

Propuesta de renovación de la identidad gráfica del Museo Valdivia ubicado en la parroquia de Manglaralto de la provincia de Santa Elena.

PROBLEMA

Poca afluencia de turistas al museo y a la comuna de Valdivia, lo cual produce pérdidas económicas y la desaparición de la alfarería ancestral.

OBJETIVO GENERAL

Crear una identidad gráfica del Museo Valdivia, a través del branding social basado en los requerimientos identitarios del sector.



PROPUESTA DE VALOR

Se propone desarrollar el manual de marca del museo de Valdivia, papelería, merchandising promocionales y señalética externa e interna.



PAPELERÍA



MERCHANDISING



SEÑALÉTICA



90 %

RESULTADO

Gracias a las validaciones se pudo constatar que más del 90% de los encuestados aprobaron el uso adecuado de la Venus pensadora como figura sagrada ancestral de la comuna.

CONCLUSIÓN

La conexión generada entre los valores de la marca y la comuna de Valdivia produjo ideas que servirán para emprender futuros proyectos.

Se pudo conocer las actitudes y comportamientos de los comuneros y se estableció el perfil de usuario.

Gracias a las validaciones con el personal involucrado al museo, se obtuvo una retroalimentación adecuada para nuestra propuesta gráfica.

De la propuesta de valor planteada de la experiencia, surge ideas para generar conexión entre las actividades de los comuneros y el museo comunitario.

