



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

TEJIENDO IDENTIDAD

12.05.2025

**PROYECTO DE
BRANDING**

SAN PEDRO ITZICÁN

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS
SUPERIORES DE OCCIDENTE**
Departamento del Hábitat y Desarrollo Urbano
Sustentabilidad y tecnología

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL (PAP)
PROGRAMA DE ESPACIOS HABITABLES PARA MEJORAR LA CALIDAD DE
VIDA Y PRESERVAR SUS ECOSISTEMAS I



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

(P2025_PAP1I02C) REGENERACIÓN SOCIAL DEL ESPACIO PÚBLICO
Tejiendo identidad: Proyecto de branding para San Pedro Itzicán

PRESENTAN

Lic. en Arquitectura - Iván Arcadia Arroyo
Lic. en Arquitectura – Diana Lizbeth Camarena Camarena
Lic. en Arquitectura – Ana Paola Cuevas Ayala
Lic. en Arquitectura – Jimena Del Muro Herrera
Lic. en Arquitectura - María Charlotte García Delorme
Ing. Civil – Diego Macías Hernández
Lic. en Arquitectura – Audrey Anaid Murillo Dávalos
Lic. en Arquitectura - Joaquín Andrés Oropeza Santoyo
Lic. en Arquitectura - André Restelli Moreno
Lic. en Arquitectura – Alexa Karina Rosales Meráz
Lic. en Arquitectura – Jocelyn Fernanda Villa Murillo
Lic. en Arquitectura – Osvaldo Josué Vitela Naveja

Profesor PAP: Ana Rosa Olivera Bonilla, Nayar Cuitláhuac Gutiérrez Astudillo,
Carlos Ignacio Nájar Aceves y Juan Claudio Monterrubio Soto.

Tlaquepaque, Jalisco, Mayo 2025



CONTENIDO

Contenido.....	2
Resumen.....	4
Ciclo participativo del Proyecto de Aplicación Profesional.....	5
1.1 Entendimiento del ámbito y del contexto.....	5
1.2 Caracterización de la organización.....	6
1.3 Identificación de la(s) problemática(s).....	7
1.4. Planeación de alternativa(s).....	10
1.5. Desarrollo de la propuesta de mejora.....	10
1.6. Valoración de productos, resultados e impactos.....	15
1.7. Bibliografía y otros recursos.....	16
2. Productos.....	17
3. Reflexión crítica y ética de la experiencia.....	18
3.1 Sensibilización ante las realidades.....	18
3.2 Aprendizajes logrados.....	19

REPORTE PAP

PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL DE LOS PROYECTOS DE APLICACIÓN PROFESIONAL

Los Proyectos de Aplicación Profesional (PAP) son experiencias socio-profesionales de los alumnos que desde el currículo de su formación universitaria enfrentan retos, resuelven problemas o innovan una necesidad sociotécnica del entorno, en vinculación (colaboración) (co-participación) con grupos, instituciones, organizaciones o comunidades, en escenarios reales donde comparten saberes.

El PAP, como espacio curricular de formación vinculada, ha logrado integrar el Servicio Social (acorde con las Orientaciones Fundamentales del ITESO), los requisitos de dar cuenta de los saberes y del saber aplicar los mismos al culminar la formación profesional (Opción Terminal), mediante la realización de proyectos profesionales de cara a las necesidades y retos del entorno (Aplicación Profesional).

El PAP es un proceso acotado en el tiempo en que los estudiantes, los beneficiarios externos y los profesores se asocian colaborativamente y en red, en un proyecto, e incursionan en un mundo social, como actores que enfrentan verdaderos problemas y desafíos traducibles en demandas pertinentes y socialmente relevantes. Frente a éstas transfieren experiencia de sus saberes profesionales y demuestran que saben hacer, innovar, co-crear o transformar en distintos campos sociales.

El PAP trata de sembrar en los estudiantes una disposición permanente de encargarse de la realidad con una actitud comprometida y ética frente a las disimetrías sociales. En otras palabras, se trata del reto de “saber y aprender a transformar”.



El Reporte PAP consta de tres componentes:
El primer componente refiere al ciclo participativo del PAP, en donde se documentan las diferentes fases del proyecto y las actividades que tuvieron lugar durante el desarrollo de este y la valoración de las incidencias en el entorno.

El segundo componente presenta los productos elaborados de acuerdo con su tipología.

El tercer componente es la reflexión crítica y ética de la experiencia, el reconocimiento de las competencias y los aprendizajes profesionales que el estudiante desarrolló en el transcurso de su labor.

RESUMEN

En el PAP del Programa de Espacios Habitables para Mejorar la Calidad de Vida y Preservar sus Ecosistemas, se desarrollan proyectos de impacto social en diversos ámbitos. En este proyecto, se colaboró con la organización de Corazón de la tierra, dedicada a la protección, conservación y restauración social y ambiental de los ecosistemas del Centro Occidente de México.

La problemática principal de este proyecto planteada por la organización fue que San Pedro Itzicán, una localidad ubicada en el municipio de Poncitlán, Jalisco. En los últimos años, ha sido reconocida por los medios de comunicación por sus problemáticas en materia de salud pública. Sin embargo, esta narrativa externa ha ocultado las múltiples cualidades del lugar, particularmente el potencial de su gente y su tejido comunitario. Para los propios habitantes, San Pedro representa un espacio lleno de vida, de cultura, de tradiciones religiosas, de prácticas agrícolas y de capacidades productivas que merecen ser visibilizadas de forma justa y auténtica. Con apoyo de la organización a través de maquinaria, propuestas y estructura, los habitantes desarrollaron productos de origen orgánico que han estado comercializando en la zona y sus alrededores.

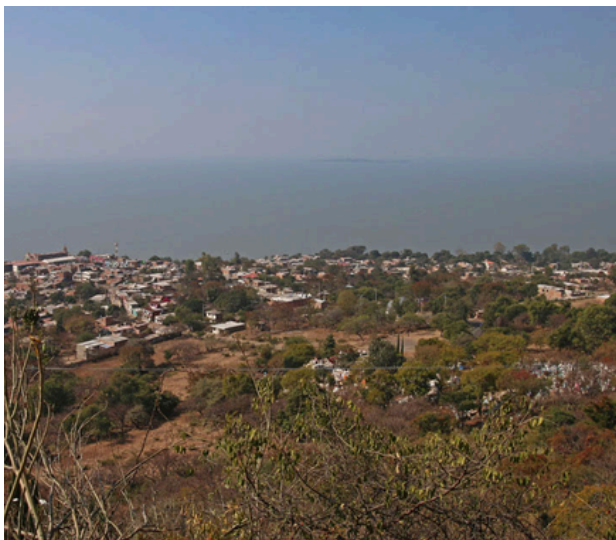
El objetivo principal fue contribuir al fortalecimiento de la comunidad de San Pedro Itzicán mediante el desarrollo de una identidad de marca comunitaria que diera visibilidad y valor a estos productos elaborados localmente, destacando su carácter artesanal y orgánico.

Ante este contexto, se diseñó una marca comunitaria integral. El proyecto incluyó el desarrollo del nombre, logotipo, paleta cromática, empaques, diseño de moldes para producción en serie y una narrativa visual coherente que transmita los valores, la historia y el arraigo cultural del lugar.

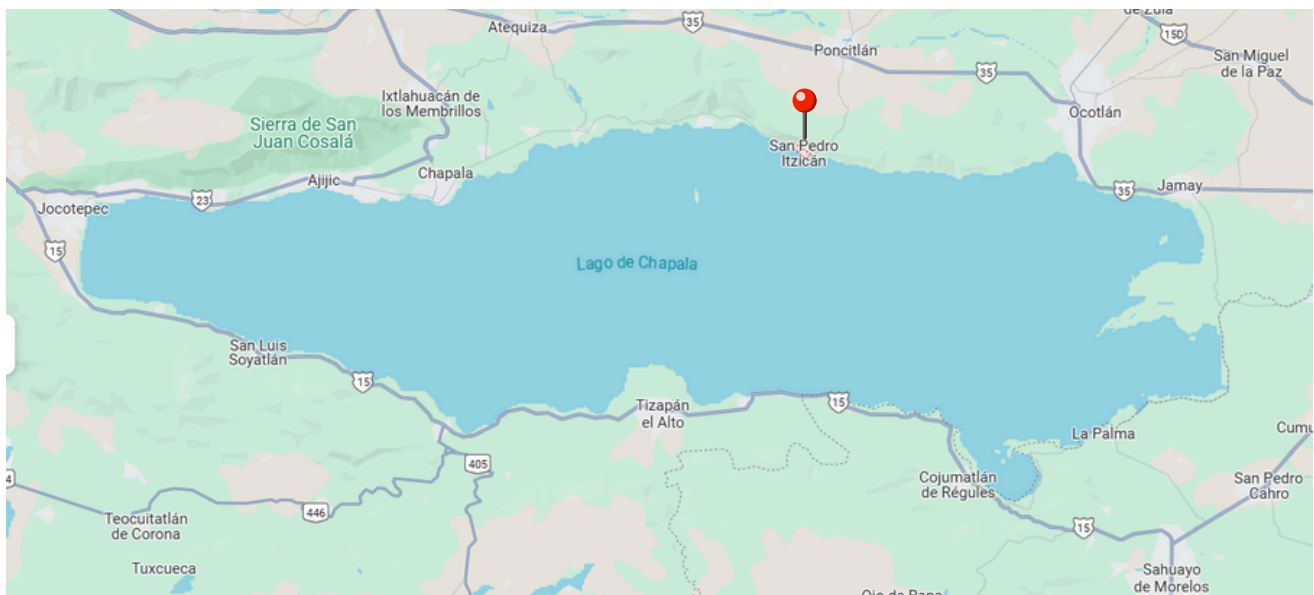
Durante el semestre, se llevó a cabo una metodología basada en la observación directa, el diálogo constante con la comunidad y la inmersión en su entorno cotidiano. Este enfoque permitió abstraer elementos simbólicos y culturales genuinos, traducidos posteriormente en el lenguaje de la marca.



CICLO PARTICIPATIVO DE APLICACIÓN PERSONAL



El PAP es una experiencia de aprendizaje y de contribución social integrada por estudiantes, profesores, actores sociales y responsables de las organizaciones, que de manera colaborativa construyen sus conocimientos para dar respuestas a problemáticas de un contexto específico y en un tiempo delimitado. Por tanto, la experiencia PAP supone un proceso en lógica de proyecto, así como de un estilo de trabajo participativo y recíproco entre los involucrados.



1.1 ENTENDIMIENTO DEL ÁMBITO Y DEL CONTEXTO

San Pedro Itzcán es una localidad mexicana ubicada en el estado de Jalisco, dentro del municipio de Poncitlán, sobre la ribera del lago de Chapala. Esta comunidad, de origen indígena, ha sido reconocida por su gran tradición cultural y su conexión con la naturaleza. Pero, en las últimas décadas ha enfrentado problemas significativos que han impactado su desarrollo y bienestar.

Uno de los principales problemas que ha afectado a San Pedro Itzicán es la alta incidencia de enfermedades renales entre sus habitantes. La contaminación del agua, combinada con factores como la pobreza, la desnutrición y la falta de acceso a servicios de salud adecuados, ha contribuido a una crisis sanitaria en la comunidad.

Las noticias y la poca información sobre el pueblo le han dado una identidad que ha invisibilizado características de gran valor. Al dar una visita a la comunidad se enseñó una variedad de prácticas sostenibles y productos orgánicos, como una panadería con recetas de origen familiar y tradicional, una de ellas es el varias veces mencionado pan en forma de mano que la comunidad regala a algunos de sus visitantes como símbolo de bienvenida. Jabones artesanales, producidos con el residuo de las cáscaras de huevo salidas de la panadería y aceites de olor cuya esencia proviene de la cosecha del huerto de hierbas aromáticas entre otros posibles productos en desarrollo, utilizando recursos locales y reciclados que, de la mano de la asociación “Corazón de la Tierra” están desarrollando. Estas iniciativas reflejan la creatividad, el trabajo en equipo y el compromiso con la preservación del medio ambiente.



1.2 CARACTERIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

El proyecto en San Pedro Itzicán se desarrolla en colaboración con la comunidad local y el Instituto Corazón de la Tierra, una organización ambiental con sede en Guadalajara, dedicada a la protección, conservación y restauración de los ecosistemas del Centro Occidente de México. Corazón de la Tierra trabaja en proyectos que integran aspectos ecológicos, sociales y económicos, promoviendo el desarrollo sustentable a través de procesos participativos. En San Pedro Itzicán, la organización ha colaborado con la comunidad para fortalecer su identidad cultural y económica. Se les otorgó un espacio para cultivo del cual obtienen materia prima para la producción de aceites, shampoo, jabones, entre otros productos de herbolaria. Para la panadería, una cocina y maquinaria que le dio oportunidad a fabricar las recetas familiares de los integrantes de San Pedro. Les dieron también una breve orientación sobre el funcionamiento de los negocios facilitando así la venta del material logrado.

Aunque no existe una estructura organizativa formal en la comunidad, se observa una red de actores que trabajan para mejorar su calidad de vida y preservar su cultura. Para la participación del PAP las acciones realizadas fueron el desarrollo de una identidad visual para la marca local, la creación de empaques sostenibles, la elaboración de un "storytelling" que narra la historia y valores de San Pedro Itzicán, y el diseño de moldes y procesos que estandarizan la producción de los productos artesanales asegurando que sus necesidades y tradiciones estén presentes en cada etapa del proyecto.

Una de las figuras clave en el desarrollo de los distintos proyectos dentro de la comunidad es Anita Torres Guerrero. Trabajadora social y líder comunitaria de San Pedro Itzicán, destacando especialmente por su labor con familias indígenas en condiciones de vulnerabilidad. Tras una infancia marcada por carencias económicas, ha canalizado su experiencia personal en una vocación de servicio, ofreciendo acompañamiento social, educativo y médico a través de la organización que lidera, donde también coordina equipos de voluntarios y diversas iniciativas colectivas. Gracias a su sensibilidad y determinación, Anita ha sido un motor fundamental para fomentar la autosuficiencia en su comunidad, convirtiéndose en un pilar de apoyo y representación para quienes más lo requieren.

1.3 IDENTIFICACIÓN DE LA(S) PROBLEMÁTICA(S)

Durante el proceso se identificaron y enfrentaron diversas problemáticas que reflejan la complejidad del contexto en San Pedro Itzicán. Esta comunidad, con una alta densidad poblacional y múltiples carencias estructurales, ha sido históricamente marginada en términos de acceso a oportunidades económicas, educativas y de desarrollo social. Uno de los principales desafíos consiste en la falta de canales formales que les permitan comercializar sus productos locales, como los que se elaboran en la panadería y el área de cultivo.

La panadería, por ejemplo, opera con recursos limitados, sin una estrategia clara de identidad ni elementos de presentación visual que le permitan posicionar sus productos más allá del entorno inmediato. Aunque existe un esfuerzo constante por mantener la producción, los volúmenes de venta se comercializan en un radio de venta limitado y no se aprovecha todo su potencial. Además de pan, existen otros productos artesanales elaborados con ingredientes orgánicos que podrían tener mayor salida comercial, pero la falta de una marca unificada, empaques funcionales y una narrativa que comunique su origen impide que logren un verdadero reconocimiento. A esto se suma el limitado acceso a materiales y herramientas de bajo costo que permitan dar una presentación adecuada y coherente con el contexto comunitario.

RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN CON LA COMUNIDAD

En San Pedro Itzicán, la mayoría de las actividades cotidianas giran alrededor de la familia, la religión, la agricultura y la convivencia. Los domingos, por ejemplo, muchas familias van juntas a misa, mientras que los niños suelen jugar en la cancha de fútbol. También es común que la gente se reúna en la laguna para pasar el rato, aunque ese lugar tiene problemas de limpieza debido a la basura y el mal olor causados por un mal sistema de drenaje. Las fiestas patronales son eventos muy importantes que logran juntar a muchas personas, incluso de otras comunidades.

En cuanto al trabajo, muchas personas siembran tanto en sus casas como en terrenos más alejados. De ahí obtienen productos como composta, fertilizantes orgánicos, shampoo, jabón, cremas, aceites naturales y pan. A pesar de esta actividad productiva, la comunidad tiene varias necesidades en su aula comunitaria: les hace falta un lugar para guardar herramientas, conservar semillas, tener más mobiliario como mesas y sillas, y construir un tejaban para protegerse del sol o la lluvia.

En el tema de infraestructura y seguridad, hay calles como Benjamín Cruz y Pedro Moreno que se consideran peligrosas porque se reúnen personas que no tienen un propósito claro. Aunque el pueblo no corre riesgo de inundaciones, la falta de alumbrado público y de presencia policial genera una sensación constante de inseguridad, sobre todo después de las 9 de la noche. Tampoco cuentan con un mercado o tianguis local donde puedan vender o intercambiar productos.

Entre los espacios más visitados están la iglesia, la plaza, el lago, las canchas, el centro comunitario, la escuela campesina, la panadería y el huerto. Aunque la ribera del lago tiene problemas de infraestructura, sigue siendo un punto importante para la convivencia familiar. En general, la plaza y la iglesia son lugares muy valorados por su sombra y áreas verdes.

La mayoría de los habitantes coinciden en que los problemas más grandes de la comunidad son la inseguridad, la falta de iluminación y que las calles están muy solas por las noches. Aun así, la comunidad conserva una vida social activa basada en sus costumbres, el trabajo agrícola y la unión entre vecinos.

ACTIVIDADES:

- Los domingos van a la **iglesia** en familia
- Los niños usan mucho la cancha de **fútbol**
- En la laguna se sientan a pasar el día en la arena. Hay partes llenas de **basura** y **huele mucho a drenaje**.
- **Fiestas** patronales en la Plaza el 20 de Junio. Festejan a San Pedro, hacen procesiones, se reúnen en la plaza; viene mucha gente de fuera.
- Festival día de muertos. Hacen tamales, calabaza, camote, atole, chiles con comida que se produce del huerto. Juntan mesas para cocinar entre todas, ponen tinas llenas de calabazas, maíz y más comida. Este festival empieza con un ritual.
- **Siembran** en su casa o en hectáreas (algunas cercanas y otras lejanas)

Audrey Davalos

DATOS:

- En las calles Benjamín Cruz y Pedro Moreno, se juntan vagos y son inseguras
- Su calle favorita es Ezapata, ya que esta cerca de la **Plaza**.
- No se inundan porque esta de bajada.
- Quieren seguridad; se llevan a los jóvenes, hay pocos policías y no tienen contacto con ellos.
- **No hay tianguis ni mercado.**

Audrey Davalos

PRODUCTOS Y NECESIDADES:

- Elaboran composta, fertilizantes orgánicos, shampoo, jabón, crema, aceites esenciales, pan.
- Objetivos del aula:
 - Resguardo de herramientas (2 carretillas, machetes, azadones).
 - Conservación de semilla (lugar oscuro, estantes).
 - Mesas y sillas.
- Necesitan un tejaban

Audrey Davalos

TRADICIONES

- Las fiestas patronales se celebran en la plaza. Es una peregrinación. Dura 10 días. Del 20 de jun- 30 jun. Mucha gente de fuera viene al pueblo. Se come pozole, tacos de bagre, etc.
- El festival del día de muertos se hace en la calle del centro comunitario. Festival donde todos participan, cocinan juntos, decoran y organizan. Preparan tamales, pinole, atole, etc.
- Hacen un **ritual** de bienvenida con danza a los foráneos, los ungen con pinole, adornan con serpentina, flores y catrinas.

Charlotte García

LUGARES DE OCIO

- Los puntos de reunión más importantes son la **Iglesia, la plaza, la ribera del lago, las canchas de fútbol, el centro comunitario, la escuela campesina, la panadería y el huerto.**
- La **Ribera tiene mala infraestructura**, se desborda el drenaje. Huele mal y seguido está sucio. Pero de todas formas, se usa mucho para pasearse y estar en familia.
- La Iglesia y la plaza son puntos de reunión, agradable, con árboles y sombra.

Charlotte García

ANOTACIONES EXTRAS, COMENTARIOS Y PERCEPCIONES:

- El mayor problema es la **seguridad**
 - a. Se llevan a jóvenes, pocos policías que siempre son los mismos pero la relación sigue siendo muy impersonal. **poca iluminación**
 - b. No hay movimiento en el pueblo después de las 9 pm.
 - c. Las **calles** se sienten **inseguras**, hay mucho "vago"

Charlotte García



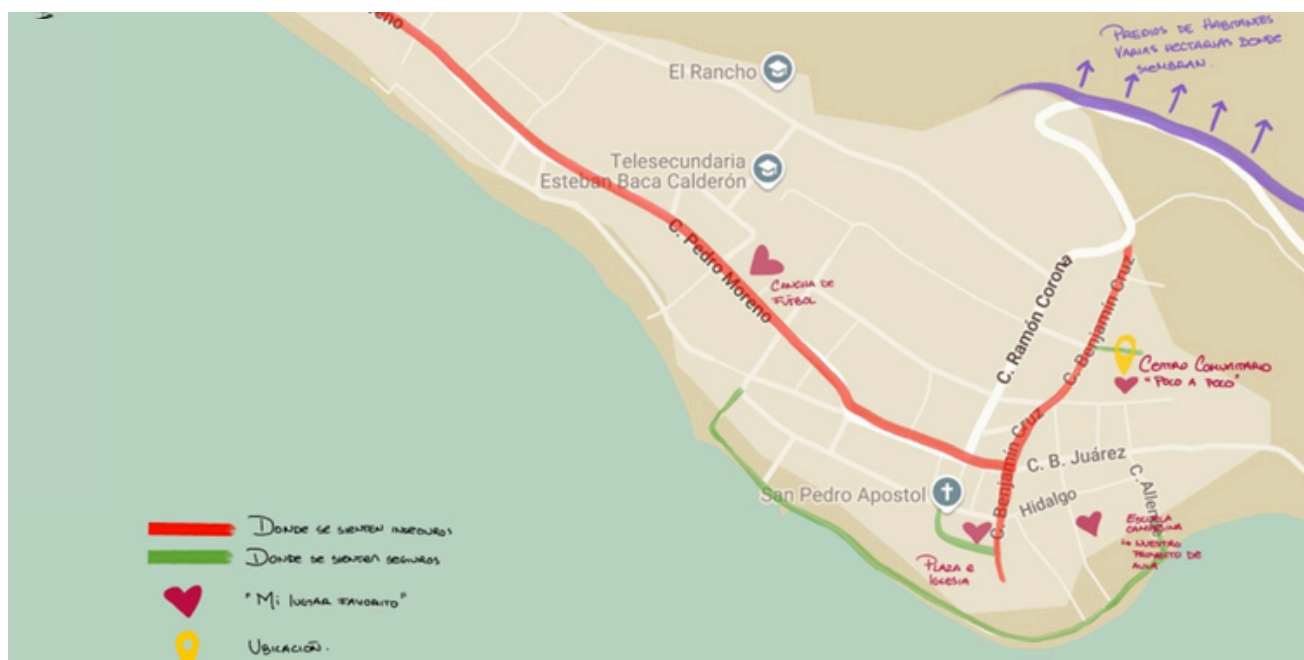
Hablando ahora de datos más concretos sobre la comunidad, según cifras del INEGI del año 2020, las personas que viven en San Pedro Itzicán tienen en promedio un nivel educativo equivalente al sexto año de primaria (6.02 años de escolaridad). Además, el 7.63% de la población no sabe leer ni escribir, siendo las mujeres quienes presentan una mayor tasa de analfabetismo (4.86%) en comparación con los hombres (2.77%).

Una de las problemáticas más marcadas en esta y otras comunidades cercanas es la gran cantidad de niños y niñas que no reciben el cuidado adecuado. Muchos de ellos crecen sin la presencia de sus padres, ya que estos tienen que salir a trabajar a otros lugares porque en San Pedro no hay suficientes empleos ni bien pagados. La falta de oportunidades obliga a muchas familias a buscar trabajo en municipios como Poncitlán o incluso en Guadalajara. En esos casos, los abuelos suelen quedarse a cargo de los niños, pero a veces tienen que cuidar a demasiados al mismo tiempo. También ocurre que los hermanos mayores —principalmente las niñas— se convierten en cuidadores de los más pequeños, lo que muchas veces les impide asistir a la escuela de forma regular. Todo esto alimenta un ciclo que se repite, donde la educación queda en segundo plano.

Por otro lado, la comunidad no cuenta con espacios seguros o adecuados para realizar actividades educativas, culturales o recreativas. Esta falta de lugares donde puedan reunirse, especialmente para los niños, limita su desarrollo. Hace falta un espacio que les permita aprender, jugar y crecer en contacto con la tierra, reforzando su identidad y conocimiento del entorno natural. Por eso, es urgente crear un espacio multiusos que no solo funcione como centro educativo, sino también como un lugar donde personas de todas las edades puedan aprender cosas prácticas como autoconstrucción, siembra o el uso de plantas medicinales.

1.4. PLANEACIÓN DE ALTERNATIVA(S)

En colaboración con la comunidad de San Pedro Itzicán, se diseñó una alternativa centrada en el fortalecimiento de su identidad a través de una marca que reflejara sus valores y productos orgánicos. Se consideró que esta alternativa es adecuada porque responde a la necesidad de visibilizar y valorar las prácticas sostenibles y culturales de la comunidad, al tiempo que promueve el desarrollo económico local. El plan de trabajo se estructuró en fases que incluyeron la investigación y diagnóstico del contexto, el diseño de la identidad visual, la creación de prototipos de productos y empaques, y la implementación de talleres participativos para la producción y comercialización, el posible registro de la marca, etc.



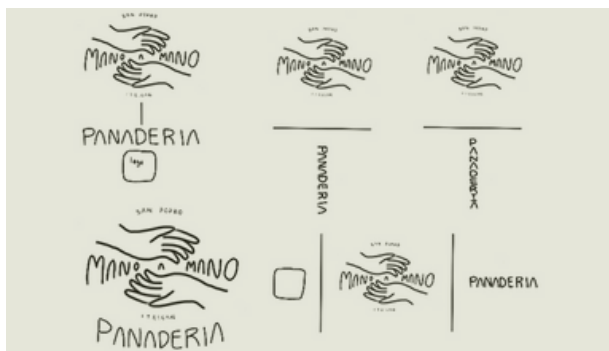
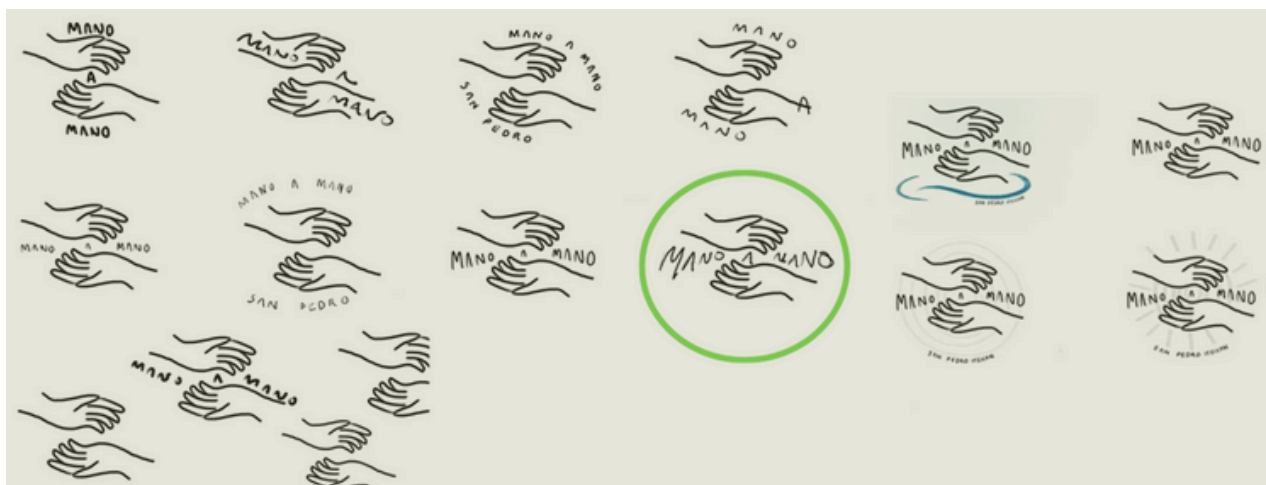
1.5. DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE MEJORA

La primera parte para desarrollar la propuesta fue conocer a la comunidad con la que se iba a participar, hubo una etapa de presentación en la que platicaron sobre su día a día, se elaboró un mapa en el que dieron a entender la información importante para



contextualizar sobre su pueblo, a través de un esquema gráfico a manera de mapa, platicaron como lo viven y sus tradiciones, así como información general de sus productos y un recorrido a los puntos donde los producen y como los elaboran. Lo siguiente fue recopilar la información más importante que pudiera aportar para empezar a diseñar, se sintetizó en distintos rubros para después considerarlos a lo largo de todo el proceso creativo.

Para establecer tanto el nombre como la parte ilustrativa del logo se realizó una lluvia de ideas y bocetos que se fueron descartando según su claridad, representación y necesidades tanto materiales como conceptuales que el diseño implicaba. Después de varias propuestas, el nombre debía ser corto, sencillo, pero a la vez muy significativo, que con pocas palabras dijera toda una historia, un trasfondo que identificara a la comunidad y el pueblo de San Pedro Itzicán. El más acercado a lo que se consideró que simbolizaba todo esto fue el de “Mano a mano”, que además de unificarse y darle sentido a la parte visual, lograba transmitir el esfuerzo comunitario, apoyo, trabajo manual y unión que proyectaban los productos San Pedro y su gente. Considerando también la viabilidad de poder registrar la marca para darle aún más formalidad al proceso. se decidió asignarle al logo el símbolo de dos manos representando a la comunidad y su trabajo en equipo, el apoyo constante y todas las manos que intervinieron en cada producto para poderse llevar a la venta.



Se asignó una colorimetría y un distintivo gráfico en la palabra del producto.

Luego de asignar la paleta de colores, las submarcas, el storytelling y el logotipo, comenzamos con el diseño de las etiquetas y a visualizarlo en los productos.

Posteriormente, fue darle cuerpo tanto a la composición general como a su tipografía. Tras investigar diferentes opciones de escritura, se llegó a una decisión que se acercara a la letra escrita a mano para luego digitalizar los trazos. En continuación con la composición, se decidió hacer una marca global “mano a mano. San Pedro Itzicán”, de la cual se desglosarán las submarcas de los diferentes productos



Aceites



Shampoo



Panadería



Jabones

Investigamos también los insumos, ingredientes e información relevante a agregar en las etiquetas, así como su formato de venta anterior para volverlo sostenible, estético profesional y poco complicado. Por último, se propuso y se fabricó un molde para los jabones con intención de darle más precisión a los productos y sus cantidades estandarizando la forma rectangular para de esta manera facilitar el empaquetado considerando la norma mexicana de etiquetado de productos.





PROPUESTAS DE LA LLUVIA DE IDEAS

Para este proyecto se propone el nombre “Mano a Mano”, ya que refleja los valores esenciales de la comunidad: el apoyo mutuo, la solidaridad y la hospitalidad. Este nombre busca transmitir cómo las personas de San Pedro Itzicán se sostienen entre sí en su vida cotidiana, al mismo tiempo que reciben con generosidad a quienes llegan a su pueblo. "Mano a Mano" habla de colaboración, de trabajo compartido y de construir algo juntos.

Además, se propuso que “Mano a Mano” funcione como una marca madre, con el objetivo de que pueda ser utilizada en el futuro para otros proyectos comunitarios o emprendimientos locales. De esta manera, si la comunidad decide desarrollar productos, talleres u otras actividades bajo el mismo espíritu de colaboración, ya existiría una identidad gráfica y conceptual que los respalde y los conecte entre sí.

En coherencia con esta idea, se desarrollaron distintas propuestas de logotipo que refuerzan el concepto de apoyo colectivo. Las formas circulares presentes en los diseños buscan representar esa noción de red, de conexión continua y de comunidad unida. El objetivo fue lograr una imagen gráfica que fuera accesible, cercana y que pudiera ser apropiada fácilmente por las personas del lugar, transmitiendo visualmente el espíritu del proyecto.



Para el proyecto de identidad, el objetivo principal fue retratar en una imagen, en un logo lo que representa la comunidad, esta comunidad vive del querer salir adelante echándose la mano los unos a los otros y para nosotros esto fue fundamental, plasmar esta idea de como la comunidad en conjunto con su tierra, con su naturaleza, con su siembra, su cosecha van ligados a una identidad y que por medio de esta se transmita lo que San Pedro Itzicán representa, por eso “Manos de tierra”, también pensando en un dibujo e imagen sencillo para que este pudiera representar todas los productos que ya tienen materializados o los que podrían crearse en un futuro.

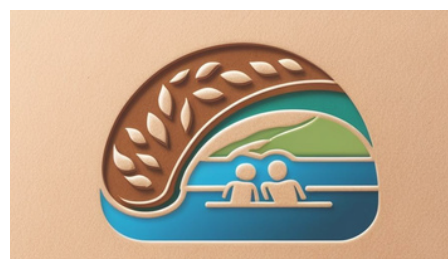


La propuesta de branding para la comunidad de San Pedro Itzicán parte de un juego etimológico en torno al nombre “Itzicán”, que significa lugar de la obsidiana o lugar de valor. A partir de esta raíz, se tomó el prefijo “Itzi” como elemento unificador para desarrollar una marca madre con potencial de ramificación en distintas submarcas, según los productos a comercializar.

Desde el enfoque gráfico, se propuso un lenguaje visual minimalista y abstracto, estructurado a partir de una serie de íconos contenidos en figuras cuadradas, cuyas tonalidades representan las diversas identidades de los productos.

De esta estrategia surgieron submarcas como: Itzi Pan, Itzi Flora e Itzi Colectivo.

Para el desarrollo visual, el equipo creativo se inspiró en referentes gráficos de fuerte identidad nacional, como los símbolos urbanos de la Ciudad de México diseñados por Lance Wyman y Eduardo Terrazas para los Juegos Olímpicos de 1968, así como en la contundencia simbólica del logotipo de Hecho en México, reconocido por su capacidad de evocar pertenencia, orgullo y origen a través de una gráfica poderosa y reconocible.



Para el proyecto de identidad, el objetivo principal fue a través del conocimiento de la misma comunidad y su entorno, transformar su esencia en gráficos los cuales contuvieran elementos característicos de la misma con aquello que más les caracteriza. Para esto fue necesario indagar a profundidad en sus tradiciones y costumbres, además de en las problemáticas actuales. Si bien, estos gráficos generados, solamente eran un acercamiento rápido y general de aquello que se buscaba expresar, el objetivo principal era tomar ideas de los mismos y recopilarlos en un solo elementos característico de la comunidad de San Pedro Itzican, el cual logrará consolidarse en el logo oficial del pueblo y sus emprendimientos.



1.6. VALORACIÓN DE PRODUCTOS, RESULTADOS E IMPACTOS

La experiencia del PAP en San Pedro Itzicán permitió abordar de manera efectiva las problemáticas identificadas, como la necesidad de formalizar sus productos dándole mayor protagonismo a su identidad cultural y económica. A través del desarrollo de una marca que reflejara sus valores y productos orgánicos, se logró no solo visibilizar sus prácticas sostenibles, sino también promover el desarrollo económico local. El producto presentado ha sido, hasta ahora bien recibido tanto por los miembros de la comunidad, generando un sentido de orgullo y pertenencia. Sin embargo, aún quedan aspectos pendientes que podrían ser contemplados en una siguiente etapa del PAP, como la expansión de la comercialización de los productos a mercados más amplios, la capacitación continua en técnicas de producción y marketing, y la consolidación de una estructura organizativa formal que permita la sostenibilidad a largo plazo del proyecto y el registro de la marca.

1.7. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Instituto Corazón de la Tierra. (s.f.). Conócenos. Recuperado el 27 de abril de 2025, de [https://corazondelatierra.org/conocenos/Inicia sesión o regístrate para verlo+6Corazón de la tierra+6Corazón de la tierra+6](https://corazondelatierra.org/conocenos/Inicia_sesion_o_registrate_para_verlo+6Corazon_de_la_tierra+6Corazon_de_la_tierra+6)

San Pedro Itzicán o el desprecio por la vida. (2015, 27 de septiembre). NTR Guadalajara. Recuperado el 27 de abril de 2025, de https://www.ntrguadalajara.com/post.php?id_nota=39730 NTR Guadalajara+1NTR Guadalajara+1

Yáñez, M. (2015). Identidad y territorio: La comunidad indígena de Mezcala. Revista Cunorte, 1(7), 1–22. Recuperado el 27 de abril de 2025, de <https://www.cunorte.udg.mx/puntocunorte/sites/default/files/Revista%201.%20Arti%CC%81culo%207.pdf> cunorte.udg.mx

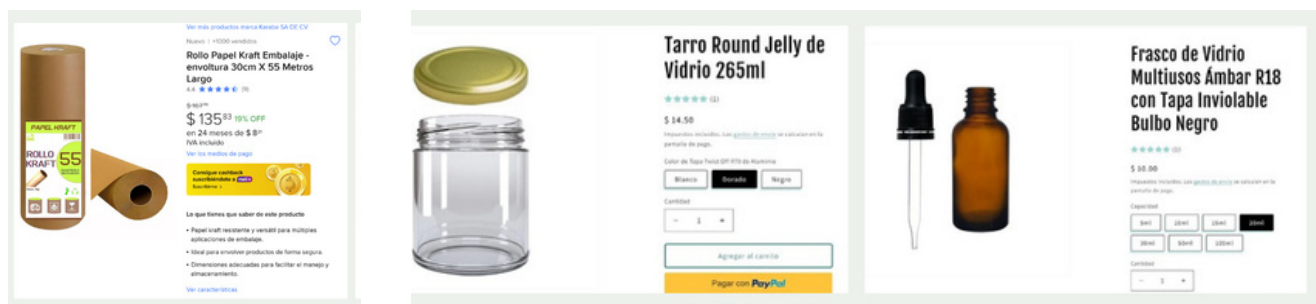
Instituto Corazón de la Tierra. (2013). Percepción pública de los principales problemas ambientales. Plan de Educación y Cultura Ambiental. Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial. Recuperado el 27 de abril de 2025, de https://semadet.jalisco.gob.mx/sites/semadet.jalisco.gob.mx/files/plan_de_educacion_y_cultura_ambiental.pdf semadet.jalisco.gob.mx

Gobierno de Jalisco. (2012). Programa Sectorial de Medio Ambiente. Recuperado el 27 de abril de 2025, de <https://transparencia.info.jalisco.gob.mx/sites/default/files/sectorial-medio-ambiente.pdf> Transparencia Jalisco

Redalyc. (2010). Mezcala: Encuentros y desencuentros de una comunidad. Revista Cunorte, 1(7), 1–22. Recuperado el 27 de abril de 2025, de <https://www.redalyc.org/pdf/138/13803604.pdf> NTR Guadalajara+2Redalyc+2cunorte.udg.mx+2

PRODUCTOS





3. REFLEXIÓN CRÍTICA Y ÉTICA DE LA EXPERIENCIA

El RPAP tiene también como propósito documentar la reflexión sobre los aprendizajes en sus múltiples dimensiones, las implicaciones éticas y los aportes sociales del proyecto para compartir una comprensión crítica y amplia de las problemáticas en las que se intervino.

3.1 SENSIBILIZACIÓN ANTE LAS REALIDADES

La experiencia con la comunidad de San Pedro Itzicán nos puso frente a la realidad en la que se vive en plano físico, social y cultural en la zona.

Fue interesante platicar y conocer a través de fotos, entrevistas y visitas, las actividades que usualmente practican en el pueblo. Con sus múltiples ventajas y desventajas, el pueblo tiene una gran riqueza cultural y tradicional, festividades en las que cada uno de los participantes tiene su rol específico para lograr un convivio que parece darle vida a diferentes puntos de reunión donde se promueve la gastronomía, música y practicas religiosas. Una gran parte de la comunidad parece ser y estar unida y emocionada por participar en las actividades que esta misma ha impuesto de manera tradicional a lo largo de los años.

Desgraciadamente, como en algunos otros pueblos mexicanos, es evidente la falta de infraestructura, turismo y diseño urbano que ha promovido inseguridad, contaminación y enfermedades.

Habernos involucrado con las personas y sus problemáticas despertó la iniciativa de apoyar e intervenir en lo que fuera posible. El haber podido aportar para orientar la identidad de San Pedro Itzicán a través de la marca de sus productos tal vez no intervino en la infraestructura del lugar, pero si en su gente, sus futuros negocios y la imagen que van a dar al su consumidor con productos que nacen de la mentalidad de sobresalir con el potencial que tanto su trabajo como su pueblo tiene para ofrecer.

Este sentimiento y acto de intervención con San Pedro Itzicán, se debe tanto a nuestro razonamiento profesionalista de aportar a una resolución creativa que se adapte a las necesidades de quien va a aprovechar el resultado, como a nuestras creencias y valores de ayudar a quienes se encuentran en una posición vulnerable con lo que la universidad nos ha enseñado.



3.2 APRENDIZAJES LOGRADOS

A lo largo del semestre aprendimos de este proyecto en varios aspectos, en el ámbito profesional fue aprender a conocer leer y plasmar las necesidades del cliente, tener en cuenta que no siempre sabe lo que quiere y por ello es responsabilidad nuestra brindarle opciones y propuestas que se adapten a lo que su interacción logró comunicar para guiarlo y presentar un resultado satisfactorio para ambas partes. En el ámbito social, el integrarse y aprender de una comunidad como la de San Pedro Itzicán nos enseñó lo lejos que se puede llegar con organización cooperación y trabajo en equipo. Su iniciativa, emoción y amor a sus productos fue contagiosa. El haber compartido esta experiencia con ellos fue motivadora, de desarrollo personal y empático (tratar de entender al otro).



CONCLUSIONES:

Audrey

Este proyecto fue una experiencia de inmersión profunda en la comunidad de San Pedro Itzicán, donde el objetivo principal fue crear una marca que los representara auténticamente. Desde el inicio, buscamos entender su identidad colectiva para reflejarla en cada elemento visual: el nombre, el logotipo, los colores, las submarcas y las aplicaciones en etiquetas y empaques.

“Mano a Mano” surgió como una expresión natural de los valores de la comunidad: solidaridad, apoyo mutuo y calidez. A lo largo del proceso, nos involucramos desde lo emocional hasta lo técnico, considerando incluso la posibilidad de registrar legalmente la marca en México. También trabajamos en adaptar la identidad visual para sus submarcas, como la panadería y la herbolaria, manteniendo coherencia con el mensaje principal.

El resultado es una marca pensada para dar visibilidad a San Pedro, no solo en su entorno inmediato, sino también en comunidades cercanas.

Pao

Este proyecto fue una experiencia de inmersión total en la comunidad de San Pedro Itzicán. La idea principal era crear una marca que realmente los representara. Desde el principio, nos enfocamos en conocer quiénes son como comunidad, para poder reflejarlo en cada detalle visual: el nombre, el logo, los colores, las submarcas y su uso en etiquetas y empaques.

“Mano a Mano” nació de manera natural, como una forma de expresar los valores que más los identifican: solidaridad, apoyo entre todos y una calidez muy especial. Durante todo el proceso, nos involucramos tanto desde lo emocional como desde lo técnico, incluso pensamos en cómo registrar la marca legalmente en México. También trabajamos en adaptar la identidad visual para sus submarcas, como la panadería y la herbolaria, siempre cuidando que todo mantuviera coherencia con la idea principal.

El resultado es una marca que busca dar visibilidad a San Pedro, no solo dentro de la comunidad, sino también en lugares cercanos.

Diana

Personalmente considero que este proyecto logró el objetivo que buscaba, ya que fue posible transformar a una manera gráfica bastante precisa, la verdadera identidad del pueblo y aquello que tanto les caracteriza. Sin duda no fue una tarea fácil, ya que el proceso de investigación fue un poco complejo debido a la limitada información existente del lugar en medios de información. Afortunadamente, fue muy enriquecedor para nuestra investigación poder dialogar con sus habitantes y conocer a profundidad sus costumbres, tradiciones y problemáticas.

El ver la aceptación de este logotipo por los mismo habitantes de la comunidad, solo fue una confirmación del gran resultado que se había obtenido y de que aquello que se buscaba transmitir se había logrado. Crear un elemento característico de identidad para un pueblo rodeado de problemáticas como San Pedro Itzican, actuará sin lugar a dudas como un transformador de su imagen social y se espera impacte directamente en su economía colectiva.

Personalmente disfruté mucho del proceso de creación y del contacto directo con la comunidad durante la realización de este proyecto.