostrar su riqueza paisajística y productiva.

En el centro de Jima residen 3.110 personas organizadas en 21 comunidades. Una particularidad la cual caracteriza su tejido social es, que la mayor parte de sus habitantes (79,13 %) habita dispersamente en el pueblo, mientras que únicamente un 20,87 % (649 individuos) vive en el centro parroquial. Bajo esta distribución demográfica, es notoria una fuerte conexión con la tierra y un estilo de vida arraigado en el campo, donde las familias mantienen tradiciones y formas de organización comunitaria. La ganadería y agricultura son actividades económicas principales

de Jima, destacando dentro de ellas la industria láctea, que elabora quesos de calidad y sabor excepcionales; este producto se ha convertido en un símbolo parroquial.

La manufactura de vinos artesanales y distintos productos autóctonos de Jima, son una representación del conocimiento transmitido de generación en generación. A pesar de ser la parroquia más amplia del cantón Sígsig, su población es relativamente pequeña. Esta situación ha generado tanto retos como virtudes: por un lado, esta dispersión dificulta una coordinación comunitaria y la provisión de servicios; por otro lado, permite conservar una identidad local fuerte y un estilo de vida auténtico. Se percibe que los jimeños poseen un fuerte espíritu de trabajo, resiliencia y colaboración en la comunidad.

En cuanto al clima de la región, sostiene un promedio de 12 grados, temperaturas que fluctúan entre 3 y 18 grados, su altitud va desde los 2.600 hasta los 3.400 metros. Esto genera condiciones privilegiadas para una fauna y flora adaptadas a estos ecosistemas elevados. La Laguna Zhuruguiña, es una zona con vistas únicas y naturaleza casi intacta, fomenta el respeto y contemplación, siendo uno de sus tesoros naturales.

La Ruta del Gavilán se ha convertido en su principal atractivo turístico, una experiencia que combina el avistamiento de aves, impresionantes vistas panorámicas, caminatas por senderos de montaña y la interacción directa con los habitantes locales. Una táctica de desarrollo sostenible que busca fortalecer la economía local sin amenazar sus valores culturales y naturales. De igual manera, existen otros lugares que están siendo localizados y posicionados, como la caminata al mirador cañari o Zhimazhuma, el paseo por el río Moya con pesca deportiva y cascadas; todos estos poseen un enorme potencial para ser turísticos.

En la iglesia parroquial, hay otro lugar especial: La Cueva de Agua. Los turistas allí conseguirán agua que se considera milagrosa. A pesar de que se extrae sin parar, nunca se termina, lo cual la convierte en un símbolo de la generosidad del territorio de Jima.

El proyecto tiene como objetivo dar a conocer su oferta territorial mediante formatos digitales contemporáneos, con el fin de visibilizar la magnitud de este patrimonio natural, cultural y turístico.

Por medio del diseño y la conceptualización de contenidos multimedia dinámicos, como reels (videos breves) y posts (publicaciones gráficas estructuradas) optimizados para redes

sociales, con el objetivo de llevar la experiencia física a los canales digitales contemporáneos, logrando así una conexión eficaz con nuevos públicos y estableciendo a la parroquia como un destino de gran valor en el ámbito digital.

A pesar de contar con un patrimonio humano, natural y cultural apreciable, el Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Jima enfrenta un desafío significativo en el área de las comunicaciones. La falta de una identidad gráfica coherente, representativa y moderna constituye el principal obstáculo para transmitir eficazmente los valores territoriales e institucionales de la parroquia a su comunidad y al mundo exterior. La ausencia de directrices visuales profesionales y de recursos de divulgación organizados ha ocasionado que la comunicación institucional tenga deficiencias, lo cual ha limitado las capacidades de la parroquia para gestionar y destacar proyectos socioculturales.

El GAD parroquial, que está encabezado por autoridades comprometidas con el progreso local, ha intentado reforzar la conexión entre el gobierno y los ciudadanos para promover proyectos que favorezcan a la comunidad; sin embargo, la ausencia de instrumentos de comunicación apropiados ha obstaculizado estos esfuerzos. Para poder promover el turismo local como un pilar económico adicional que ayude a aumentar de manera integral la parroquia, es prioritario optimizar su comunicación.

En Jima hay una gran cantidad de costumbres e historias que tienen sus raíces en los cañaris, mucho tiempo antes de que la zona fuera alcanzada por incas y españoles. El 12 de noviembre del año 1822, se estableció como parroquia, lo cual marcó el inicio de una nueva etapa en su historia. Esta etapa se consolidó al unirse a Sígsig voluntariamente en 1853 y después al unirse al Cantón Cuenca en 1852. Se le otorgó el reconocimiento de patrimonio cultural del Ecuador el 1 de abril del año 2008, lo que resaltó su valor cultural y lo hizo destacar por la riqueza tangible e intangible que representa su legado.

Una de las historias más relevantes es la de las campanas que fueron llevadas desde Oriente. Al parecer, el viaje fue tan difícil que se perdió una de ellas, y supuestamente fue enviada al exterior; con el tiempo, se convirtió en un símbolo del sacrificio y esfuerzo de sus antepasados. La minga, o trabajo comunitario, es una práctica viva que refleja el espíritu de cooperación que existe en todos los ámbitos de la vida cotidiana.

Otra expresión de su identidad cultural es la gastronomía de Jimena. En las festividades importantes, no pueden faltar comidas como el cuy con queso amasado y papas, que se sirven junto a la chicha de jora tradicional, cuyo proceso de elaboración comienza con la siembra de la jora. Estas expresiones culturales no son simples tradiciones, sino el medio a través del cual los jimeños mantienen su identidad y transmiten sus valores.

## 2.3 Marco Coceptual

### Identidad corporativa

"La Identidad Corporativa es el conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se autoidentifica (a nivel introspectivo) y se autodiferencia de las otras organizaciones de su entorno" (Capriotti, 2009, p. 23).

La identidad corporativa es fundamental en el proyecto, ya que revela que no solo se trata de componentes visuales, sino también del alma, la cultura y la propia personalidad de la entidad. Para el GAD Parroquial de Jima, tratarlo desde este enfoque permite entender que, antes de proyectar una imagen hacia afuera, se tiene que identificar con claridad: cuáles son sus valores, su historia, sus costumbres y el compromiso con el servicio. Debe orientar todas las actividades del GAD para lograr una comunicación auténtica y coherente.

La referencia de Capriotti (2009) defiende la idea de que la estrategia tiene que ser elaborada de adentro hacia afuera, asegurando que esos rasgos fundamentales y perdurables se conviertan en el centro de la marca territorial de Jima fortaleciendo su autoidentificación institucional.

### Sistema Visual

"El sistema visual es una estructura articulada de recursos gráficos subsidiarios —como tipografías, paletas de color, tramas, criterios de composición y estilos fotográficos— que acompañan a la marca gráfica. Su propósito es dotar a la institución de un lenguaje propio,

asegurando la unidad, la coherencia y el reconocimiento inmediato en toda la multiplicidad de sus comunicaciones, incluso cuando el logotipo no está presente" (Chaves, 2005, p. 87).

El sistema visual es esencial en la tesis ya que la identidad de una institución no se conserva únicamente con el logotipo ubicado en un rincón. Entender este concepto es imprescindible para desarrollar una estrategia visual integral. En otras palabras, determinar paletas de colores en función de su riqueza territorial, escoger tipografías que sean fáciles de leer y fijar reglas claras en el manual para reconocer inmediatamente si ese mensaje proviene de Jima sin necesidad de buscar el logo, ya sea en una publicación impresa, en un oficio formal o en un video turístico.

La cita de Chaves (2005) apoya el concepto de que es necesario diseñar de forma integral, estableciendo regulaciones que organicen la comunicación. De esta manera, Jima adquiere una identidad visual sólida, coherente y altamente profesional que no solo genera confianza en su comunidad, sino que también establece al GAD como una entidad bien estructurada y seria ante los turistas y otras organizaciones. (como los otros GAD del Azuay).

## Manual de Identidad

"El manual de normas de identidad visual es el instrumento técnico e institucional que codifica las reglas de uso del sistema gráfico. Su función no es limitar la creatividad, sino actuar como una guía normativa que garantiza la reproducción correcta, la coherencia y la continuidad de la imagen de la organización en todas sus aplicaciones a lo largo del tiempo" (Frascara, 2006, p. 64).

El manual de identidad es indispensable en el proyecto, la labor de diseño no termina con la aprobación del logotipo; es esencial protegerlo. Al verlo como un documento técnico y normativo, posibilita, para el GAD Parroquial de Jima, comprender que es crucial definir normas precisas (zonas de protección, versiones autorizadas, paletas de color en RGB/CMYK y usos tipográficos). Esto garantiza que, en el futuro, tanto un nuevo funcionario como un gestor de redes sociales o la imprenta local tengan claro cómo manejar los elementos visuales sin alterarlos.

La cita de Frascara (2006) propone que es necesario proporcionar a la institución una herramienta de autonomía y control. De este modo, el GAD de Jima logra independencia respecto a los diseñadores originales y salvaguarda su identidad visual. Esto asegura que su imagen se transmita siempre de forma atractiva, seria y ordenada para los visitantes, preservando su valor estratégico sin cambios a lo largo del tiempo.

## Semiótica

"La semiótica estudia las cosas en cuanto se asumen y se perciben como signos, es decir, en cuanto son portadoras de sentido y de significación para los seres humanos. [...] Todo hecho cultural, en el fondo, es un signo que comunica algo" (Zecchetto, 2002, pp. 15-16).

La semiótica es esencial en la tesis, cada color, forma y textura elegidos al diseñar no son solo adornos estéticos, sino mensajes implícitos que el cerebro del observador descifra. Para el GAD Parroquial de Jima, diseñar con una intención analítica. Esto supone asegurar que los elementos visuales de la marca sean un reflejo auténtico de la cultura, el patrimonio y la vocación de su gente, con el fin de no generar confusiones ni utilizar gráficos genéricos externos.

Zecchetto (2002) agrega el concepto de que se requiere crear un sistema visual en el que cada decisión, desde la tipografía hasta la iconografía, esté vinculada con la realidad de la parroquia y contenga significados culturales. Así, Jima obtiene una identidad sólida y profunda, convirtiéndose en un territorio que comprende, valora y proyecta de manera inteligente su propia herencia a los viajeros y a la comunidad.

## Desarrollo Local

"El desarrollo local se entiende como un proceso en el cual una sociedad local, manteniendo su propia identidad y su territorio, se organiza para movilizar sus recursos y potencialidades con el fin de mejorar sus condiciones de vida. No es un modelo impuesto desde afuera, sino un proyecto colectivo donde el protagonismo recae directamente en los actores de la comunidad" (Arocena, 2002, p. 38).

En la tesis, el desarrollo local es fundamental, el diseño institucional es una herramienta para empoderar a las personas. Comprenderlo como un proyecto colectivo ya que el GAD Parroquial de Jima requiere una identidad visual que no sea externa a la comunidad, sino que emerja de la misma. El diseño tiene que plasmar el trabajo de sus artesanos, la riqueza de su entorno natural y la cultura de su población, haciendo que ellos se sientan orgullosos, asuman la marca como propia y se transformen en los principales portavoces de su parroquia.

La cita de Arocena (2002) sostiene la idea de que es necesario instaurar un sistema comunicativo que haga visibles y movilice los recursos locales en términos culturales, turísticos y gastronómicos. Así, Jima obtiene un motor gráfico que no solo atrae a los visitantes, sino que también fomenta el consumo interno, apoya a los empresarios de la localidad y posiciona a la junta parroquial como una entidad que dirige el progreso de su gente mientras se conserva fiel a su naturaleza.

## Sintaxis visual

"La sintaxis visual establece las reglas de organización espacial de los elementos gráficos. No se trata únicamente de la apariencia estética, sino de cómo la estructura compositiva, la jerarquía, el equilibrio y el contraste guían la percepción del lector, organizando la información visual para que el mensaje sea decodificado con total claridad y sin ambigüedades" (Frascara, 2006, p. 81).

La sintaxis visual es un componente esencial en la tesis, ya que evidencia que no es suficiente con tener una tipografía interesante, colores adecuados y un logotipo llamativo; además se debe conocer cómo ubicarlos en el espacio. Si se entiende como un sistema de normas organizativas, el GAD Parroquial de Jima puede entender que es vital fijar reglas específicas en el manual (como áreas de respeto, jerarquías textuales y grillas de construcción). Esto asegura que los elementos no compitan entre ellos y "respiren" apropiadamente, tanto en un anuncio turístico como en una carta formal o un video breve en las redes sociales.

La cita de Frascara (2006) defiende la noción de que el diseño debe tener en cuenta la claridad y el orden cognitivo del espectador, sin considerar solamente un capricho decorativo. De

esta manera, Jima obtiene piezas comunicacionales que son muy legibles, limpias y profesionales, garantizando que cualquier visitante o residente de la parroquia pueda comprender la información de forma rápida, directa y sin sobrecarga visual.

## Plan Comunicacional

"La planificación de la comunicación es un proceso de toma de decisiones estratégico y anticipatorio que, a partir de un diagnóstico riguroso de la realidad, establece los objetivos, los mensajes, las estrategias y las acciones necesarias para transformar una situación determinada, fortaleciendo los vínculos entre una institución y sus actores sociales" (Uranga, 2012, p. 15).

La tesis requiere un plan de comunicación, tanto la identidad visual como el diseño gráfico requieren orientación para operar adecuadamente. Tener un atractivo manual de marca no tiene utilidad si no se sabe cuándo, a quién o cómo hablarle. Para el GAD Parroquial de Jima, una hoja de ruta determina pasos precisos a seguir: definir qué tipo de publicaciones se realizarán para atraer visitantes, cómo se notificará a los comuneros acerca de las obras y cuáles son los medios más eficaces para cada público (redes sociales, carteles, asambleas).

La cita de Uranga (2012) apoya la noción de que las estrategias de comunicación deben ser diseñadas para robustecer los lazos sociales y humanos. De este modo, Jima obtiene una herramienta de gestión ordenada que previene la improvisación y asegura que cada elemento gráfico diseñado tenga un objetivo concreto, colocando a la parroquia estratégicamente tanto en el ámbito local como en el turístico.

## Público Objetivo

"Los públicos son aquellos grupos de personas que tienen intereses similares con respecto a una organización y que pueden afectar o verse afectados por el logro de los objetivos de dicha entidad. Conocer al público implica entender que no son receptores pasivos de información, sino sujetos activos con los que la institución debe construir una relación permanente, basándose en la

comprensión de sus expectativas, necesidades y su contexto sociocultural" (Capriotti, 2009, pp. 43-44).

La tesis sostiene que el público objetivo es esencial, recordando que la comunicación y el diseño gráfico solo tienen un impacto claro, y es a quién se está dirigiendo. El GAD Parroquial de Jima opina que entender este concepto enfatiza la necesidad de adaptar los mensajes a grupos específicos: en primer lugar, los comuneros locales (el público interno), quienes deben sentirse identificados y orgullosos de su identidad; y, en segundo lugar, los turistas y visitantes (el público externo), que buscan descubrir un sitio auténtico, confiable y atractivo.

La cita de Capriotti (2009) sostiene la idea de que es necesario desarrollar una estrategia empática, que deje de concebir a las personas como una "masa" y comience a considerarlas como actores sociales. De esta manera, Jima logra una gran efectividad en su comunicación, asegurando que cada elemento gráfico (ya sea un comunicado oficial o un video de turismo) emplee el medio, el color y la lengua apropiados para lograr una conexión emocional con la persona adecuada en el instante preciso.

## Gobernanza

"La gobernanza significa el paso de un proceso de dirección de la sociedad centrado exclusivamente en el gobierno, a un proceso de dirección en el que participan conjuntamente el gobierno, la sociedad civil y los actores privados, logrando los objetivos públicos mediante la deliberación, el consenso y la corresponsabilidad" (Villanueva, 2015, p. 73).

La gobernanza es fundamental en la tesis, un GAD moderno no manda "desde arriba" a través de decisiones impuestas, sino que coopera conjuntamente con su población. Comprender este concepto permite reconocer que el GAD Parroquial de Jima requiere un sistema visual y comunicacional que no sea autoritario o unidireccional. Las asambleas, los boletines y las redes sociales deben estar estructurados para estimular el diálogo, escuchar a los prestadores de servicios turísticos, a los artesanos y a la comunidad vecinal, promoviendo una auténtica participación de la comunidad.

Villanueva (2015) respalda la idea de que debe desarrollarse una estrategia de comunicación que muestre y propicie esta "acción conjunta" y "responsabilidad compartida". De esta manera, Jima adquiere una imagen institucional más abierta, democrática y transparente, estableciendo al GAD no como una oficina aislada, sino como el gran promotor que une a todos los ciudadanos para fomentar conjuntamente el desarrollo local y el turismo.

## Geosímbolo

“Un geosímbolo se define como un lugar, un itinerario, una extensión o un accidente geográfico que, por razones históricas, políticas, religiosas o culturales, asume a los ojos de ciertos grupos sociales una dimensión simbólica que alimenta y conforta su propia identidad” (Giménez, 2016, p. 136).

El geosímbolo es un componente fundamental de la tesis, rememorando que el diseño no debe crear elementos de la nada, sino más bien recuperar y estilizar los espacios físicos que ya poseen un significado profundo para la comunidad. Para el GAD Parroquial de Jima, comprender este concepto es necesario para determinar cuáles son esos "marcadores" en su geografía y añadirlos a la identidad visual. Esto garantiza que la marca gráfica surja del propio territorio y simbolice algo auténtico que genere orgullo en los jimeños.

La cita de Giménez (2016) apoya la propuesta de establecer un sistema de comunicación que valore estos lugares cargados de significados y los convierta en los emblemas turísticos de la parroquia. Por lo tanto, Jima adquiere una identidad visual con fundamento y alma, colocándose como un destino turístico genuino e inolvidable, en el que cada elemento gráfico que observe el visitante tiene una historia auténtica detrás.

## Patrimonio

“El patrimonio no debe entenderse como un conjunto de bienes estáticos o sagrados heredados del pasado, sino como un proceso social dinámico. Constituye un capital cultural que

los diferentes grupos sociales se apropian, resignifican y utilizan en el presente para dar sentido a su identidad y construir su futuro" (García Canclini, 1999, p. 16).

La tesis enfatiza la importancia del patrimonio, señalando que no se diseña solamente para exhibir paisajes inanimados o monumentos antiguos, es para dar visibilidad a una herencia viva. Para el GAD Parroquial de Jima, considerarlo un "capital cultural dinámico" requiriendo una identidad visual que logre enlazar la historia y los saberes ancestrales del pueblo con su presente. El diseño tiene que mostrar que su gente, sus costumbres y su gastronomía están hoy en día vivas y son el auténtico núcleo de la parroquia.

El aporte de García Canclini (1999) aclara el concepto de que es necesario desarrollar una marca territorial y un manual de comunicación para promover esa "apropiación social". De esta manera, Jima obtiene una herramienta que no solo atrae a los turistas, sino que empodera a sus propios habitantes al hacerlos sentir que su cultura es de gran valor y está en la actualidad, estableciendo a la junta parroquial como la mayor defensora y promotora de este patrimonio.

## Transparencia

**"La transparencia es el camino que permite que el poder no sea inaccesible a los gobernados y es, al mismo tiempo, fórmula institucional que combina la administración de la información de carácter público, la cual está a cargo de los cuerpos burocráticos y la vigencia del derecho a la información que invocan los ciudadanos en las democracias modernas." (Uvalle, 2007, p. 3).**

La transparencia es fundamental en la tesis, el diseño de comunicación no solo tiene como objetivo embellecer, sino también conectar a las personas con la institución. Para el GAD Parroquial de Jima, considerarlo como un camino que hace que el poder sea accesible comprendiendo que la necesidad de elaborar comunicados, infografías y reportes visuales que sean sencillos y amigables. No es suficiente con emitir un documento repleto de texto técnico o tablas de Excel complicadas; el diseño debe convertir esos datos para que cualquier residente del barrio

pueda entender sin dificultad qué obras se están realizando y cómo se manejan los recursos en su zona.

Uvalle (2007) contribuye a través del concepto de que es necesario crear instrumentos visuales que aseguren el derecho a la información de los ciudadanos, superando la barrera del lenguaje y la visual entre la burocracia y la población. De esta manera, Jima obtiene legitimidad y confianza de la ciudadanía al consolidar a la junta parroquial como una entidad genuinamente honesta, dispuesta a ser examinada y comprometida con el involucramiento democrático de sus ciudadanos.

## Identidad Cultural

“La identidad cultural es el conjunto de repertorios culturales interiorizados —como representaciones, valores y símbolos— a través de los cuales los actores sociales demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás en una situación determinada. No es una esencia estática, sino un proceso histórico y dinámico de autoidentificación y diferenciación” (Giménez, 2021, p. 54).

La identidad cultural es fundamental en la tesis, el diseño no debería ser un plagio de estilos ajenos o genéricos, sino una expresión auténtica de las personas que viven en ese lugar. Por el GAD Parroquial de Jima, considerarlo un "repertorio de símbolos vivos" es necesario investigar y recuperar las costumbres, la historia, los colores y las tradiciones de sus habitantes. El diseño tiene que transformarse en un espejo en el cual la comunidad se identifique y esté profundamente orgullosa de sí misma.

Giménez (2021) apoya el concepto de que es necesario establecer una marca territorial y un sistema de comunicación que actúen como esa "frontera diferenciadora". De esta manera, Jima no solo obtiene autenticidad, sino que además evita ser percibida como una parroquia más en el mapa. Se posiciona entonces como un lugar turístico con una personalidad singular e inconfundible, capaz de establecer conexiones a nivel emocional tanto con los residentes como con los visitantes.

## Medios Digitales

"Los nuevos medios digitales se caracterizan por la digitalización, la reticularidad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. No se trata simplemente de soportes tecnológicos de transmisión, sino de verdaderos ecosistemas comunicativos donde los usuarios dejan de ser receptores pasivos para convertirse en participantes y gestores activos de los contenidos y de sus propias interacciones" (Scolari, 2008, p. 78).

Los medios digitales son fundamentales, el tener presencia en internet implica mucho más que abrir una cuenta de Instagram o Facebook por obligación burocrática: significa administrar un ambiente de interacción continua. Para el GAD Parroquial de Jima, considerarlo como un ecosistema comunicativo dinámico permite percatarse de que se necesita modificar la identidad visual para que funcione a la perfección en las pantallas (creando avatares, plantillas para reels y portadas, y eligiendo tipografías web legibles), así como establecer una estrategia que incite al visitante y al comunero a dialogar, comentar y compartir.

La cita de Scolari (2008) apoya el concepto de que se debe diseñar con la interactividad en mente, abandonando los monólogos institucionales y creando espacios para la participación de la comunidad en línea. De este modo, Jima obtiene una presencia virtual activa y cercana, lo que permite democratizar el acceso a la información y situar directamente los encantos culturales y turísticos en los teléfonos móviles de miles de posibles visitantes.

## Comunicación

"Comunicar es, por su etimología, poner en común, compartir, intercambiar. La verdadera comunicación no es un mero monólogo o la simple transmisión unidireccional de información de un emisor a un receptor, sino un proceso de interacción dialógica donde todos los actores sociales tienen el derecho y la posibilidad de participar y construir significados de manera conjunta" (Kaplún, 1998, p. 57).

La comunicación es fundamental en la tesis ya que el diseño gráfico institucional no logra su propósito si se convierte en un diálogo unidireccional en el que solo habla el GAD y solamente obedece la gente. Comprenderlo como un proceso de "compartir" permite percatarse de que el GAD Parroquial de Jima requiere una estrategia y una identidad visual que promuevan la comunicación. No se trata solamente de imprimir carteles fríos o difundir avisos difíciles de entender, sino de emplear el diseño para que los mensajes sean tan claros y empáticos que motiven a los turistas, artesanos y habitantes del lugar a interactuar con la junta parroquial.

La cita de Kaplún (1998) apoya la noción de que es necesario establecer un sistema gráfico que supere los obstáculos burocráticos y promueva el intercambio cultural y social. De esta manera, Jima obtiene una herramienta potente que no solamente brinda información, sino que también crea lazos de confianza profunda, situando al GAD como una entidad con puertas abiertas que presta atención a su población y la involucra en el desarrollo turístico y territorial de sí misma.

## Brief del Proyecto

El proyecto busca crear una identidad visual para el GAD Parroquial de Jima. El objetivo es fortalecer la imagen de la institución y mejorar cómo se presenta a la comunidad y a los demás. Para lograr esto, se realizará el rebranding del logo institucional, un manual de identidad visual y actualizar el sitio web y las redes sociales, con la ayuda de plantillas y la realización de videos para estas mismas.

La parroquia de Jim se estableció en 1820 y desde entonces ha experimentado una serie de eventos significativos. Además, la parroquia lleva a cabo actividades culturales y bailes tradicionales. No obstante, ha enfrentado retos al intentar expresar su identidad de manera clara. No cuenta con una imagen visual definida y coherente, lo cual complica la forma en que presenta sus iniciativas y actividades a la comunidad. Este proyecto busca abordar esta situación. Nuestro objetivo es desarrollar un sistema de comunicación visual que capture la esencia de Jima y refuerce su papel dentro de la comunidad. Esta propuesta abarca el uso de herramientas visuales contemporáneas y accesibles que sean fáciles de entender y que representen la cultura de la parroquia.

El proyecto tiene varios objetivos. Hemos querido diagnosticar la situación actual de la comunicación gráfica de la organización y recoger elementos que reflejen la personalidad de Jima. Luego se desarrollará un logotipo y pautas de identidad visual. También habrá materiales impresos y digitales, así como actualizaciones del sitio web y las redes sociales. Este proyecto está dirigido al pueblo de Jima y a la administración del gobierno parroquial autónomo delegado. Para que la identidad de una organización sea autenticada, debe ser reconocida por la comunidad. El gobierno juega un papel importante en la gestión y promoción de las marcas, y las comunidades son las principales beneficiarias de imágenes que reflejen sus valores y cultura. Resulta que la organización necesitaba renovar su estilo visual y actualizar su sitio web.

También es necesario crear líneas gráficas coherentes para crear una imagen moderna y representativa de la parroquia. El proyecto tiene como objetivo abordar estos problemas a través de activos visuales estratégicos. En resumen, el proyecto tenía como objetivo crear una identidad visual fuerte y relevante para el gobierno parroquial descentralizado de Jima. Se combinarán la tradición, la memoria social, el patrimonio cultural y las cuestiones de comunicación para crear una marca institucional integral. El propósito es mejorar la comunicación institucional, aumentar la conciencia comunitaria y mejorar la visibilidad de Jima como un área de valor cultural e histórico.

## 1.5. Análisis de Homólogos o Referentes

Para el desarrollo del proyecto **“Diseño de Identidad Visual Corporativa y Sistema Estratégico Comunicacional e Institucional del GAD Parroquial de Jima, cantón Sígsig”**, se realizó un análisis de referentes con el propósito de identificar soluciones visuales empleadas por instituciones públicas de características similares al GAD Parroquial de Jima. Esta revisión permitió observar aspectos relacionados con la composición gráfica, la cromática, la tipografía, la simbología, la adaptabilidad y la aplicación en distintos soportes, con el fin de reconocer aciertos y oportunidades de mejora para la propuesta de identidad visual institucional.

A partir de este análisis comparativo se evidenció que las identidades visuales más efectivas son aquellas que logran sintetizar la esencia territorial e institucional mediante recursos simples, legibles y coherentes.

***Homólogos***

*Figura 1. Identificador Corporativo GAD Paccha*




*Nota.* Tomado de “GAD Paccha”, Facebook, 2023.

*(https://www.facebook.com/photo/?fbid=101114879662204&locale=es_LA)*

**Análisis gráfico:**

El identificador corporativo presenta una síntesis visual basada en formas simples que remiten a elementos representativos del territorio. Su composición se organiza de manera equilibrada, una estructura compacta que beneficia su legibilidad y adaptación en distintos formatos. Su paleta cromática utiliza tonos vinculados con la naturaleza y la identidad local, genera una asociación directa con el entorno geográfico y cultural de la parroquia.

**Su aporte al proyecto:**

Este referente contribuye criterios de simplificación gráfica, el uso simbólico del color y construcción de una identidad visual institucional reconocible. El análisis realizado permite comprender la importancia de sintetizar elementos del contexto patrimonial en una imagen clara y versátil, tanto para aplicaciones impresas como digitales.

Figura 2. Post Informativo GAD Baños de Agua Santa




*Nota*. Tomado de “GAD Baños de Agua Santa”, Facebook, 2026.

(https://www.facebook.com/photo.php?fbid=122171331608856518&type=3&locale=es_LA)

**Análisis gráfico:**

La obra es una composición que tiene como objetivo la difusión de información a través de una secuencia vertical. La jerarquía visual se crea a partir de las diferencias entre el título, los subtítulos y el texto secundario, lo que permite una lectura veloz del contenido. La paleta de colores es consistente con la identidad institucional y emplea tonos que permiten distinguir bloques informativos y resaltar los mensajes más importantes. La distribución de imágenes y texto tiene un enfoque sobrio y funcional, mientras que la tipografía utilizada se enfoca en ser legible y clara.

**Aporte al proyecto:**

Esta referencia proporciona pautas para conformar piezas informativas con una jerarquía visual bien definida, un balance apropiado entre texto e imagen y una organización del contenido adecuada. Su análisis es beneficioso para la creación de publicaciones digitales que buscan transmitir información patrimonial de manera organizada y llamativa.

Figura 3. Identificador Corporativo GAD Sinincay




*Nota*. Tomado de “GAD de Sinincay”, Facebook, 2025.

(https://www.facebook.com/photo/?fbid=1221093023907806 56&locale=es_LA)

**Análisis gráfico:**

El identificador corporativo incluye componentes visuales que simbolizan características culturales y territoriales de la parroquia. Su composición se fundamenta en una estructura balanceada que facilita la identificación de los elementos simbólicos del logotipo. La paleta cromática refuerza la conexión con el paisaje y la identidad local, al tiempo que la forma general divulga una imagen institucional fuerte y cercana. Una síntesis visual que une la identidad territorial y la funcionalidad de comunicación define el estilo gráfico.

**Aporte al proyecto:**

Este referente ayuda a comprender cómo un sistema visual puede integrar símbolos locales sin perder agudeza ni adaptabilidad. Su análisis guía la creación de recursos gráficos que, a través de elementos visuales consistentes y reconocibles, representen la identidad patrimonial.

Figura 4. Post Informativo GAD San Joaquín




*Nota*. Tomado de “GAD San Joaquín”, Facebook, 2026. (https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1439062961592855&type=3)

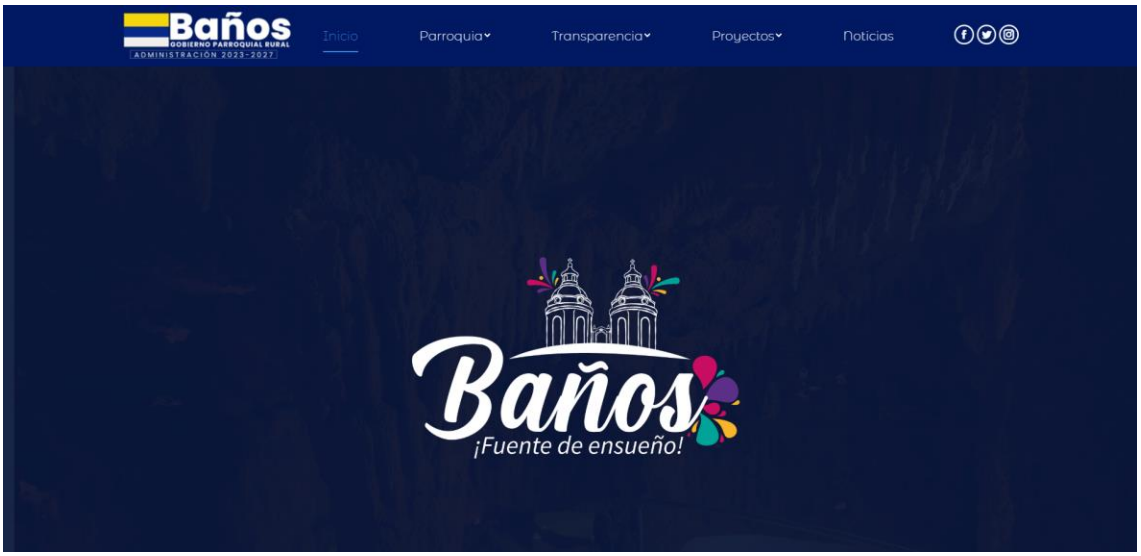
**Análisis gráfico:**

La pieza exhibe una composición institucional que fusiona texto e imagen en un esquema visual organizado. Los bloques de texto se distribuyen de manera equitativa para hacer más fácil la lectura, mientras que la fotografía tiene un papel principal al contextualizar el mensaje y fortalecer la identidad del contenido. La tipografía tiene un estilo que es funcional y legible, mientras que el uso del color se basa en estándares de contraste visual e identidad institucional. El diseño gráfico mantiene un carácter austero, apropiado para la comunicación oficial.

**Aporte al proyecto:**

Este referente proporciona criterios sobre cómo integrar fotografías, distribuir información y tratar visualmente la institución. Su análisis es provechoso para la elaboración de piezas digitales que necesiten transmitir contenido patrimonial con una presentación visualmente organizada, coherente y clara.

Figura 5. Feed Sitio Web Oficial GAD Baños




*Nota*. Tomado de “GAD parroquial Baños”, Sitio Web, 2023. (https://parroquiabanos.gob.ec/)

**Análisis gráfico:**

El sitio web muestra una arquitectura de información que busca organizar los contenidos institucionales de forma accesible. La navegación se organiza a través de menús visibles y segmentos distintos que simplifican el acceso a la información. La distribución general del

contenido es clara y está bien definida entre bloques, lo cual optimiza la experiencia del usuario y la lectura visual. La identidad visual de la plataforma se ve fortalecida gracias al color institucional, mientras que la tipografía empleada conserva una coherencia jerárquica entre el texto corrido, los subtítulos y los títulos. Incorporar recursos visuales e imágenes complementa la información y le brinda dinamismo al recorrido del usuario, además de contribuir a la visibilidad institucional, a la divulgación de datos y a la promoción de los elementos culturales y turísticos de la parroquia.

**Aporte al proyecto:**

Este referente posibilita el reconocimiento de métodos de organización web que son efectivos para estructurar contenidos patrimoniales de una manera comprensible, funcional y fácil de navegar. Su análisis proporciona estándares para crear una interfaz que mejore la experiencia del usuario en espacios digitales y haga más fácil la búsqueda de información.

Figura 6. Feed Sitio Web Oficial GAD San Joaquín




*Nota*. Tomado de “GAD Parroquial San Joaquín”, 2025. (https://gadsanjoaquin.gob.ec/)

**Análisis gráfico:**

La organización visual de la interfaz está enfocada en la comunicación institucional, con una distribución balanceada de módulos informativos, texto e imágenes. Los componentes de

navegación posibilitan acceder directamente a los contenidos esenciales, lo que mejora la usabilidad. El sistema tipográfico y la paleta de colores son coherentes con la identidad de la institución, lo que hace más fuerte la impresión de unidad visual. El portal emplea recursos gráficos simples que permiten entender los contenidos y brindan una experiencia de navegación práctica.

**Aporte al proyecto:**

Este referente brinda orientaciones para organizar una plataforma digital que cuente con una navegación intuitiva y una identidad institucional definida. Su estudio ayuda a diseñar espacios digitales que tengan como prioridades la organización de contenidos, la coherencia gráfica y la accesibilidad.

Figura 7. Feed Sitio Web GAD Turi




*Nota*. Tomado de "GAD Parroquial Turi", 2023. (https://turi.gob.ec/)

**Análisis gráfico:**

El sitio sobresale por el empleo de imágenes panorámicas que fortalecen la conexión con la tierra y producen una amplia percepción visual del ambiente. La organización visual de los contenidos es secuencial, lo que facilita la identificación clara de las diferentes secciones de la plataforma. El color institucional ayuda a fortalecer la identidad del sitio, mientras que la

tipografía tiene una función mayormente informativa. La clasificación de los contenidos se fundamenta en bloques distintos, encabezados visibles y elementos interactivos que facilitan la exploración del usuario.

**Aporte al proyecto:**

Esta referencia proporciona pautas para el empleo de recursos visuales territoriales, la disposición jerárquica de los contenidos y la interacción dentro de una interfaz digital. El análisis que usted ha llevado a cabo es útil para crear propuestas web que incorporen la accesibilidad, la identidad local y una navegación más fluida.

# Capítulo III: Metodología de investigación

Este proyecto se basa bajo un paradigma de investigación mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos.

**Justificación:** Esta elección es totalmente apropiada, ya que, para construir una identidad visual corporativa, es indispensable ir más allá de simples estadísticas o impresiones subjetivas individuales. El ámbito cualitativo permite una profunda inmersión en la memoria colectiva de los Jimeños, los símbolos que son distintivos de Jima y los valores tradicionales de la parroquia, recopilando las visiones de sus autoridades y sus habitantes. Al mismo tiempo, es necesario un enfoque cuantitativo, este consigue medidas objetivas de la claridad de percepción y recepción general que tiene la imagen institucional actual frente a la población.

### *2.1.1. Tipo y enfoque de la investigación*

Esta investigación se dispone como proyecto descriptivo y aplicado de carácter propositivo.

**Justificación:** Se califica como descriptiva, ya que, examina y diagnostica detalladamente las características actuales de la comunicación visual del GAD parroquial de Jima, y su repercusión en la comunidad, sin intervenir el entorno. Se define como aplicada o propositiva, ya que, trasciende un simple diagnóstico para concretarse en una solución práctica y notable: la elaboración estratégica de un nuevo sistema integral de identidad visual corporativa.

**Diseño de investigación** Se implementó una estrategia metodológica híbrida (documental y de campo).

**Explicación de su desarrollo:** La modalidad documental se ejecutó en las etapas iniciales para examinar archivos históricos, patrimonio cultural visual y documentación oficial del GAD. De manera paralela, la modalidad de campo se desarrolló mediante interacción directa en el territorio de Jima, recolectando información de primera mano mediante el contacto con habitantes y autoridades.

### *2.1.2. Métodos de investigación aplicados*

**Población:** Los sujetos se distribuyen en dos categorías.

La primera abarca la población general, constituida por los residentes de la parroquia de Jima, quienes constituyen los destinatarios finales de la comunicación institucional mediante encuestas realizadas.

La segunda comprende los actores institucionales estratégicos (autoridades, cronistas oficiales y personal administrativo) realizando entrevistas como métodos de investigación.

**Muestra:** Para la población general se empleó un muestreo probabilístico estratificado. El cálculo arroja una muestra de 20 participantes, determinada con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Para los actores institucionales, se aplicará un muestreo no probabilístico intencional, seleccionando a individuos con mayor expertís histórico y administrativo de la parroquia.

### *2.1.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos*

Para garantizar la rigurosidad y la triangulación de datos, se emplearon las siguientes técnicas con sus respectivos instrumentos:

1. **Técnica: Encuesta | Instrumento: Cuestionario estructurado**

**Justificación:** Facilita la obtención de datos estadísticos y cuantificables en base a un grupo numeroso de personas encuestadas de manera eficiente en la parroquia de Jima.

**Estructura del instrumento:** El cuestionario incluye preguntas cerradas y de opción múltiple (escala tipo Likert) orientadas para evaluar niveles de reconocimiento, aceptación y claridad de la imagen institucional actual entre los 20 habitantes encuestados.

2. **Técnica: Entrevista a profundidad | Instrumento: Guía de entrevista semiestructurada**

**Justificación:** Permite establecer un diálogo fluido para extraer información importante en matices sobre la historia, valores y necesidades comunicacionales específicas del GAD parroquial de Jima.

**Estructura del instrumento:** Una guía con interrogantes abiertas, flexibles y temáticas acerca de la historia y actualidad de Jima, dirigida a colaboradores del GAD parroquial de Jima.

3. **Técnica: Análisis documental | Instrumento: Matriz de análisis visual y literario**

    - **Justificación:** Resulta fundamental para preservar el registro de los esfuerzos comunicacionales previos y el legado iconográfico.

- **Estructura del instrumento:** Se adquieren fichas de registro y matrices con nóminas de logotipos anteriores, gamas cromáticas utilizadas históricamente y documentos administrativos relevantes en la administración actual.

4. **Técnica: Observación participante | Instrumento: Diario de campo / Ficha de observación**

- **Justificación:** Comprende el cómo la comunidad interactúa con los mensajes y comunicación por parte del GAD en su cotidianidad con el pueblo.

- **Estructura del instrumento:** Fichas sistematizadas para registrar comportamientos, flujos de información visual y dinámicas sociales durante eventos organizados en Jima.

**Procedimiento metodológico (Metodología Proyectual)**

La ejecución secuencial de esta investigación se orienta por la metodología proyectual de Bruno Munari, la cual organiza el proceso de recolección de datos y diseño en las siguientes etapas:

1. **Definición del problema:** Establecimiento de la necesidad comunicacional del GAD Parroquial de Jima y su carencia de un sistema visual práctico y actualizado.

2. **Elementos del problema:** Descomposición de la identidad en sus dimensiones: historia, cultura local, estructura organizacional y percepción ciudadana.

3. **Recopilación de datos:** Aplicación de los instrumentos detallados previamente (cuestionarios a los 20 habitantes, entrevistas a autoridades, y levantamiento de archivo).

4. **Análisis de datos:** Tratamiento de los datos mediante estadística descriptiva (encuestas) y codificación temática (entrevistas).

5. **Creatividad:** Etapa de ideación y lluvia de ideas donde los hallazgos sociológicos e históricos se transforman en los primeros conceptos gráficos para bocetaje.

6. **Materiales y tecnologías:** Selección del software vectorial y las herramientas de prototipado apropiadas.

7. **Experimentación y Modelos:** Elaboración de modelos visuales (logotipo, tipografía, paleta cromática) y simulación de su aplicación en diversos soportes (papelería, redes sociales, aplicativos).

8. **Verificación:** Retroalimentación de las propuestas visuales con los representantes del GAD y actores comunitarios para asegurar la pertinencia cultural y legibilidad.

9. **Solución final:** Estandarización técnica y presentación del producto terminado: el Manual de Identidad Visual Corporativa del GAD Parroquial de Jima.

## 2.2. Metodología del Trabajo de Diseño

### *2.2.1. Enfoque metodológico del diseño*

La fundamentación de este proyecto se basa en la perspectiva aplicada y proyectual, que surge a partir de la necesidad de utilizar las metodologías del diseño para resolver problemas concretos y generar un impacto positivo en el medio ambiente. Se pensó que el diseño debía ir más allá de un enfoque puramente estético para alinearse con las prioridades estratégicas del desarrollo territorial, centrándose en particular en el sistema de identidad visual y comunicación del GAD de Jima. Por lo tanto, la metodología se organizó con el fin de interpretar los elementos geográficos, históricos y culturales de la parroquia y convertirlos en un sistema visual cohesivo y bien fundamentado.

### *2.2.2. Implementación de la metodología de Bruno Munari en el proyecto*

Para realizar el procedimiento técnico y creativo para el sistema de comunicación del GAD de Jima, se aplicó la metodología proyectual, realizada por Bruno Munari, permitiendo así organizar el proceso de diseño de forma tanto lógica como secuencial. Se comenzó definiendo el problema comunicacional y recopilando datos in situ, para después avanzar hacia las fases de análisis, creatividad y experimentación.

Durante estas etapas, los datos recolectados se tornaron en diversos modelos visuales, siendo sometidos a procesos de verificación constantemente con las autoridades.

Esta sistematización ha garantizado que, en base a cada decisión gráfica tomada, esta responda las necesidades reales del GAD, concluyendo en una satisfactoria solución actualizada y funcional.

### *2.2.3. Relación entre investigación y proceso de diseño*

Esta investigación fue fundamental, ya que guio todo el proceso de diseño. Diagnosticando la situación del GAD Parroquial de Jima mediante la recopilación de datos tanto cualitativos como cuantitativos. Estableciendo que, la gestión estratégica de la marca institucional es un elemento esencial para que las administraciones reforzaran su identidad y construya confianza con los Jimeños, basándose en el enfoque analítico de Del Barrio (2023). En este contexto, las conclusiones alcanzadas en la etapa de investigación se convirtieron directamente en determinaciones de diseño, asegurando que el proceso de branding posibilitara a la institución distinguirse eficazmente, transmitir sus principios y consolidar su legitimidad frente a la comunidad.

## 2.3. Propuesta de Diseño

### *2.3.1. Descripción general de la propuesta y su aplicación práctica*

Elaborar un manual de identidad visual corporativa y un sistema para la comunicación digital del GAD Parroquial de Jima fue el objetivo principal de este proyecto. Esta solución fue diseñada como una herramienta técnica integral, con el propósito de unificar la voz parroquial, optimizar los medios de difusión y modernizar la imagen institucional. La aplicación práctica de este proyecto se enfocó en ofrecer instrucciones profesionales a la administración y autoridades del GAD de Jima, siendo estos los beneficiarios directos del mismo. Adquiriendo las pautas necesarias para una gestión de comunicación eficiente y bien estructurada.

### *2.3.2. Fundamentación conceptual de la propuesta*

Esta propuesta se basó, en métodos conceptuales, en la decodificación integral de elementos históricos, geográficos y culturales de Jima. Creando un lenguaje visual adecuado el cual reflejara la esencia del pueblo, siendo estos componentes de identidad previamente examinados y extraídos con atención. La parroquia fue representada de manera digna y auténtica,

de modo que, la nueva identidad no solamente mostrara el legado común, sino que promueve un sentido de pertenencia fuerte entre los ciudadanos y presenta una imagen institucional firme.

### *2.3.3. Fundamentación técnica de la propuesta*

La propuesta se realizó al articular de manera precisa la iconografía, los sistemas de color y las familias tipográficas, todo sustentado en el lenguaje visual apropiado para decodificar el entorno. Para garantizar que sean escalables, legibles y adaptables a cualquier plataforma, se implementaron normas rigurosas con respecto al uso de los identificadores gráficos. La creación técnica de estos componentes aseguró que la herramienta facilitada al GAD mantuviera su funcionalidad, coherencia y calidad visual en diferentes soportes, ya sean digitales o impresos.

### *2.3.4. Innovación y aporte al diseño gráfico*

La aportación fundamental de este trabajo se pone de manifiesto en la práctica, al observar que es factible usar las metodologías de diseño de forma estratégica para solucionar problemas específicos en cualquier institución pública que atraviese esta circunstancia. La propuesta innovadora fue más allá del ámbito visual y se volvió un catalizador para el desarrollo de la parroquia. El GAD se benefició al tener una identidad institucional sólida y profesional, lo que indirectamente favoreció a los emprendedores locales, a la colectividad en general y a los artistas. Esto ayudó a promover la parroquia de Jima como una marca territorial que puede desarrollar su ambiente, promover su cultura y estimular su economía local.

# Capítulo IV: Análisis e interpretación de los resultados

## 3.1. Fases de Desarrollo

### *3.1.1. Fase 1: Empatizar*

La fase denominada **empatía** se centra en la recopilación de información sobre la comunidad de Jima, sus necesidades en relación con el turismo y sus expectativas frente a la comunicación, mediante el desarrollo de entrevistas, observación y análisis del contexto. Esto permite comprender cómo los habitantes de la parroquia y los visitantes perciben y experimentan actualmente la identidad del lugar.

*Figura 8. Entrevista Sr. Luis Ortega*



*Nota. Autoridad propia*

### *3.1.2. Fase 2: Definición*

Se basa en sintetizar los resultados obtenidos para formular un desafío de diseño claro, como mejorar la coherencia visual de la parroquia a través del empleo de recursos gráficos que sean accesibles y representativos, de manera que oriente las decisiones posteriores del proyecto.

*Figura 9. Feed Facebook GAD Jima*




Nota. Tomado de GAD Jima (2026).

https://www.facebook.com/profile.php?id=61561649665744&locale=es_LA

### *3.1.3. Fase 3: Ideación*

Generar propuestas creativas basadas en las soluciones propuestas como conceptos gráficos para la elaboración del manual de identidad visual y lineamientos para redes sociales, además del uso de técnicas como brainstorming y mapas mentales que permitan ampliar las posibilidades de solucionar las necesidades del GAD parroquial.

*Figura 10. Rediseño logotipo GAD parroquial de Jima.*



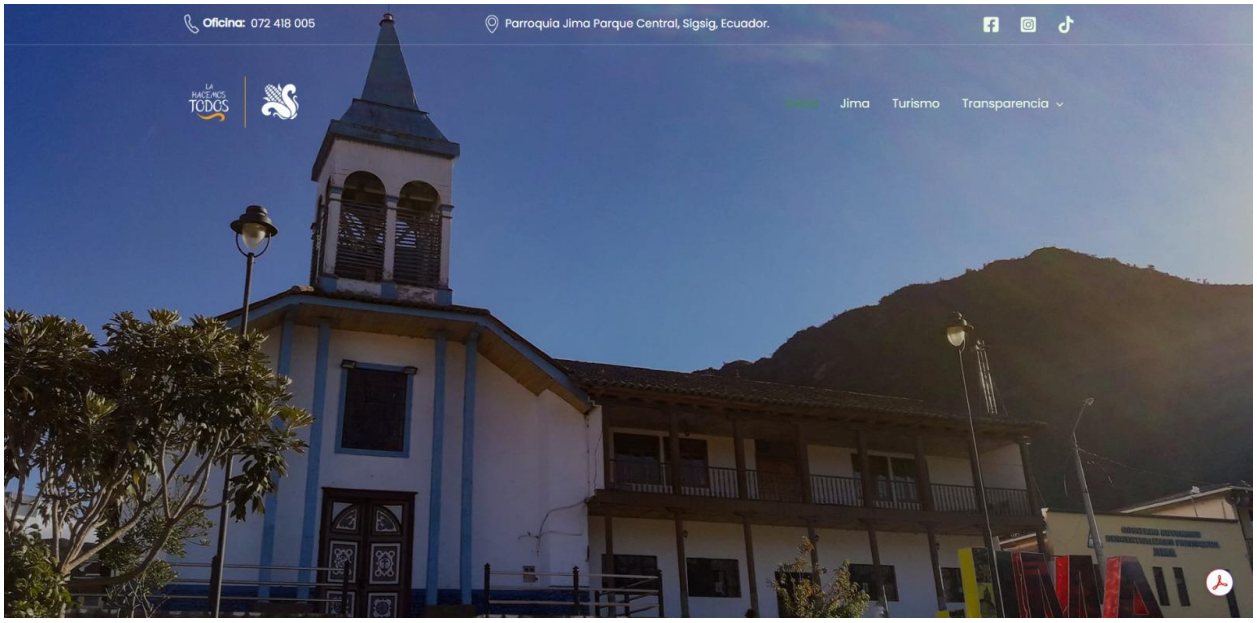

*Nota. Autoridad propia*

*Figura 11. Manual de identidad visual GAD parroquial de Jima*



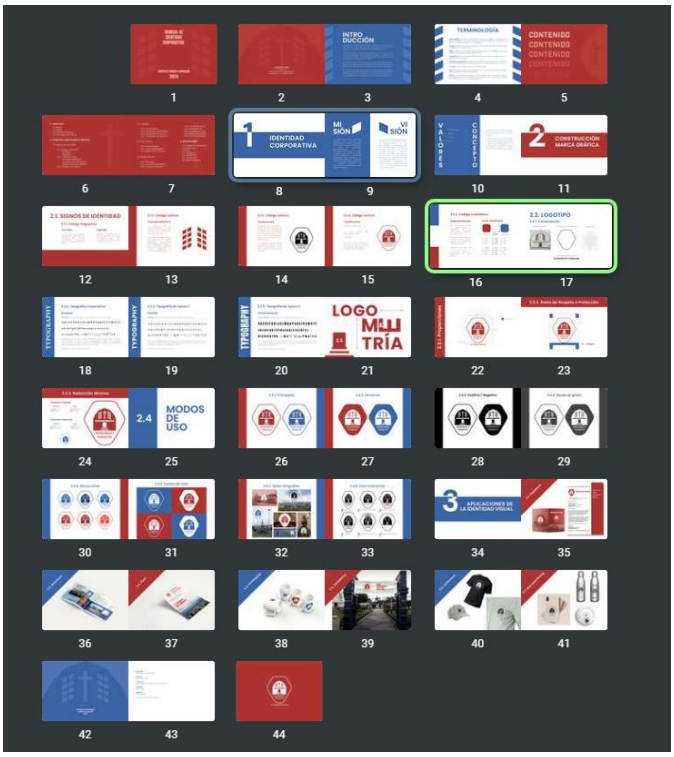

*Nota. Autoridad propia*

*Figura 12. Sitio Web actualizado GAD Jima*




Nota. Autoridad propia

*Figura 13. Referencia Manual visual*




*Nota. Referencia Manual visual*

### *3.1.3. Fase 4: Prototipado*

Dentro de esta fase se materializan las ideas generadas por medio de bocetos y propuestas del diseño del logotipo, el manual visual, página web, plantilla de redes sociales, videos. El desarrollo de prototipos previos a los finales permite evaluar la funcionalidad y estética de cada propuesta visual descrita en el proyecto.

### *3.1.3. Fase 5: Testeo*

Al momento de finalizar los prototipos de los productos digitales, se tienen que evaluar presentándolos a los actores principales del GAD de Jima, en este caso sus colaboradores y al pueblo de Jima, obteniendo de resultado la retroalimentación otorgada por los mismos, la cual, siendo perspectivas diferentes, ayudarán a obtener un mejor resultado.

# Capítulo V: Propuesta de investigación

## Resultados y Conclusiones

### 4.1. Análisis de Resultados

#### *4.1.1. Análisis cualitativo*

Este análisis se realizó a través de la aplicación del enfoque cualitativo, en base a entrevistas realizadas a profundidad con actores clave como las autoridades y habitantes de Jima, grupos focales, procediendo a la observación directa e indirecta, evidenciando un consenso generalizado en cuanto a las carencias comunicacionales del GAD Parroquial de Jima.

Si bien, la institución realiza pautas por mantener informada a la ciudadanía, estas acciones carecen de una planificación estratégica y de un sistema visual unificado.

Esta circunstancia produce una falta de coherencia en la imagen institucional, pues la escasez de lineamientos gráficos actualizados y la inconsistencia visual hacen que sea difícil establecer una conexión genuina con la comunidad, lo cual restringe su habilidad para proyectar su auténtico patrimonio cultural, administrativo e histórico.

Por otra parte, los datos cualitativos mostraron un alto potencial en el patrimonio local y en el desarrollo de empresarios y artesanos de la parroquia; sin embargo, hasta ahora no han tenido una plataforma de difusión apropiada. Los miembros de la comunidad y las autoridades parroquiales coinciden en que el diseño gráfico va más allá de lo estético, desempeñando un rol estratégico esencial para establecer confianza, legitimar su gestión pública y proyectar profesionalismo hacia individuos interesados en Jima.

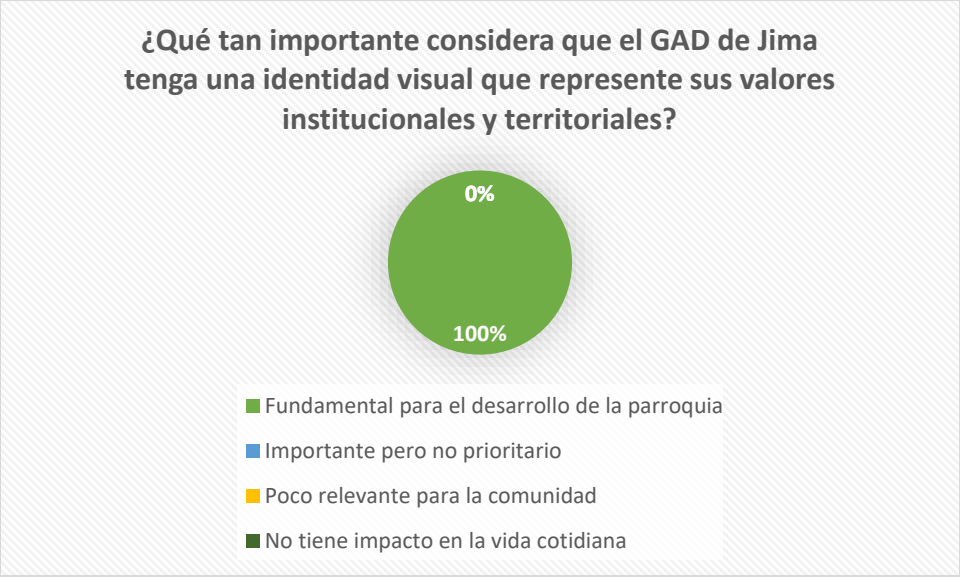
En este contexto, la creación de un manual de identidad corporativo y un sitio web funcional propio, se perfila no solo como una solución acertada para organizar y unificar la voz institucional, sino como una herramienta vital para empoderar a la ciudadanía, preservar la memoria colectiva e impulsar indirectamente la economía local mediante una representación digna y estructurada del territorio.

### *4.1.2. Análisis cuantitativo*

#### 1. Identidad visual propia

El 100% de los Jimeños considera que es fundamental que el GAD de Jima tenga una identidad visual corporativa la cual represente sus valores institucionales y territoriales exteriormente, demostrando así los resultados que un sistema estratégico comunicacional actualizado es indispensable para reforzar la comunicación y el conocimiento de las personas interesadas en Jima.

*Figura 14*

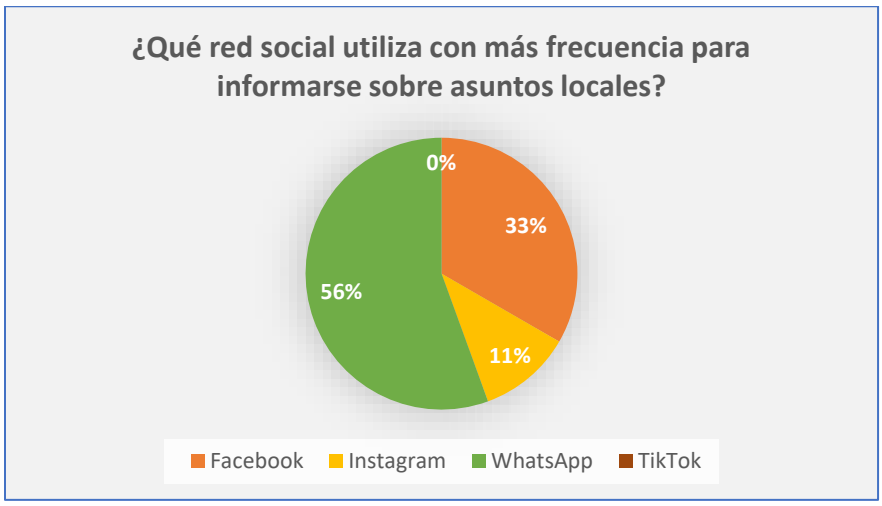



Nota. Autoridad propia

#### 2. Plataforma digital de información utilizada

Las plataformas digitales más utilizadas por los Jimeños para recibir información acerca de la parroquia resultaron ser Whatsapp con un 56% de encuestados optando por esta respuesta, por lo que demuestra que no es un contacto directo con el GAD, sino un “voz a voz” entre los habitantes de Jima, un 33% de encuestados optan por Tik Tok y un 11% utilizan Instagram, demostrando así una deficiente comunicación mediante contenido visual constante realizado por el GAD.

*Figura 15*

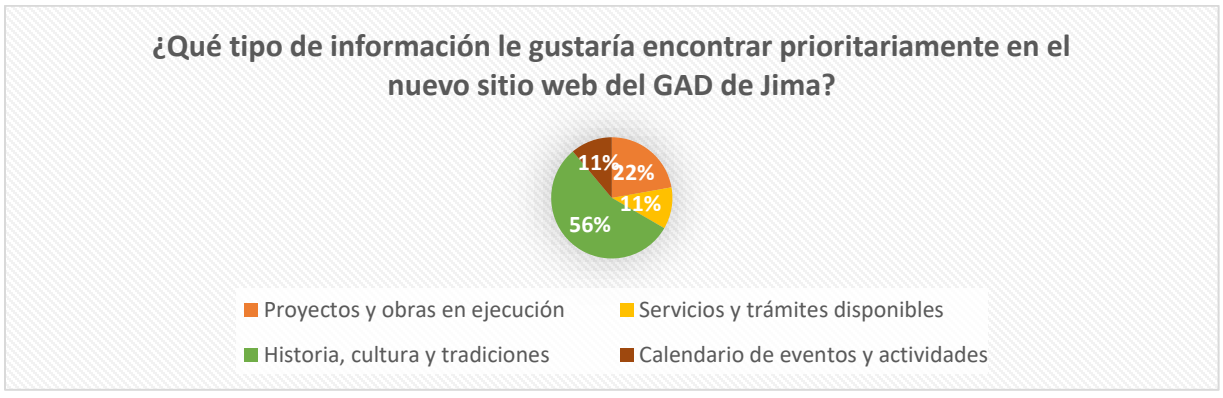



Nota. Autoridad propia

### 3. Información prioritaria en el sitio web del GAD

El 56% de los encuestados prefiere que prioritariamente se muestre la historia, cultura y tradiciones de su natal Jima, para que las personas que no la conozcan y estén interesadas puedan obtener fácilmente esta información, el 22% prefiere que se muestren los proyectos y obras en ejecución por parte del GAD, demostrando el interés que tienen sus habitantes por el trabajo del GAD, el 11% prefiere que se muestre el cronograma de actividades a realizarse en la parroquia y el otro 11% prefiere poder realizar sus trámites online y visualizar los servicios disponibles.

*Figura 16*

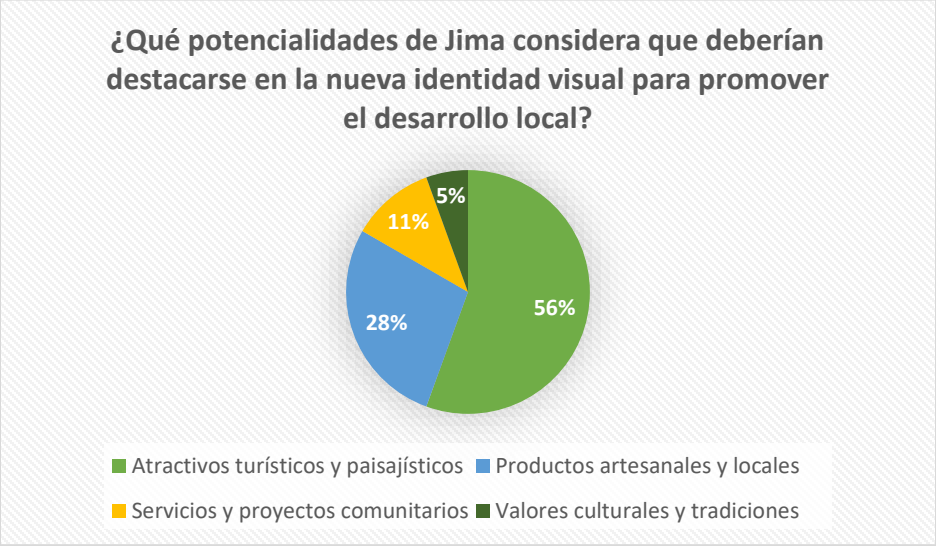



Nota. Autoridad propia

### 4. Potencialidades en Jima

El 56% de los encuestados considera que se deberían destacar los atractivos turísticos ya establecidos en Jima, el 28% considera que se debería destacar los productos artesanales y locales ya establecidos y otros que todavía no tienen visibilidad, el 11% prefiere destacar los servicios y proyectos comunitarios organizados por parte del GAD, finalmente el 5% considera la importancia de demostrar los valores culturales y tradiciones de Jima.

*Figura 17*

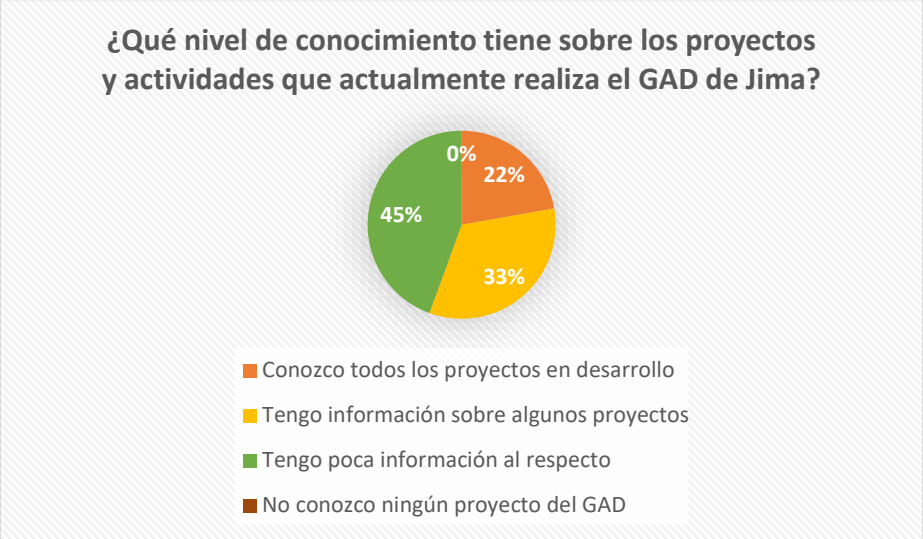



Nota. Autoridad propia

**5. Conocimiento sobre actividades y proyectos del GAD**

El 45% de los Jimeños tiene muy poco nivel de conocimiento acerca de los proyectos y actividades realizadas por el GAD, demostrando así la deficiente comunicación brindada por parte del gobierno autónomo descentralizado de Jima, lo cual es un problema importante para la parroquia, el 33% tiene información acerca de algunos proyectos y el 22% restante conoce todos los proyectos realizados.

*Figura 18*

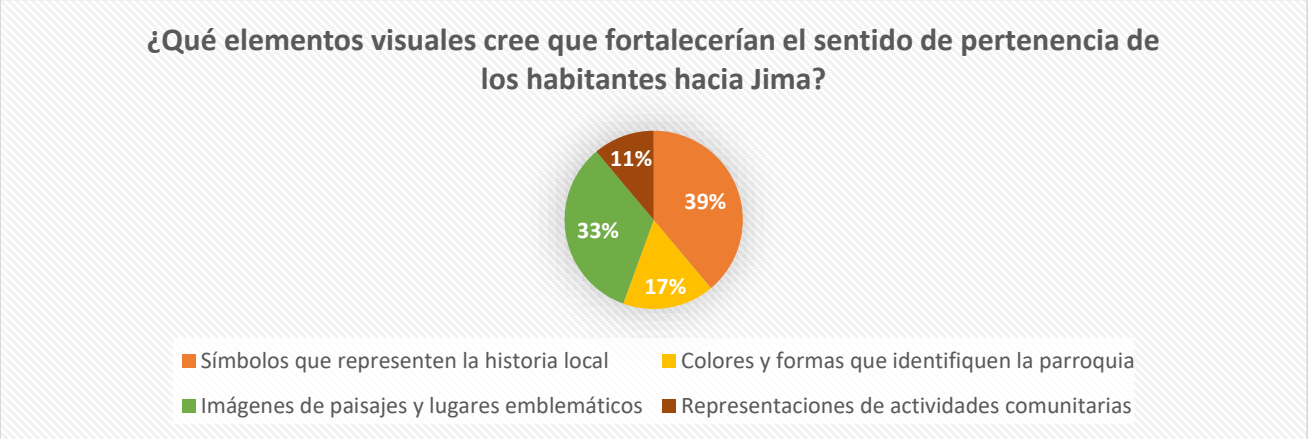



*Nota*. Autoridad propia

### 6. Elementos visuales que fortalecen el sentido de pertenencia de los Jimeños

En base a esta encuesta, el 39% de los Jimeños cree que los símbolos que representen la historia de Jima fortalecen el sentido de pertenencia de Jima, el 33% considera que las fotos de sus paisajes y lugares emblemáticos son elementos que se deberían utilizar en la nueva identidad corporativa del GAD, el 17% considera que los colores y formas que identifiquen a la parroquia, el 11% considera que se deberían representar las actividades comunitarias brindadas por parte del GAD se deben incorporar.

*Figura 19*

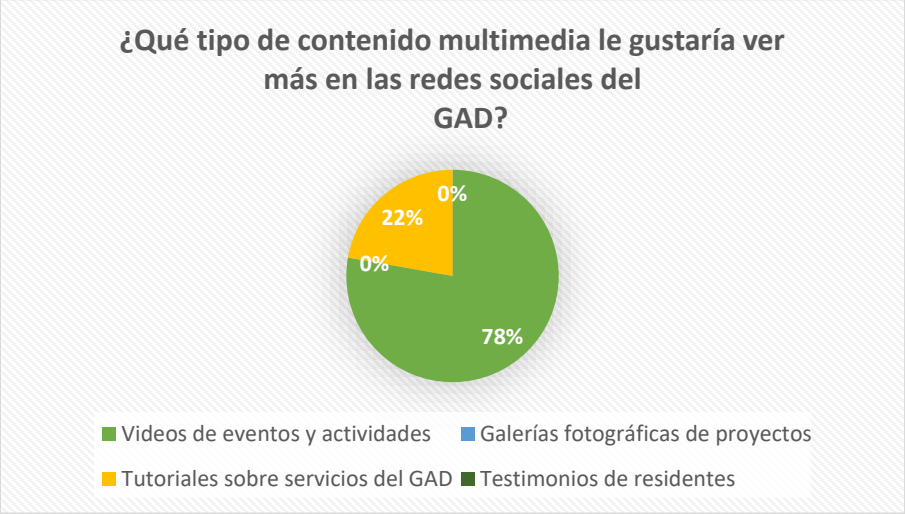



*Nota*. Autoridad propia

**7. Contenido multimedia en redes sociales del GAD**

El 78% de encuestados consideran que el contenido que les gustaría visualizar son videos sobre eventos y actividades organizadas por el GAD en la parroquia, el 22% les gustaría el contenido de tutoriales sobre como utilizar los servicios del sitio web.

*Figura 20*

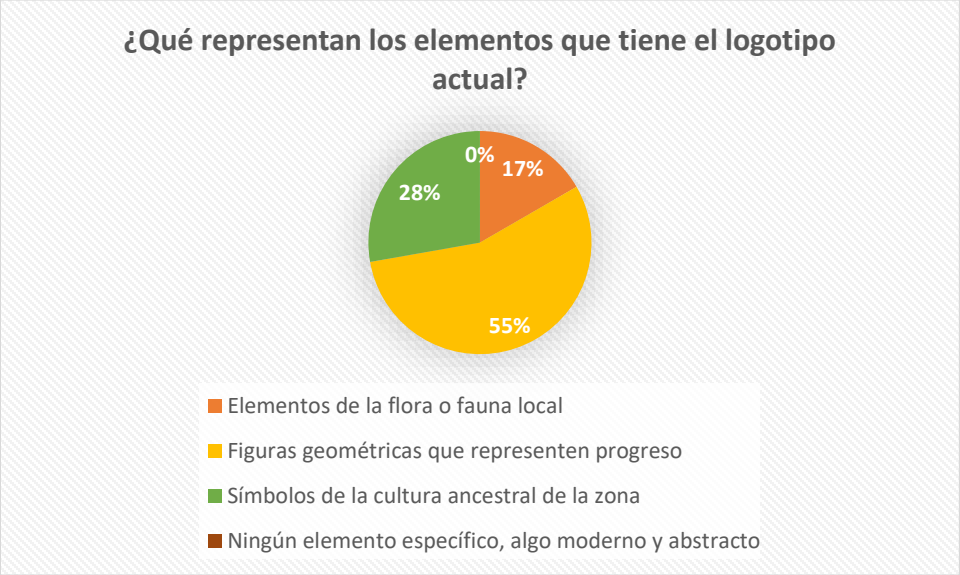



Nota. Autoridad propia

**8. Contenido multimedia en redes sociales del GAD**

Para el 55% de encuestados, los elementos que conforman el logotipo actual de Jima representan el progreso que esperan de la parroquia, el 28% representa sus símbolos de cultura ancestral, como elementos religiosos que priman en su templo matriz, por último para el 17% representan su flora y fauna, demostrando que los Jimeños esperan ser representados en un identificador gráfico mediante su cultura e historia.

*Figura 21*

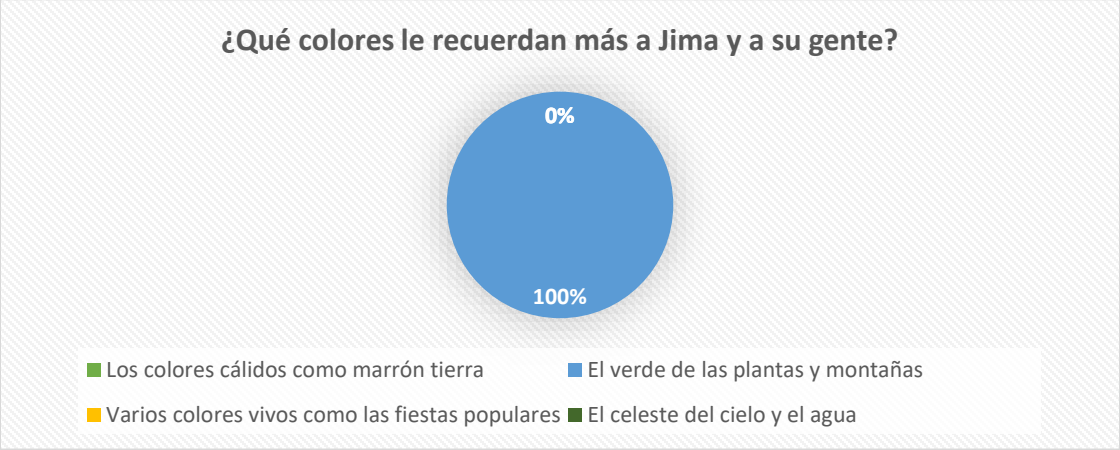



Nota. Autoridad propia

**9. Colores representativos para los Jimeños**

El 100% de los Jimeños encuestados están de acuerdo que el color que más les representa por lo que significa Jima para ellos es el color verde de sus montañas y flora.

*Figura 22*

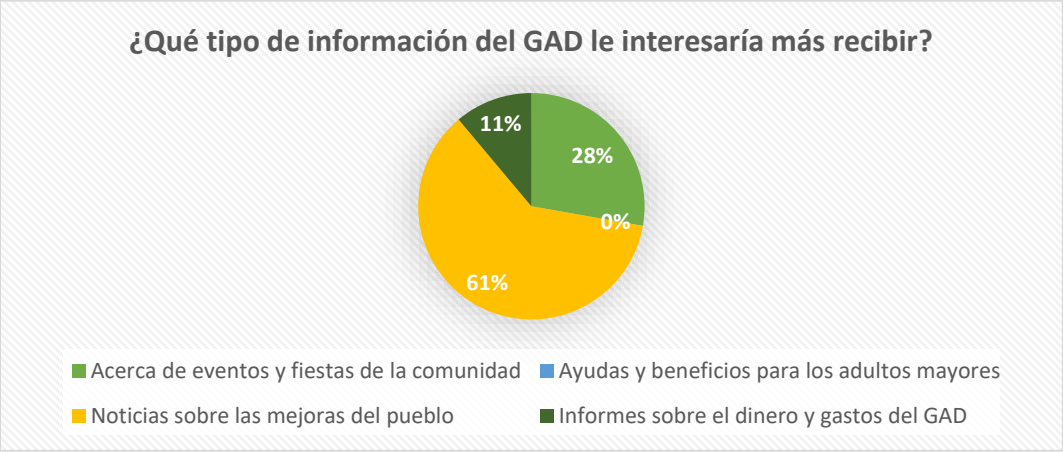



Nota. Autoridad propia

### 10. Información requerida del GAD por parte de los encuestados

El 61% de encuestados considera que las novedades acerca de mejoras que surjan en el pueblo es información prioritaria a recibir, el 28% prioriza la información recibida acerca de eventos y fiestas organizadas en la comunidad, finalmente el 11% prefiere recibir informes acerca del presupuesto y fines del mismo por parte del GAD.

*Figura 23*




Nota. Autoridad propia

## Cronograma de actividades

*Tabla 1*

| #Mes/ Semanas | Abril | | Mayo | |
|---|---|---|---|---|
| | 14 de abril | 28 de abril | 12 de mayo | 25 de mayo |
| Actividad | Contacto con el presidente del GAD y el envio de propuesta por correo | Entrevistas | Visita e interaccion con el GAD | Videos y Fotos |

| Junio | | | Julio | |
|---|---|---|---|---|
| 10 de junio | 14 de junio | 27 de junio | 11 de julio | 14 de julio |
| Presentación de propuesta a actores del GAD | | Video y Fotos | Video Dron | Visita lugares turisticos |

*Nota*. Autoridad propia

## Presupuesto

*Tabla 2*

| Recursos | Costo |
|---|---|
| Movilización | $63 |
| Comida | $45 |
| Manual | $6 |
| Productos Locales | $10 |
| Mano de obra (80 hrs - $10.00/hr) | $800 |
| **Total** | $924 |

*Nota*. Autoridad propia

## Conclusiones

La nueva identidad visual y sus aplicaciones fortalecieron la imagen institucional, mejorando la comunicación del GAD tanto con los Jimeños como con los visitantes o turistas.

El diagnóstico permitió identificar los elementos representativos de Jima y orientó el diseño de una identidad corporativa coherente.

El proyecto desarrolló una identidad visual y actualizó el sitio web del GAD de Jima, fortaleciendo su comunicación institucional.

## Recomendaciones

Se determinó, basándose en la experiencia obtenida durante el desarrollo de este proyecto, que para llevar a cabo proyectos de identidad visual en gobiernos locales es esencial mantener un compromiso constante con la investigación de campo y la labor participativa. Para investigaciones futuras de este tipo, es fundamental no restringir el proceso creativo a criterios exclusivamente estéticos; en realidad, fue la interacción directa con las autoridades y los habitantes de la parroquia lo que posibilitó decodificar genuinamente el valor simbólico e histórico del territorio. Esta integración del método cualitativo aseguró que la comunidad misma respaldara cada decisión, convirtiendo el diseño en un instrumento legítimo para empoderar a la ciudadanía y representar socialmente.

Además, se demostró lo esencial que es mantener una rigurosa coherencia entre la metodología proyectual elegida y las necesidades operativas del organismo. La conversión de datos abstractos y percepciones sociales en normas técnicas muy precisas, como la identidad corporativa misma basada en sistemas cromáticos, tipografías e iconografía adaptada a distintas circunstancias, se vio facilitada por la implementación estructurada de cada fase lógica durante el desarrollo del estudio. Así, para aquellos que inicien proyectos parecidos, se concluyó que el mayor acierto fue entender el diseño no solamente como un ejercicio de modernización de marca, sino como una solución integral que proporcionó pautas claras y accesibles para permitir a la administración pública gestionar su comunicación de manera autónoma y sostenible en el tiempo. Esto permitió establecer un diálogo transparente y claro con los interesados de la parroquia a través de un medio digital, como es un sitio web, fácil de usar e interactivo.

## Referencias


Arocena, J. (2002). El desarrollo local: Un desafío contemporáneo (2.ª ed.). Taurus - Universidad Católica del Uruguay. http://www.ecominga.uqam.ca/ECOMINGA_2011/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/2/2.Arocena.pdf

Blanco, M. T. P. (2013). Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial. ESIC editorial. https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=x98cgeMFA30C&oi=fnd&pg=PA7&dq=Pintado+Blanco,+T.,+%26+S%C3%A1nchez+Herrera,+J.+(2013).+Imagen+corporativa:+influencia+en+la+gesti%C3%B3n+empresarial.&ots=XE9OkvMZE4&sig=QiFqdMncwoi_nR5OQiJMNs-Z3RE

Capriotti, P. (2009). Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa. Andros Impresores. https://www.academia.edu/download/64910093/BRANDING_CORPORATIVO_PAUL_CAPRIOTTI_Resu.pdf

Chaves, N. (2005). La imagen corporativa: Teoría y práctica de la identificación institucional (3.ª ed.). Editorial Gustavo Gili.

Domínguez, D. C. (2009). La importancia de la identidad visual corporativa. Vivat Academia. https://www.academia.edu/download/76026275/5464532.pdf

Frascara, J. (2006). El diseño de comunicación. Ediciones Infinito.

Galarza, F. (2012). Gestión de la Comunicación de la marca en las redes sociales. Recuperado el, 29. https://www.academia.edu/download/38538196/tesis_doctoral.pdf

García, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio cultural. Consejería de Cultura. Junta de Andalucía. https://bibliotecadigital.academia.cl/bitstreams/5e804b59-0833-4eab-9d57-bc9221ecab5f/download

Giménez, G. (2016). Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. Iteso.

Giménez, G. (2021). Teoría y análisis de la cultura. Volumen I. ITESO.

Grisolía, C. V. (2013). Problemas y retos en la construcción de los manuales de identidad visual en Latinoamérica. Actas de Diseño, (15). https://dspace.palermo.edu/ojs/index.php/actas/article/view/2567/5037UNESCO. (2023). Patrimonio cultural. UNESCO. https://www.unesco.org

Kaplún, M. (2010). Una pedagogía de la comunicación (Vol. 10). Ediciones de la Torre.

Portugal, R. R. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. Revista de comunicación, (11), 212-234. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4508714.pdf

Ruiz-Garcia, L. V. (2025). Contenido Gráfico a Través de Herramientas de Diseño Para Brindar Apoyo a la Comunicación Gráfica de FENALCO Santander. https://repositorio.udes.edu.co/items/95d86d80-6313-425e-ae35-74b2055f73c8

Santofimio Moreno, M. A. (2014). Sistema gráfico de identidad territorial para el municipio de Soacha (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios). https://repository.uniminuto.edu/server/api/core/bitstreams/0fefdc71-0a8a-4052-9c87-b97d86c6ff7c/content

Scolari, C. (2010). Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa editorial.

Uranga, W. (2012). Perspectiva comunicacional. https://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/77808

Uvalle, R. (2007). Gobernabilidad, transparencia y reconstrucción del Estado. Convergencia, 14(45), 47-74. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1405-14352007000300003&script=sci_abstract&tlng=pt

Villanueva, F. (2015). Gobernanza y gestión pública. Fondo de cultura Económica.

Zecchetto, V. (2002). La danza de los signos: Nociones de semiótica general. Ediciones La Crujía. https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=abya_yala