

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

REDISEÑO DE MARCA PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN

VISUAL DE REMBLAH

SUSTENTADO POR:

HELEN NOHELA GUERRA FLORES

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO

TEGUCIGALPA, M.D.C.

HONDURAS, C.A

JULIO, 2024

Derechos de autor

© Copyright 2024
Helen Nohela Guerra Flores

Todos los derechos son reservados

Agradecimiento

En primer lugar, quiero expresar mi gratitud a Dios por darme fuerza, sabiduría y oportunidad para lograr mis objetivos académicos.

En segundo lugar, mi gratitud a REMBLAH por su colaboración en este proyecto y por brindarme esta oportunidad excepcional.

En tercer lugar, agradezco a mis respetados docentes por su dedicación, orientación y conocimientos impartidos durante mi camino educativo.

En cuarto lugar, deseo manifestar mi gratitud a aquellos que siempre me han brindado su apoyo a lo largo de mi carrera, ya sea con palabras de ánimo y motivación. Estas personas han tenido un gran impacto en mi vida durante todo este proceso.

Por último, mi agradecimiento al Centro Universitario Tecnológico CEUTEC por ofrecer una educación que fomenta el aprendizaje y el crecimiento personal y profesional.

Dedicatoria

Dedico principalmente a Dios, nunca me soltó de la mano que ha sido mi guía y me dio la fuerza necesaria para alcanzar mi meta.

Agradezco a mi familia que me apoyaron en todo el camino educativo a no abandonarlo frente a las adversidades, impulsándome a nunca dejar de soñar y poder cumplir mis objetivos académicos.

Quiero dedicar a aquellas personas las cuales creyeron en mí que me motivaron y me daban palabras de aliento, fuerza y apoyo durante el proceso educativo gracias.

Resumen Ejecutivo

La Organización Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras (REMBLAH), en el rubro de Medio Ambiente y Recursos Naturales, fomentando la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales y culturales con perspectivas de equidad y género.

En relación del manejo sostenible implica gestionar de una manera inteligente óptima los componentes y recursos que el ser humano utiliza para su beneficio o necesidades de alimentos, agua, fuente de energía, materiales para el hogar e industria. Es decir que debe de pasar por un proceso de aprendizaje para la toma de decisiones para aprovechar los recursos naturales sin afectar significativamente el ciclo de vida del medio ambiente y poblaciones que comparten el mismo sector. Es fundamental la educación y conocimiento focalizado de acuerdo al entorno del tipo del medio ambiente o zonas para generar el mejor equilibrio posible del mismo y REMBLAH orienta sus esfuerzos a maximizar la conservación y manejo de los recursos naturales.

A través de este proyecto, se desarrolló el rediseño del signo marcario, la elaboración del manual de identidad y manual de estilo mediante el uso de elementos como tipografía, color, imágenes y composición, para la innovación de la marca de REMBLAH, con un enfoque moderno que comunique de manera efectiva los valores y mensajes clave de la empresa.

La metodología utilizada es la de Bruno Monari para desarrollar la identidad de marca. Esta metodología se enfoca en la identificación del problema, creatividad, recopilar, analizar datos y la experimentación. En este método la creatividad y la experimentación es clave para la funcionabilidad y solución de este proyecto.

Esta metodología identifica las necesidades y soluciones de manera creativa e innovadora visualmente atractiva, agradable incentivando a los emprendedores en el rubro

ambiental la conservación y desarrollo sostenible de recursos naturales y culturales a mejorar sus condiciones de vida.

Índice de Contenido

Introducción.....	11
Capítulo I. planteamiento del Proyecto	12
1.1. Antecedentes del tema	12
1.2. Definición del proyecto.....	13
1.3. Objetivos del proyecto.....	14
1.3.1 Objetivo General.....	14
1.3.2 Objetivos específicos	14
1.4. Justificación	14
Capítulo II. Marco Teórico	15
2.1. Reseña histórica del tema	15
2.2. Conceptualización y definiciones.....	15
2.3. Contexto del tema	17
Capítulo III. Propuesta de Mejora.....	19
3.1. Enfoque y métodos	19
Fase 1: Problema	20
Fase 2: Definición del problema.....	20
Fase 3: Componentes del problema.....	20
Fase 4: Recopilación de datos.....	22
Fase 5: Análisis de datos	23
Fase 6: Creatividad	23
Fase 7: Recopilación de datos sobre materiales y técnicas	23
Fase 8: Experimentación.....	24

Fase 9: Modelos	24
Fase 10: Verificación	25
Fase 11: Solución	27
3.2. Materiales	28
3.3. Cronograma de ejecución	30
3.4. Desarrollo de propuestas:	30
3.5. Arquetipos de la publicidad	33
Capítulo IV Desarrollo del Proyecto	35
4.1. Introducción	35
4.2. Comunicación Visual	35
4.3. Manual de marca	35
4.4. Manual de estilo	38
Capítulo V Conclusiones, recomendaciones y reflexiones	42
5.1 Conclusiones	43
5.2 Reflexiones sobre la experiencia del proyecto	43
5.3 Recomendaciones a la organización, a la universidad y	43
Bibliografía	45
Glosario	48
Anexos	51

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Logo actual de REMBLA.....	13
Ilustración 2 Metodología de bruno Monari.....	19
Ilustración 3 Elementos de la ilustración.....	21
Ilustración 4 Bocetos	25
Ilustración 5 Encuesta de selección de marca.....	26
Ilustración 6 Resultado de selección de marca.....	27
Ilustración 7 Isotipo de la marca.....	31
Ilustración 8 Paleta de colores de la marca	32
Ilustración 9 Tipografía	33
Ilustración 10 Área de seguridad.....	36
Ilustración 11 Retícula y proporción.....	36
Ilustración 12 Reducción Mínima del imagotipo vertical y horizontal	37
Ilustración 13 Usos incorrectos	37
Ilustración 14 Marca Responsiva	38
Ilustración 15 Membrete	39
Ilustración 16 Tarjeta de presentación	40
Ilustración 17 Sobre.....	41
Ilustración 18 Red social Facebook formato	41
Ilustración 19 Página web formato	42
Ilustración 20 Favicon icono	42

Índice de Tablas

Tabla 1 Presupuesto incluye costos fijos, materia prima directa y mano de obra directa	28
Tabla 2 Fórmulas para calcular el presupuesto del proyecto	29
Tabla 3 Presupuesto para el proyecto de Diseño Gráfico	29
Tabla 4 Cronograma de ejecución	30

Índice de Anexos

Anexo 1 Procesos de Desarrollo de la imagen de marca.....	51
Anexo 2 Sitio Web actual REMBLAH.....	51
Anexo 3 Propuesta de proyecto	52
Anexo 4 Datos de REMBLAH.....	53
Anexo 5 Datos de REMBLAH página 2.....	54
Anexo 6 Propuestas de signos marcario.....	55
Anexo 7 Retícula y proporción del signo marcario	55
Anexo 8 Retícula horizontal del signo marcario.....	56
Anexo 9 Paletas de colores.....	56
Anexo 10 Usos incorrectos de imagotipo.....	57
Anexo 11 Diseño principal de la página web de REMBLAH	57
Anexo 12 Diagramación de manual de marca.....	58
Anexo 13 Mockup de aplicación de la marca.....	58
Anexo 14 Diagramación de manual de estilo.....	59
Anexo 15 formato de papelería	59
Anexo 16 Diseño de portada y página de capítulo	60

Introducción

El proyecto desarrollado para la organización REMBLAH consiste en el rediseño del signo marcario y la creación de un manual de identidad y manual de estilo. REMBLAH, una organización sin fines de lucro dedicada al rubro de Medio Ambiente y Recursos Naturales, que promueve la conservación del bosque latifoliado en Honduras, cuenta con el programa El Camino de los Sueños que conecta con mujeres en comunidades, fortaleciéndolas a través de capacitaciones y emprendimiento por medio de la “Escuela para la Igualdad y el Empoderamiento de las Mujeres Rurales”.

En este proyecto el manual de marca y el manual de estilo refleja una guía de la identidad visual y conceptos de REMBLAH para comunicar la cultura y representación gráfica desde la creación del imagotipo con sus aplicaciones y usos adecuados, también paleta de colores con la cual identifica la organización, tipografía o fuentes específicas destacando tamaños y estilos, el uso de imágenes y otros elementos visuales.

En el primer capítulo se muestran los antecedentes, destacando la importancia de la conservación ambiental y la equidad de género en el emprendimiento, la definición del proyecto mostrando los valores de la marca, los objetivos y justificación del proyecto lo cual es fundamental para la creación de la identidad de la marca. En el segundo capítulo se presentan las definiciones teóricas, conceptuales y reseña histórica relacionada con este proyecto.

El tercer capítulo especifica el enfoque metodológico utilizado para llevar a cabo el proyecto, así como los materiales o herramientas utilizados. El cuarto capítulo detalla el proceso, incluyendo la secuencia, duración de las actividades realizadas en cada etapa de este proyecto, concluyendo el quinto capítulo con las conclusiones, reflexiones y recomendaciones.

Capítulo I. planteamiento del Proyecto

1.1. Antecedentes del tema

La Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras (REMBLAH) es una organización sin fines de lucro, apolítica y de duración indefinida. Fue constituida legalmente el 22 de marzo de 1997 bajo personería jurídica 2693-2003 para el desempeño de un papel importante en materia de desarrollo forestal, ya que su buen funcionamiento permite propiciar un espacio de análisis, planificación y concertación. Adicionalmente permite coordinar acciones para que diversos actores faciliten procesos de desarrollo o mejoramiento en las condiciones de vida y sostenibilidad de los recursos naturales. REMBLAH actualmente cuenta con un plan estratégico 2018-2022 que permite orientar y desarrollar de manera adecuada las diferentes acciones encaminadas al bienestar del medio ambiente. Cuenta con 40 miembros asociados, lo que fortalece las metas marcadas por la organización. (iucn.org, 2024).

REMBLAH, apunta a ser una organización líder en la facilitación y gestión de procesos para el uso sostenible de los recursos naturales, generando múltiples beneficios para la sociedad hondureña, actualmente su imagen carece de nuevas tendencias en el diseño gráfico como ser contraste en sus colores, usos de tipografías no adecuadas, pregnancia, visualmente no es atractivo, en base a lo anterior se ha inspirado a la creación de la Identidad de Marca de REMBLAH, a continuación se muestra la ilustración.



Ilustración 1 Logo actual de REMBLA
Fuente: (REMBLAH, 2024)

1.2. Definición del proyecto

Antes de iniciar este proyecto se realizaron una investigación y entrevista con la parte administrativa de la organización REMBLAH con el propósito de ver el interés y necesidades del cambio de imagen y el impacto positivo que generaría dando como resultado una aceptación completa para el desarrollo de este proyecto de **Rediseño de Marca para mejorar la Comunicación Visual de REMBLAH.**

Este proyecto se desarrolló en la organización Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras (REMBLAH) en el rubro de Medio Ambiente y Recursos Naturales, que tiene el programa El Camino de los Sueños que se vincula a mujeres en las comunidades fortaleciéndolas en capacitaciones y emprendimiento, fomentando la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales y culturales con perspectivas de equidad y género a través de La “Escuela para la Igualdad y el Empoderamiento de las Mujeres Rurales”, procurando el desarrollo socioeconómico de las comunidades.

El propósito de este proyecto es dar una nueva imagen y comunicar visualmente mensajes creativos y el reconocimiento de REMBLAH.

1.3. Objetivos del proyecto

1.3.1 Objetivo General

Renovar, rediseñar y comunicar mensajes visualmente creativos y efectivos, mediante el uso de elementos como tipografía, color, imágenes y composición, para satisfacer las necesidades de visibilidad de la marca de REMBLAH, con un enfoque centrado en el diseño innovador y la atención al detalle.

1.3.2 Objetivos específicos

- Mejorar la imagen de marca de REMBLAH fortaleciendo la identidad visual a través de la creación de un signo marcario, selección de colores, tipografía y generando una comunicación efectiva de lo que hace.
- Incrementar el reconocimiento de la marca por medio de la nueva imagen diseñada.
- Generar un impacto positivo en la audiencia objetivo a través de la implementación de la nueva marca.

1.4. Justificación

Como REMBLAH, apunta a ser una organización líder en la facilitación y gestión de procesos para el uso sostenible de los recursos naturales, generando múltiples beneficios para la sociedad hondureña, actualmente su imagen carece de nuevas tendencias en el diseño gráfico como ser contraste en sus colores, usos de tipografías no adecuadas, pregnancia, visualmente no es atractivo, en base a lo anterior se requiere un cambio en la Identidad de Marca de REMBLAH, en base al análisis y entrevistas realizadas cumpliendo con los requisitos de proyecto.

Capítulo II. Marco Teórico

2.1. Reseña histórica del tema

Se obtuvo en el 2003 la persona Jurídica como una asociación civil, sin fines de lucro.» La REMBLAH es un foro de concertación y gestión de recursos para buscar el manejo responsable y sostenible de los recursos naturales y sus principios se erigen, fundamentalmente, alrededor del manejo sostenible de los recursos naturales y de la oportunidad de accionar de los miembros conforme a sus capacidades.

2.2. Conceptualización y definiciones

La igualdad entre los géneros: La igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible. (ONU, 2024).

Empoderamiento de las mujeres: Empoderar a las mujeres puede reducir el daño ambiental, especialmente cuando las mujeres se involucran en posiciones de liderazgo para la gestión y conservación de los recursos naturales. (Wildlife, 2022).

La mujer y su importancia en el cuidado del medio ambiente: Las mujeres tienen una función vital en el manejo de los recursos naturales, ellas utilizan la tierra para la ganadería, recogen agua para cocinar, buscar comida en los ríos y recolectar leña. Pero muchas veces su rol de administradoras del medio ambiente es invisibilizado en sus comunidades, y son los hombres quienes mayormente se involucran en la toma de decisiones, el acceso al uso de recursos, el control de los bienes y en la representación de la comunidad. (PNUD, 2019).

Manual de marca: Un manual de identidad es un documento, que puede ser impreso o digital, donde se compilan un conjunto de reglas o pautas visuales para una marca. El manual describe el uso de todos los signos gráficos y sus posibles variaciones, como el color, el

tamaño, las tipografías, la iconografía, los patrones y las texturas asociadas con una marca. (anincubator, 2022).

Innovación en el diseño gráfico: El desarrollo de innovación en el diseño es uno de los catalizadores más potentes. Es capaz de llevar una idea desde una simple concepción, un concepto, hasta algo que es tangible, y nos referimos, por supuesto al diseño gráfico. El diseño proporciona un enfoque y una estructura, y el desarrollo de la innovación en este campo lo lleva a cotas mucho más altas. (universitatcarlemany, 2021).

Pregnancia: Cualidad de las formas visuales que captan la atención del observador por la simplicidad, equilibrio o estabilidad de su estructura. (Española, 2024)

Comunicación Visual: Es el poder transmitir mensajes de manera efectiva utilizando elementos visuales. Es el arte de utilizar elementos como colores, formas, imágenes y tipografía de manera estratégica para comunicar ideas, valores y emociones. (USIL, 2022)

Comunicación Integral de marca: La comunicación integrada de marketing se refiere a la integración de todos los métodos de promoción de la marca para promocionar un producto o servicio en el mercado. (Esan, 2016)

Imagotipo: Imagotipo es un tipo de logo y se trata de la fusión entre imagen y palabras con las que se puede representar una marca o empresa de cualquier tipo. (Arimetricks, 2024)

Manual de Estilo: Un manual de estilo es un libro de reglas que explica cómo una organización se presenta al mercado a través de una identidad corporativa determinada. Este documento posee las pautas sobre el logotipo, las fuentes, la paleta

de colores, el tratamiento de las fotografías y muchos otros elementos de branding. (Crehana, 2021)

Bosque Latifoliado: Bosques Latifoliados, Llamados también bosques tropicales húmedos o selvas, son formaciones forestales que están constituidas por diversas especies de árboles de hoja ancha. Estos bosques son importantes para la alta diversidad de especies que los utiliza como hábitat y fuente de productos forestales para exportación. Su papel en el suministro de servicios de ecosistemas se resalta por ser los bosques que más captura de carbono realizan. (INE, 2017)

Medio Ambiente: El medio ambiente es el espacio en el que se desarrolla la vida de los organismos y les permite interactuar. Se compone de seres vivos (factores bióticos), elementos no vivos (factores abióticos) y elementos artificiales creados por el hombre. (CEUPE, 2024)

Recursos Naturales: Los recursos naturales son elementos del medio o bienes que la naturaleza produce y los seres humanos utilizan para satisfacer sus necesidades (alimento, ropa y artículos de consumo, vivienda, etc.). Pero su sobreconsumo puede terminar por agotarlos. (DKV, 2024)

Arquetipos de la publicidad: Es un modelo o estándar que sirve para describir o definir a personas, objetos, creaciones o modelos. (Brutti, 2024)

2.3. Contexto del tema

En relación al tema de rediseño de marca para mejorar la comunicación

Visual de REMBLAH, implica la transformación en el diseño que se acopla a las nuevas tendencias y poder cumplir con los aspectos de visualización como ser simplicidad, pregnancia, contraste y entre los aspectos importantes se encontraron los siguientes que requiere la empresa:

- Mejorar su visualización en las redes sociales.
- Destacar sus principios e imagen de la marca.
- Ampliar la visualización de la marca en el diseño editorial y publicitario.
- Coherencia de los principios en base a la nueva imagen de marca.

Capítulo III. Propuesta de Mejora

3.1. Enfoque y métodos

Metodología de Bruno Monari

La metodología utilizada es la de Bruno Monari para desarrollar la identidad de marca. Esta metodología se enfoca en la identificación del problema, creatividad, recopilar, analizar datos y la experimentación (ver ilustración 2). En este método la creatividad y la experimentación es clave para funcionabilidad y solución de este proyecto.

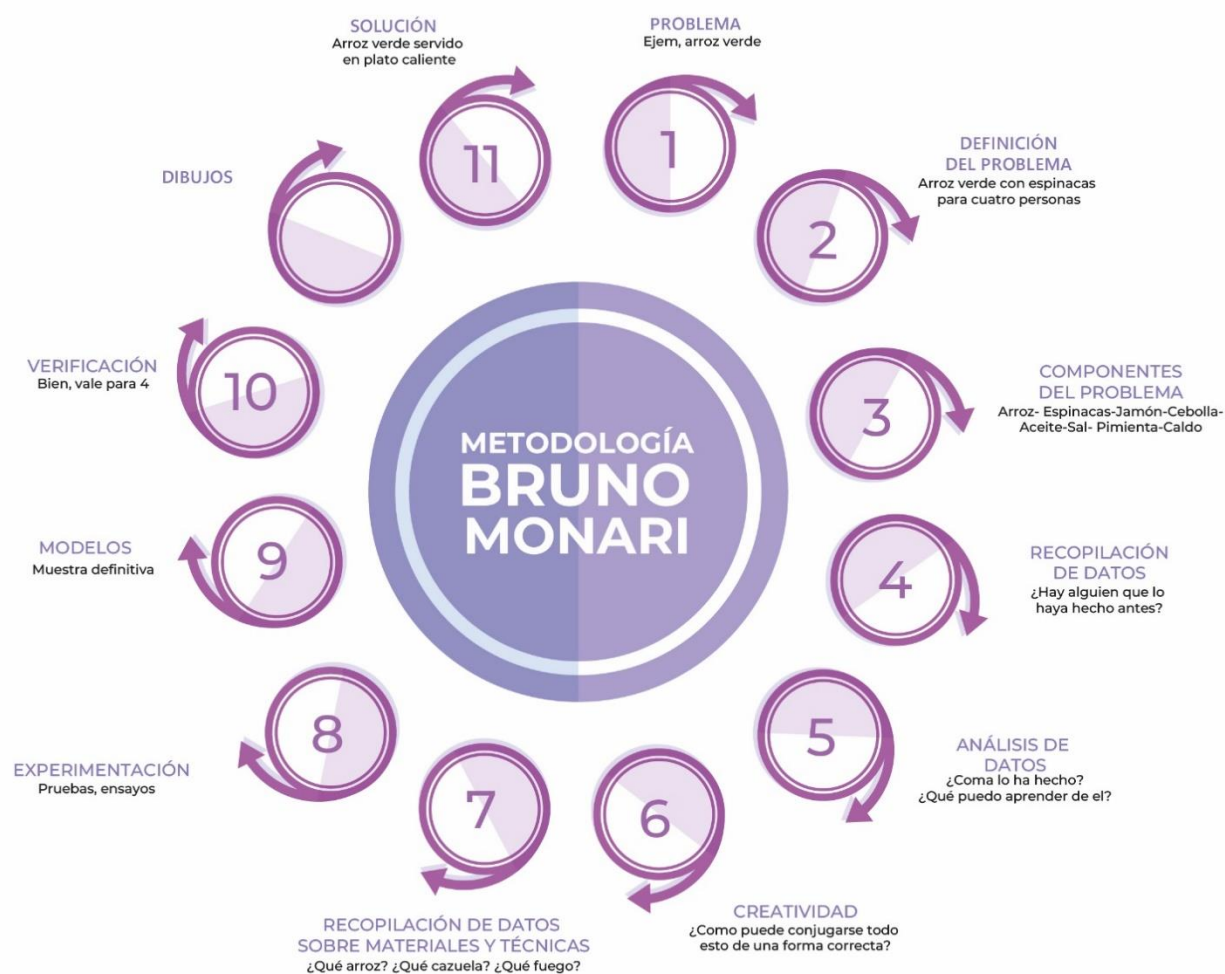


Ilustración 2 Metodología de bruno Monari
Fuente: Elaboración propia

Esta metodología está en comunicación y seguimiento que identifica las necesidades y soluciones de manera creativa e innovadora, para el desarrollo y creación de la marca que sea visualmente atractiva, agradable que comunique los valores y elementos visuales a través de la experimentación creativa que incluye la creación del signo marcario, manual de marca y manual de estilo.

Fase 1: Problema

El logotipo o ilustración que representa a REMBLAH, carece de elementos gráficos que comuniquen adecuadamente los valores de la organización.

Fase 2: Definición del problema

La variedad de elementos que tiene la marca actualmente dificulta y limita que destaque visualmente afectando a que no sea recordada ni reconocida obteniendo poca coherencia visual en cuanto a colores, tipografías, estética, estilo de la marca y composición generando problema y poco impacto al mercado meta.

Fase 3: Componentes del problema

Variedad de elementos gráficos: Cantidad de elementos como árboles, mapa, piedras, río, personas sembrando, rectángulo, degradados y mal uso de tipografía. (ver ilustración 3).

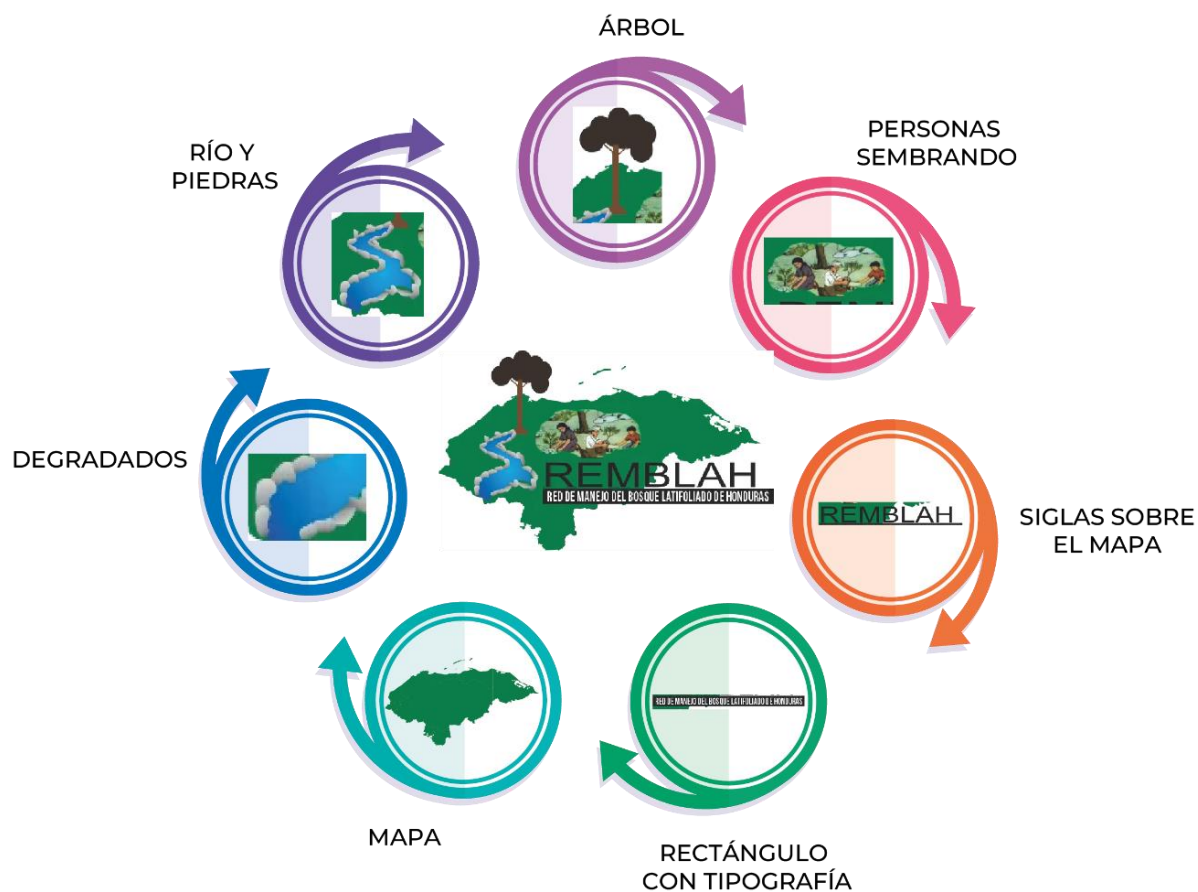


Ilustración 3 Elementos de la ilustración
Fuente: Elaboración propia

Carencia visual: La sobrecarga de elementos dificulta que la marca REMBLAH sea reconocible y difícil de aplicar en materiales. No transmite un mensaje claro de los valores de la organización tampoco enriquece la identidad de la marca.

Uso inadecuado de tipografía: Afecta la legibilidad y dificulta diferenciarla de los elementos que está compuesta. Es confuso lo que quiere transmitir como marca.

Carencia de contraste de colores: La paleta de colores visualmente no impacta y no permite que se destaque y establezca una conexión visual. El uso de degradados dificulta la reproducción en diferentes aplicaciones. cuando se pasen a negativo y positivo sigan distinguiéndose.

No tiene pregnancia: carece de la buena forma, no tiene simplicidad ni equilibrio por lo tanto es difícil de recordar.

Fase 4: Recopilación de datos

REMBLAH: Organización Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras.

Rubro: Medio Ambiente.

Camino de los sueños: Es una iniciativa turística que da una apertura a un camino lleno de naturaleza, cultura viva, de historia, pero sobre todo con un enfoque de mujer. El camino de los sueños vincula a esos grupos de mujeres en las comunidades que han sido fortalecidas a través de capacitaciones de emprendimiento en atención al cliente en las mejoras de sus productos y servicios.

Escuela para la Igualdad y el Empoderamiento de las Mujeres Rurales:

Pretende ser un centro de referencia para la promoción de la igualdad y el empoderamiento de las mujeres rurales de Honduras, desarrollado por la REMBLAH

Socios: Observatorio Nacional de cambios climáticos para el desarrollo sostenible (ONCCDS), Camín Real de la Mesa, Colegio de ingenieros Forestales de Honduras (CIFH), CDE MIPYNE Región Valle Lean, Ciudad Mujer.

Visión: Ser una organización líder en la facilitación y gestión de procesos para el uso sostenible de los recursos naturales, generando múltiples beneficios para la sociedad hondureña.

Misión: Propiciar un espacio de análisis, planificación, concertación y coordinación de mecanismos y actividades que permitan facilitar procesos para el desarrollo y mejora de las condiciones de vida de las comunidades, fomentando la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales y culturales con perspectivas de equidad y género.

Creación de Marca: rediseño del signo marcario, creación de manual de marca y de Estilo forma parte de la identidad visual

Fase 5: Análisis de datos

La creación del signo marcario que pueda ser reconocido por su simplicidad y coherencia visual generando impacto a través de su paleta de colores, tipografía y elementos gráficos que puedan transmitir los valores de la organización, que pueda adaptarse a diferentes aplicaciones ya sea digital o impresa. El manual de marca comunique de manera clara que sea fácil de entender y el manual de estilo establecer las normas de estilos que se apliquen de manera correcta, uso adecuado de fuentes, tamaños de letras, aplicación correcta de colores y sus variaciones, diseños para sitio web, estilo fotográfico y publicaciones para redes sociales.

Fase 6: Creatividad

En esta etapa ya investigado y analizado entornos, signo marcario con el rubro de medio ambiente, equidad de género y emprendimiento se procede a un brainstorming generando lluvia de ideas de palabras claves obteniendo composiciones y conceptos para la propuesta.

Se inició con una variedad de bocetos dibujados a mano explorando formas combinando conceptos y elementos como hojas, tipografías, factor humano, bosque siempre basándose en lo investigado mostrando lo que quiere transmitir REMBLAH.

Fase 7: Recopilación de datos sobre materiales y técnicas

En la creación de bocetos y digitalización de este proyecto se utilizaron una variedad de materiales y herramientas tecnológicas para obtener el resultado deseado.

Entre los materiales el papel bond y lápiz grafito son las herramientas utilizadas en el bocetaje en la digitalización se utilizaron herramientas de diseño como software Adobe

Illustrator para la digitalización de propuestas de signo marcario, Adobe Photoshop para la edición de imágenes, Adobe Indesing para la maquetación del manual de marca y de estilo.

Fase 8: Experimentación

En base a la investigación y generación de ideas creativas, explorando con diversos elementos gráficos, formas, colores y tipografías se realizaron diferentes propuestas.

En esta etapa se decidió experimentar con diferentes elementos gráficos como hoja, tipografía, factor humano, equidad de género. Al igual con la selección de la paleta de colores que representa a la organización utilizando la teoría del color y representando el rubro del medio ambiente. Con la elección de tipografía se experimentó con fuentes tipo Sans Serif o Palo Seco que se caracteriza por ser legible y geométrica.

Fase 9: Modelos

Para la creación del signo marcario se definió diseñar un imagotipo, se generaron ideas a través de bocetos iniciales con enfoque visuales de forma, fusionando elementos, explorando opciones con el objetivo de transmitir la esencia de la marca. (ver ilustración 4)

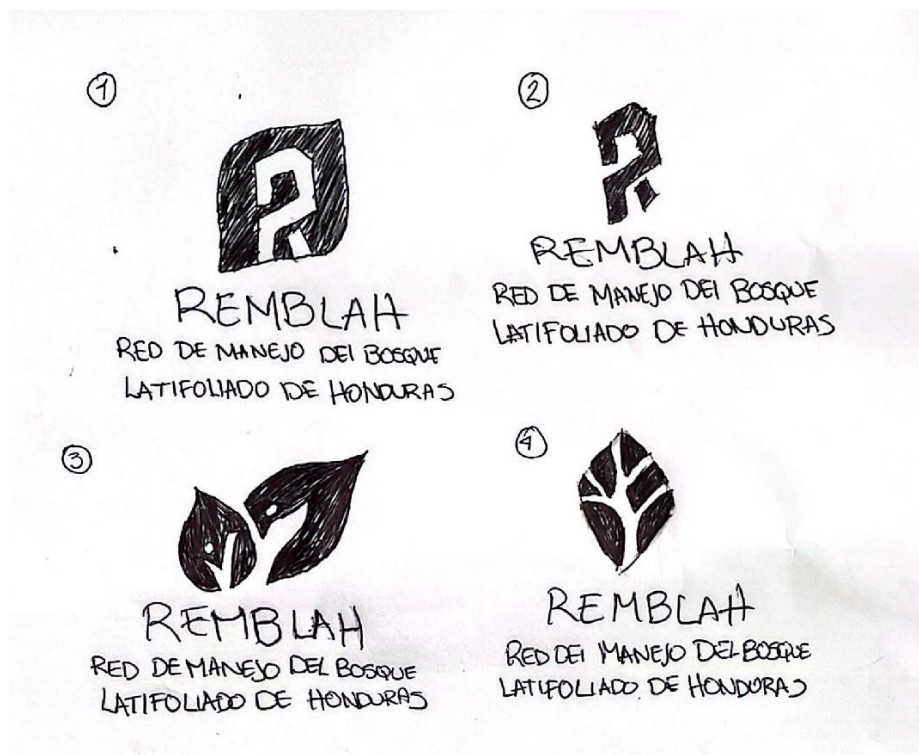


Ilustración 4 Bocetos

Fuente: Elaboración propia

Fase 10: Verificación

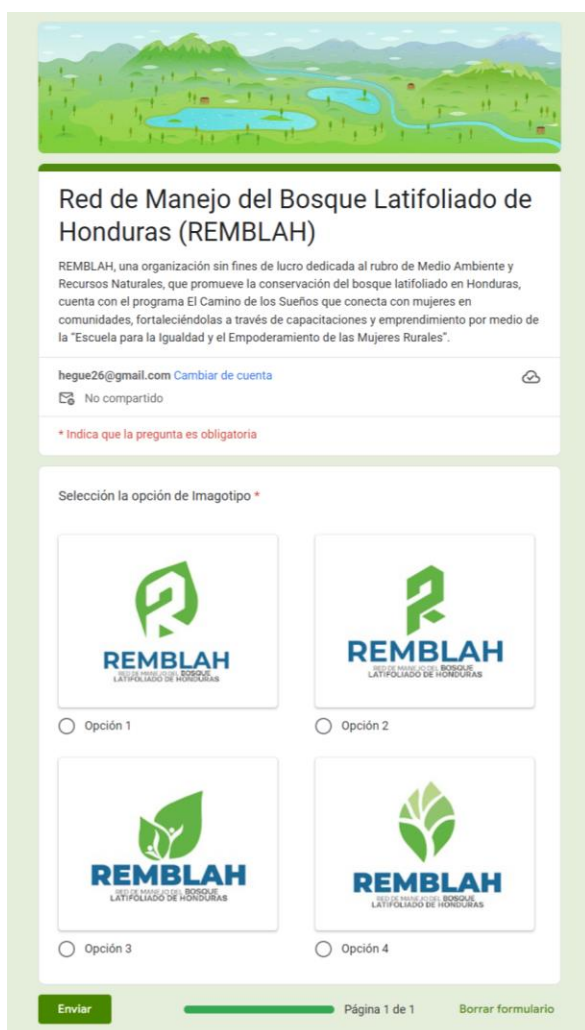
En base a lo analizado lo que se busca en el imagotipo de la organización es un diseño moderno, con simplicidad, usabilidad, que tenga coherencia visual y que sea reconocido en su rubro.

Se verifican los elementos del diseño seleccionados para la creación del imagotipo, manual de marca y manual de estilo asegurando que cumpla con las características de simplicidad y coherencia visual.

Se diseñó una pequeña encuesta web de las propuestas del imagotipo recopilando datos obtenidos de la decisión de los encuestados llegando a la elección del imagotipo que representará la marca de REMBLAH. (ver ilustración 5).

Los resultados obtenidos que se muestran en la ilustración 6 destacando que el ganador fue la opción 4 con un 61% de un total de 18 encuestados que fueron seleccionados aleatoriamente de diferentes áreas técnicas y siendo el menos votado la opción 2 con un 3.5%. (ver ilustración 6).

En el diseño del manual de marca y estilo se estableció la línea gráfica que deberá llevar la organización en cuanto paleta de colores, tipografía, estilo, tamaños, fotografías, elementos gráficos asegurando que se cumpla lo establecido de manera coherente y efectiva.



Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras (REMBLAH)

REMBLAH, una organización sin fines de lucro dedicada al rubro de Medio Ambiente y Recursos Naturales, que promueve la conservación del bosque latifoliado en Honduras, cuenta con el programa El Camino de los Sueños que conecta con mujeres en comunidades, fortaleciéndolas a través de capacitaciones y emprendimiento por medio de la "Escuela para la Igualdad y el Empoderamiento de las Mujeres Rurales".

hegue26@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Selección la opción de Imagotipo *

Opción 1

Opción 2

Opción 3

Opción 4

Enviar

Página 1 de 1

Borrar formulario

Ilustración 5 Encuesta de selección de marca
Fuente: Elaboración propia

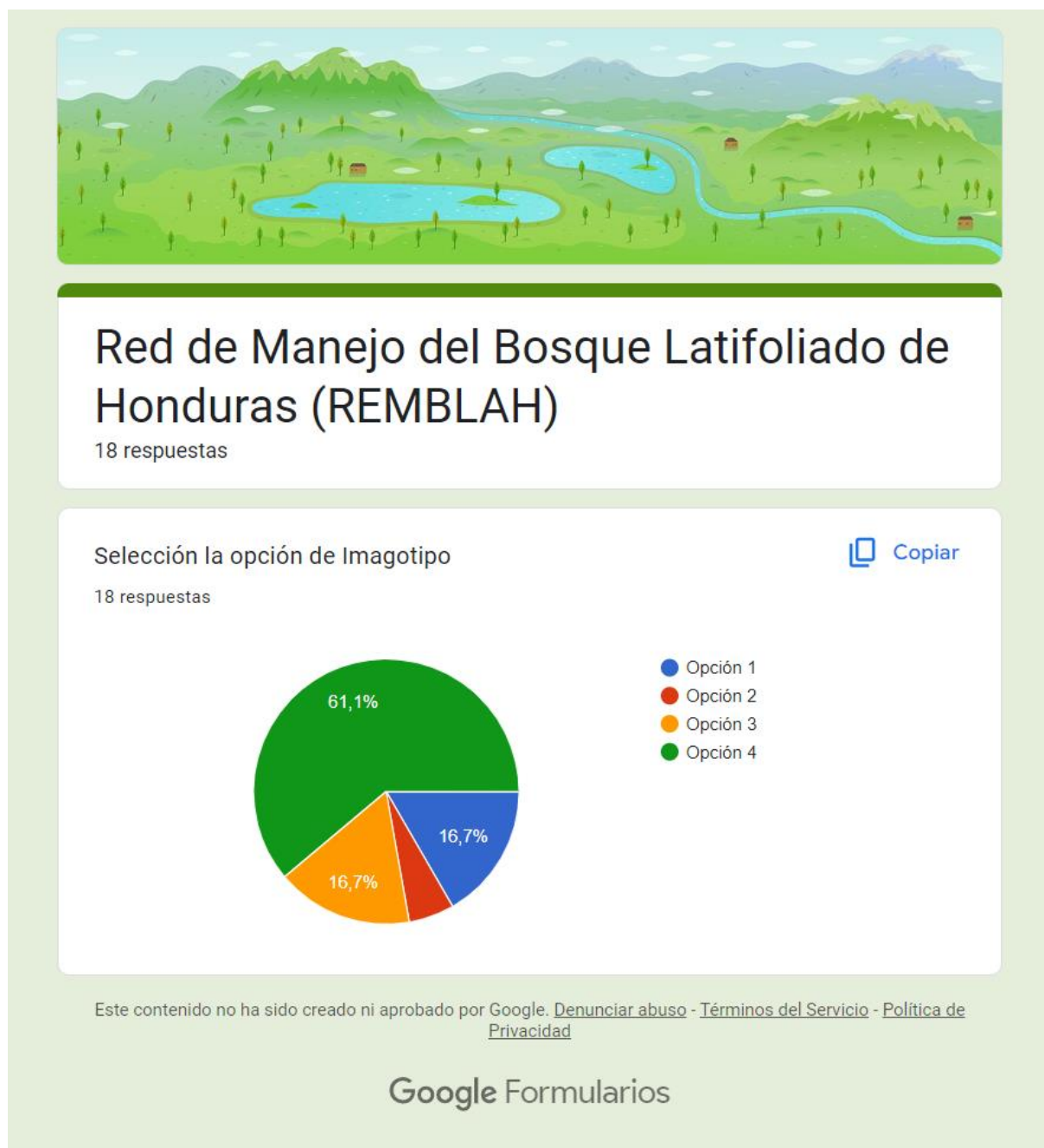


Ilustración 6 Resultado de selección de marca
Fuente: Elaboración propia

Fase 11: Solución

En esta fase se implementó cada objetivo en la creación de diseños solucionando las carencias de la identidad visual de REMBLAH, creando el imagotipo en la herramienta de

illustrator, fusionando elementos del rubro del medio ambiente, simplificando el diseño obteniendo coherencia visual y que sea fácil de recordar. La paleta de colores seleccionada representa la marca con una variedad de tonalidades verdes y tonalidad azul.

En el desarrollo del manual de marca se detalla el uso del imagotipo con sus aplicaciones correctas, tamaños, área de seguridad, versiones de color, uso de tipografías correctas y sus tamaños, paleta de colores y mockup de las aplicaciones de la marca.

El manual de estilo establece pautas para el uso de elementos gráficos, fotografías, que obtengan adaptación en diferentes medios digitales o impresos ayudando a la marca a ser efectiva.

3.2. Materiales

En el desarrollo de este proyecto en diseño gráfico de la identidad de marca para REMBLAH, se utilizó una variedad de materiales y recursos como ser papel y lápiz para la realización de bocetos y experimentación. Software de diseño gráfico las herramientas utilizadas en los elementos gráficos en este proyecto son Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, para la creación del imagotipo, manual de marca y manual de estilo.

Presupuesto Requerido

Costos Fijos	<ul style="list-style-type: none"> • Software: L. 1,432.55 • Depreciación de computadora: L. 1,458.33 • Consumo energía eléctrica: L. 360.00 • Internet: L. 3,250.00
Materia Prima Directa	<ul style="list-style-type: none"> • Papelería y varios: L. 100.00
Mano de Obra Directa	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño Imagotipo: L. 10,000.00 • Manual de Marca: L. 15,000.00 • Manual de Estilo: L. 20,000.00

Tabla 1 Presupuesto incluye costos fijos, materia prima directa y mano de obra directa

Fuente: Elaboración propia

Fórmulas

Descripción	Formula
Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	Suma de los costos fijos $CIF = \text{Software} + \text{Depreciación de computadora} + \text{Energía eléctrica} + \text{Internet}$ $CIF = L.1,432.55 + L.1,458.33 + L.360.00 + L.3,250.00 = L.6,500.88$
Costos de Producción (CP)	Suma de mano de obra directa, materia prima directa, y costos indirectos de fabricación $CP = MOD + MPD + CIF$ $CP = (L.10,000.00 + L.15,000.00 + L.20,000.00) + L.100.00 + L.6,500.88 = L.51,600.88$
Costos Unitarios (CU)	Costos de producción divididos entre la cantidad de productos $CU = CP / \text{Cantidad de Productos}$ $CU = L.51,600.883 / 3 = L.17,200.29$
Costos por Volumen (CV)	Multiplicación del costo unitario por la cantidad de productos $CV = CU \times \text{Cantidad de Productos}$ $CV = L.17,200.29 \times 3 = L.51,600.88$
Costos Variables (CVar)	Suma de mano de obra directa y materia prima directa $CVar = MOD + MPD$ $CVar = (L.10,000.00 + L.15,000.00 + L.20,000.00) + L.100.00 = L.45,100.00$
Costos Totales (CT)	Suma de costos variables y costos indirectos de fabricación $CT = L.45,100.00 + L.6,500.88 = L.51,600.88$

Tabla 2 Fórmulas para calcular el presupuesto del proyecto

Fuente: Elaboración propia

Servicio	Producto	Cantidad	Unidad de Medida	Precio Unitario	Total
Diseñador Gráfico	Diseño Imagotipo	1	Archivo editable	L. 10,000.00	L. 10,000.00
	Manual de Marca	1	Archivo editable	L. 15,000.00	L. 15,000.00
	Manual de Estilo	1	Archivo editable	L. 20,000.00	L. 20,000.00
Software	Adobe Suit todas las aplicaciones	1	Membresía mensual	L.1,432.55 (\$ 57.99)	L.1,432.55 (\$ 57.99)
Hardware	Depreciación de computadora	2.5	Mes de trabajo	L. 583.33	L.1,458.33
Materiales	Papelería y varios	1	varios	L.100.00	L.100.00
Servicios públicos	Consumo energía eléctrica estimado	2.5	Mes de trabajo	L.144,00	L. 360.00
	Internet	2.5	Mes de trabajo	L. 1,300.00	L. 3,250.00
Total					L. 51,600.88

Tabla 3 Presupuesto para el proyecto de Diseño Gráfico

Fuente: Elaboración propia

3.3. Cronograma de ejecución

No	Actividad	Abril				Mayo				Junio			
		S0	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	
1	Inicio	■											
2	Alcance del proyecto	■	■										
3	Análisis e Investigación	■	■										
4	Aprobación de proyecto	■											
5	Desarrollo de las Estructura del proyecto		■	■	■	■							
6	Producción del Diseño			■	■	■	■	■	■	■	■		
7	Aprobación de las propuestas de diseño							■	■	■	■		
8	Seguimiento del proyecto		■	■	■	■	■	■	■	■	■		
9	Entrega de Proyecto							■			■		
10	Cierre de proyecto											■	

Tabla 4 Cronograma de ejecución
Fuente: Elaboración propia

3.4. Desarrollo de propuestas:

Imagotipo

La creación y diseño del imagotipo de REMBLAH, se analizó e investigó sobre el bosque latifoliado en Honduras, la conservación y el manejo sostenible de los bosques y

recursos naturales. Se realizó lluvia de ideas, boceto para realizar propuestas gráficas fusionando elementos que representan la misión y valores fundamentales de la marca.

El concepto del isotipo se desarrolla a través de elementos claves fusionando un árbol y una hoja que simboliza la vida, crecimiento y la sostenibilidad de los bosques representando la marca Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras. Cumpliendo con el objetivo de ser reconocido por su simplicidad y coherencia visual generando impacto al público meta, el isotipo cuenta con figura fondo una de las leyes de gestalt asegurando su visibilidad. Es una composición visual donde resalta un fondo que representa una hoja y se mezcla con una figura donde resalta el troco con ramas. (ver ilustración 7)



Ilustración 7 Isotipo de la marca
Fuente: Elaboración propia

Paleta de colores

La paleta de colores está compuesta por colores análogos con tonalidad verde que representa el medio ambiente, el azul se asocia a la naturaleza, el agua es esencial para la vida de los árboles, es un color fresco e innovador.

Los colores son elementos de la identidad de marca presentados en Pantone, CMYK, RGB y hexacrome (ver ilustración 8)



Ilustración 8 Paleta de colores de la marca
Fuente: Elaboración propia

Tipografía

La selección de la tipografía Montserrat representa lo moderno, es una fuente tipo Sans Serif o Palo Seco que se caracteriza por ser legible y geométrica. (ver ilustración 9)

Aa

Montserrat

Montserrat Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Montserrat ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Montserrat ExtraBold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Montserrat Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Ilustración 9 Tipografía
 Fuente: Elaboración propia

3.5. Arquetipos de la publicidad

Como la misión de REMBLAH es propiciar un espacio de análisis, planificación, concertación y coordinación de mecanismos y actividades que permitan facilitar procesos para el desarrollo y mejora de las condiciones de vida de las comunidades, fomentando la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales y culturales con perspectivas de equidad y género. (REMBLAH, 2024).

Mencionado lo anterior el modelo universal que más se acopla a esta finalidad de REMBLAH es Guardián o Cuidador.

Guardián o Cuidador

Este arquetipo representa protección, humanidad y generosidad, enfocándose en el bienestar, cuidado de las personas y comunidades el cual se alinea con la misión de REMBLAH antes mencionada enfocándose en la protección del medio ambiente, recursos naturales como el apoyo de las comunidades es fundamental para lograr el propósito de la organización.

Principales características de este arquetipo:

Protección: Se enfoca en la protección y bienestar de las comunidades.

Compasión: como principal elemento esta la empatía por las necesidades de las comunidades, personas y como mejorar la calidad de vida relacionado a las necesidades de recursos naturales.

Generosidad: Es la capacidad de identificar necesidades y estar dispuesto a colaborar a las comunidades y las personas.

Fiabilidad y Responsabilidad: Transmite confianza a la comunidad o personas fomentando la conservación y manejo sostenible de los recursos naturales y culturales con perspectivas de equidad y género

Capítulo IV Desarrollo del Proyecto

4.1. Introducción

En este capítulo se enfocará en los principales productos de entrega que son el manual de marca y el manual de estilo en donde se destacará lo más importante de ambos.

4.2. Comunicación Visual

El propósito de la comunicación visual es la transmisión efectiva y generar atención respetando la imagen de la marca entre los cuales resaltan los siguientes elementos:

- Color
- Tipografía
- Imágenes
- Forma
- Proporción
- Tamaño
- Composición

A continuación, se desarrollan los manuales de marca y estilo que tienen como propósito general una buena aplicación de la comunicación visual

4.3. Manual de marca

Se detalla la identidad visual y verbal como construcción de la marca, imagotipo, retícula y proporción, tamaño mínimo, colores, versiones de color, tipografía, usos incorrectos, patrones con elementos gráficos y aplicación de la marca en diferentes medios.

La retícula y proporción tiene un área de seguridad alrededor del imagotipo que será proporcional a la altura de 2X asegurando que la marca permanezca libre de interferencias de elementos externos. (ver ilustración 10 y 11)



Ilustración 10 Área de seguridad
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 11 Réticula y proporción
Fuente: Elaboración propia

Reducción Mínima del imagotipo vertical y horizontal puede ser reproducido hasta 3 cm de alto. (ver ilustración 12)



Ilustración 12 Reducción Mínima del imagotipo vertical y horizontal

Fuente: Elaboración propia

Usos incorrectos puede afectar la visibilidad de la representación ocasionando problemas en la identificación y estándar de presentación. (ver ilustración 13)

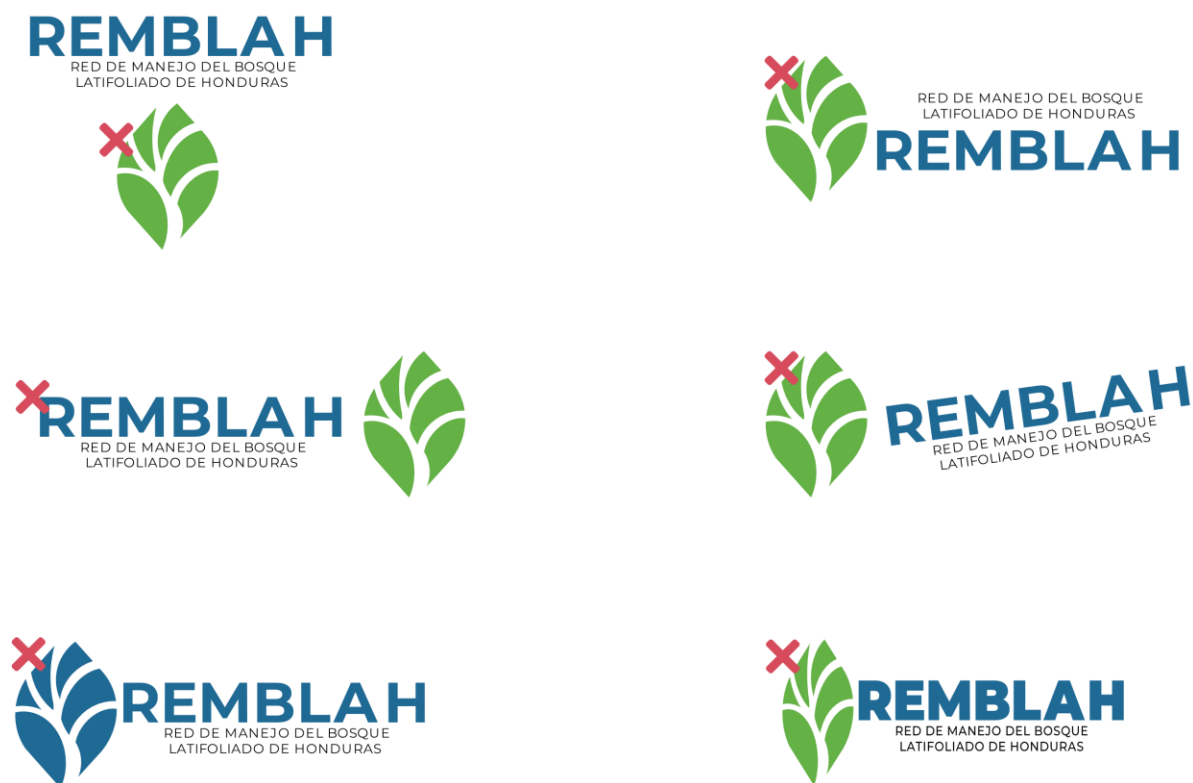


Ilustración 13 Usos incorrectos

Fuente: Elaboración propia

Marca responsiva es una alternativa de la marca matriz que permite usos que se pueden adaptar a diferentes contextos respetando su esencia en sus aspectos visuales sin perder su identidad. (ver ilustración 14)



Ilustración 14 Marca Responsiva
Fuente: Elaboración propia

4.4. Manual de estilo

Establecer las pautas y normativas para la comunicación de la marca asegurando que se cumplan la coherencia y consistencia, definiendo una estandarización de presentación visual de la marca.

Los elementos a presentar en este manual son los siguientes:

- Construcción de la marca
- Usos de imagotipo
- Marca responsiva
- Tipografía
- Paleta de color
- Papelería
- Redes Sociales
- Sitio web

En el manual de estilo de la Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras (REMBLAH) se establecen las pautas visuales que deben seguirse para comunicar y mantener la coherencia y la identidad de la marca en todas sus aplicaciones.

La papelería oficial de REMBLAH incluye membrete que corresponde con la identidad visual. Su formato Carta (210 x 297 cm), Papel blanco común de 100gr, tipografía de la dirección es Montserrat Regular 12 pts, Alineación centrada. (ver ilustración 15)

2.8 cm

0.7 cm

2.2 cm

12.2 cm

4.1 cm

REMBLAH
RED DE MANEJO DEL BOSQUE
LATIFOLIADO DE HONDURAS

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit,
sed diam nonummy nibh.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip

Comunidad de Cacao, municipio de Jutiapa, Atlántida.
800 metros de la carretera CA-13. (504) 9510-9823 / 9878-5636

Montserrat Bold 12 PT

Montserrat Regular 12 PT

Montserrat Regular 10 PT

1 cm

Ilustración 15 Membrete
Fuente: Elaboración propia

Las tarjetas de presentación de REMBLAH están diseñadas con el imago tipo y colores institucionales, lo que les da una apariencia profesional. Su formato es (8.5 X 5.5 cm) Nombre y Apellido con tipografía Montserrat Bold 8 ptos. Alineación centrada,

El Cargo con tipografía Montserrat Medium 8 ptos. Alineación centrada la Dirección, Redes Sociales y Número de celular está escrita con la tipografía Montserrat Regular 5.4 ptos. Alineación izquierda. (ver ilustración 16)

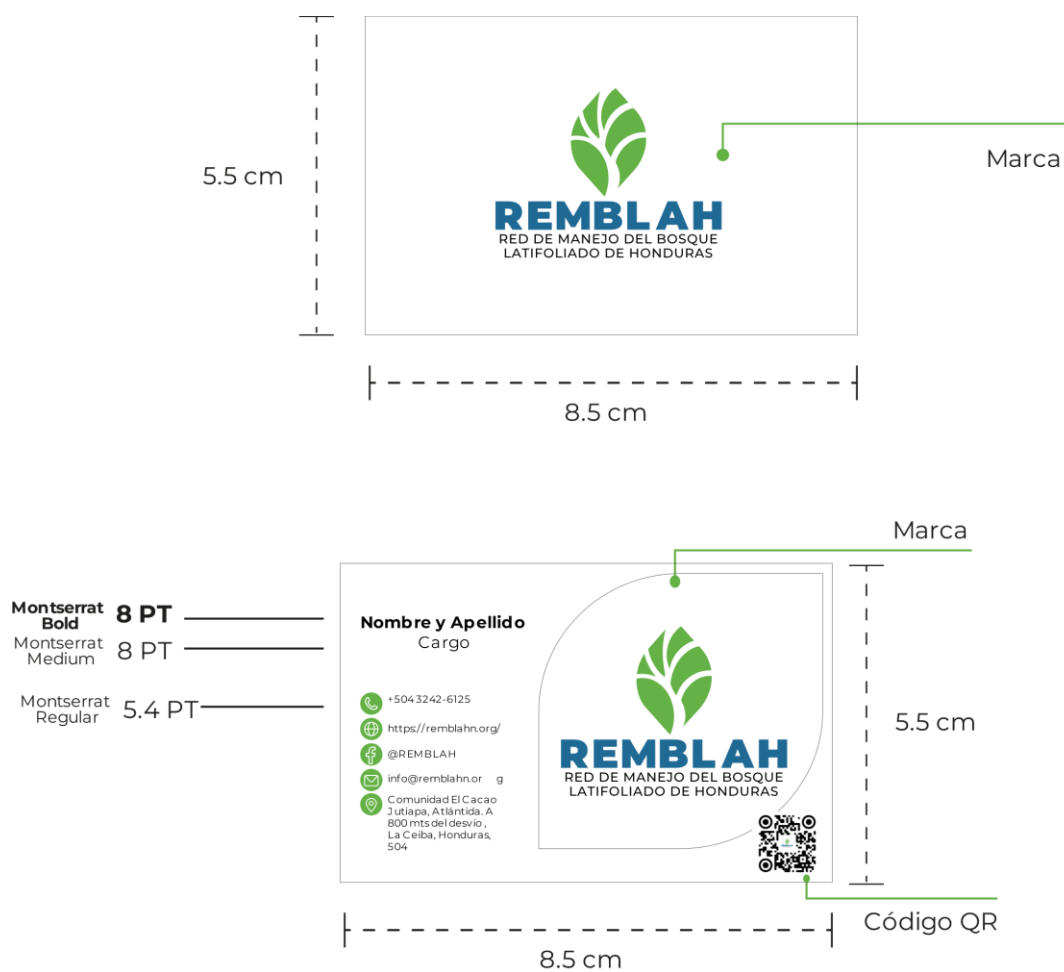


Ilustración 16 Tarjeta de presentación
Fuente: Elaboración propia

El sobre tamaño carta de REMBLAH deben llevar el imago tipo en la esquina superior derecha y seguir los colores institucionales. Su formato es tamaño Carta (210 x

297 cm) Papel blanco común de 100gr. El texto de la Dirección es tipografía Montserrat Regular 8 ptos, Alineación centrada. (ver ilustración 17)



Ilustración 17 Sobre
Fuente: Elaboración propia

REMBLAH debe mantener un tono profesional en sus publicaciones en redes sociales, en este caso Facebook. Su foto de perfil debe tener la medida de 800 X 800 pixeles y su banner de 315 X 850 pixeles. (ver ilustración 18)

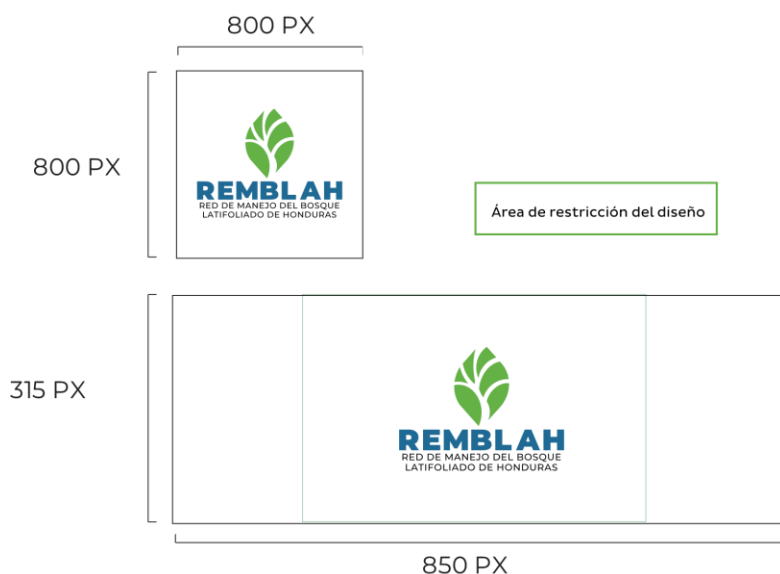


Ilustración 18 Red social Facebook formato
Fuente: Elaboración propia

La página web de REMBLAH, el imago tipo de la parte superior izquierda su formato es 120 X 71.750 pixeles, los iconos de información deben de tener un formato de 16 X 16, 24 X 24, 36 X 36, pixeles. (ver ilustración 19)



Ilustración 19 Página web formato
Fuente: Elaboración propia

El Favicon es un ícono pequeño asociado a un sitio web, visible en la pestaña del navegador o en marcadores su tamaño es de 16 X 16 pixeles. (ver ilustración 20)

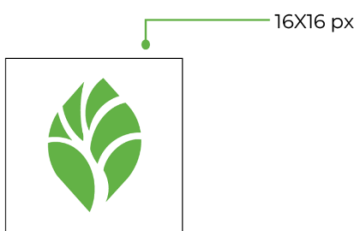


Ilustración 20 Favicon icono
Fuente: Elaboración propia

Capítulo V Conclusiones, recomendaciones y reflexiones

5.1 Conclusiones

Es de mucha importancia haber realizado un análisis de toda la información general de REMBLAH, se realizó una entrevista con las personas líderes del proyecto para tener la mejor visión y así poder identificar el propósito de la organización y poder diseñar una mejor comunicación visual.

Se fortaleció la identidad visual estandarizando la imagen de la marca REMBLAH, teniendo una buena definición de colores, estilos, tipografías, usos adecuados y aplicaciones.

Se aumento la visibilidad y reconocimiento de la marca REMBLAH, gracias a la creación del imagotipo generando un impacto positivo en la audiencia a través de la difusión redes sociales y otras actividades promocionales.

5.2 Reflexiones sobre la experiencia del proyecto

Uno de los principales retos fue redactar y organizar la información de manera que cumpliera con el orden y los requisitos de este proyecto.

Otro aspecto importante fue desarrollar una investigación enfocándose en el rubro de la organización para así poder tomar una mejor decisión de cómo enfocar la nueva imagen de marca.

Con el fin de cumplir con los requisitos, se encontró otro reto con el correcto manejo técnico del software de procesamiento de texto, como parte esencial de este informe.

5.3 Recomendaciones a la organización, a la universidad y

Es fundamental el monitoreo y seguimiento de los elementos gráficos establecidos en este proyecto y así cumplir con los estándares definidos.

Para asegurar una aplicación correcta de la nueva marca se debe de fortalecer con capacitaciones que generen el compromiso con la misión de REMBLAH y la evaluación

constante de la nueva comunicación visual para mantener en mejora continua y así mantener una presencia efectiva y relevante en el rubro del medio ambiente.

Bibliografía

- anincubator. (2022). <https://anincubator.com>. Obtenido de <https://anincubator.com/que-es-un-manual-de-marca/>
- APEN. (2024). *apen.es*. Obtenido de <https://apen.es/glosario-de-informatica/hardware/>
- arimetrics. (2024). *arimetrics*. Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/software>
- Arimetrics. (2024). *arimetrics*. Obtenido de <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/imagotipo>
- brandeame. (29 de noviembre de 2021). *brandeame*. Obtenido de <https://brandeame.es/colores-pantone/>
- Brutti, F. (4 de abril de 2024). *thepower education*. Obtenido de <https://thepower.education/blog/arquetipos-de-marca>
- CEUPE. (2024). *ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.pe/blog/que-es-el-medio-ambiente.html>
- COMUNIZA. (2024). *Comuniza*. Obtenido de <https://comuniza.com/diccionario-branding/rediseño>
- Crehana. (09 de Jul de 2021). *crehana*. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/manual-estilo/>
- DKV. (18 de Octubre de 2024). *dkv.es*. Obtenido de <https://dkv.es/corporativo/blog-360/medioambiente/naturaleza/recursos-naturales>
- Esan, C. (03 de Junio de 2016). *Esan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/las-comunicaciones-integradas-de-marketing-cim>
- ESDIMA. (2018). *ESDIMA*. Obtenido de <https://esdima.com/para-que-es-adobe-indesign/>
- Española, R. A. (2024). *rae.es*. Obtenido de <https://dle.rae.es/pregnancia>
- formasfuturo. (2 de marzo de 2023). *formasfuturo.com.co*. Obtenido de <https://formasfuturo.com.co/tips/que-es-un-boceto/>
- hubspot. (17 de mayo de 2023). <https://blog.hubspot.es>. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-tipografia#que>
- ICONOS. (2024). *ionos.es*. Obtenido de <https://www.ionos.es/startupguide/productividad/brainstorming-o-lluvia-de-ideas/>
- Imborrable. (14 de junio de 2021). <https://imborrable.com>. Obtenido de <https://imborrable.com/blog/crear-paleta-de-colores/#paleta-de-colores>
- inába. (18 de febrero de 2023). <https://www.inabaweb.com>. Obtenido de <https://www.inabaweb.com/glosario-de-terminos-sobre-diseno-grafico/>
- INE. (2017). *ine.gob.hn*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.ine.gob.hn/publicaciones/Boletines_Servicios/2018/Cobertura-Forestales.pdf

- ITDO. (24 de abril de 2023). *ITDO*. Obtenido de <https://www.itdo.com/blog/el-principio-de-la-relacion-figura-fondo/>
- iucn.org. (2024). *iucn.org*. Obtenido de <https://iucn.org/our-union/members/iucn-members/red-de-manejo-del-bosque-latifoliado-de-honduras>
- LIDERLOGO. (2024). *LIDERLOGO*. Obtenido de <https://www.liderlogo.es/disenio/coherencia-visual-en-el-disenio-de-logo/#:~:text=La%20coherencia%20visual%20se%20refiere,las%20aplicaciones%20de%20la%20marca.>
- Liderlogo. (2024). *www.liderlogo.es*. Obtenido de <https://www.liderlogo.es/disenio/coherencia-visual-en-el-disenio-de-logo/#:~:text=La%20coherencia%20visual%20se%20refiere,las%20aplicaciones%20de%20la%20marca.>
- myk.graphics. (19 de marzo de 2024). *myk.graphics*. Obtenido de <https://myk.graphics/reticula-para-logo/#:~:text=Equilibrio%20y%20proporci%C3%B3n%3A%20Las%20ret%C3%ADculas,creando%20una%20composici%C3%B3n%20visualmente%20agradable.>
- ONU. (2024). Igualdad de Género. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/igualdad-de-g%C3%A9nero.>
- PNUD. (9 de mayo de 2019). <https://www.undp.org/>. Obtenido de <https://www.undp.org/es/honduras/historias/la-mujer-y-su-importancia-en-el-cuidado-del-medio-ambiente>
- RAE. (2024). *dle.rae.es*. Obtenido de <https://dle.rae.es/erigir>
- RAE. (2024). *Real Academia española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/pregnancia>
- RAE. (2024). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/creatividad>
- RAE. (2024). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/marca>
- REMBLAH. (2024). *remblahn.org*. Obtenido de <https://remblahn.org/>
- TramoCreativo. (2024). *tramocreativo.com*. Obtenido de <https://tramocreativo.com/disenio-grafico/simetria-disenio-grafico/>
- universitatcarlemany. (18 de enero de 2021). <https://www.universitatcarlemany.com>. Obtenido de <https://www.universitatcarlemany.com/actualidad/blog/desarrollo-de-innovacion-en-los-procesos-de-disenio/>
- USIL. (2022). *USIL*. Obtenido de <https://blogs.usil.edu.pe/facultad-artes-y-humanidades/arte-y-disenio-empresarial/comunicacion-visual>
- UTADEO. (2024). *UTADEO*. Obtenido de <https://www.utadeo.edu.co/es/marca/uso-del-logo/area-de-proteccion>

Visuales, A. (2024). *Artes Visuales*. Obtenido de <https://artesvisuales.com/blog/composicion-y-diseno-grafico/#:~:text=En%20primer%20lugar%2C%20diremos%20que,a%20los%20receptores%20del%20mismo.>

WEB4. (14 de abril de 2024). *WEB4*. Obtenido de <https://www.web4.com.ar/que-es-un-logo-responsive/>

Wildlife, W. (08 de marzo de 2022). *worldwildlife.org*. Obtenido de <https://www.worldwildlife.org/descubre-wwf/historias/como-la-igualdad-de-genero-impacta-la-conservacion-de-la-naturaleza>

Glosario

Adobe Illustrator: Un programa de diseño gráfico vectorial popular y ampliamente utilizado. (inába, 2023).

Adobe Photoshop: Un programa de diseño gráfico rasterizado popular y ampliamente utilizado. (inába, 2023).

Paleta de colores: Una paleta de colores es un conjunto de colores, o de distintas tonalidades, que han sido seleccionados de forma armoniosa para usarse bajo un objetivo común. Como una ilustración, una composición gráfica o incluso una página web. (Imborrable, 2021).

Tipografía: La tipografía es el conjunto de técnicas para crear gráficamente letras y caracteres, su nombre hace referencia a las huellas (o tipos) que quedan impresos cuando escribimos. Esta disciplina se centra en establecer reglas de composición para el diseño y uso de símbolos escritos. (hubspot, 2023).

Erigen: fundar, instituir, instaurar, constituir, crear, establecer, levantar, alzar, construir. (RAE, dle.rae.es, 2024)

Coherencia visual: se refiere a la consistencia en el uso de elementos visuales, como el logotipo, tipografía, colores e imágenes, en todas las aplicaciones de la marca. (Liderlogo, 2024)

Bocetos: es una herramienta de expresión gráfica que permite conectar la mente del artista y el papel a través de la mano, facilitando el pensamiento creativo. (formasfuturo, 2023)

Pregnancia: Cualidad de las formas visuales que captan la atención del observador por la simplicidad, equilibrio o estabilidad de su estructura. (RAE, Real Academia española, 2024)

Simetría: principios del diseño gráfico, es una técnica que se basa en el balance o equilibrio de los elementos de una composición a ambos lados de un eje central.

(TramoCreativo, 2024)

Creatividad: inventiva, imaginación, ingenio, inspiración, magín. (RAE, Real Academia Española, 2024)

Marca: señal, signo, muesca, distintivo, indicador, contraseña, marchamo. (RAE, Real Academia Española, 2024)

Rediseño: El rediseño es la modificación de la identidad visual de una marca para adaptarla a un nuevo posicionamiento buscado. (COMUNIZA, 2024)

Software: es un conjunto de reglas o programas que dan instrucciones a un ordenador para que realice tareas específicas. (arimetrics, 2024)

Hardware: son aquellos elementos físicos o materiales que constituyen una computadora o un sistema informático. Es decir, son aquellas partes físicas de un sistema operativo tales como sus componentes eléctricos, electrónicos, electromecánicos, mecánicos y cualquier elemento físico que esté involucrado. (APEN, 2024)

Brainstorming: El brainstorming o lluvia de ideas es un método de intercambio de ideas en el que los participantes aportan ideas sin orden ni filtro. Estas ideas se recogen primero sin evaluación ni censura y luego se valoran. (ICONOS, 2024)

Figura - fondo: En el diseño, la relación figura-fondo es esencial para crear composiciones claras y efectivas. Este principio, perteneciente a la teoría de la percepción visual de la Gestalt, establece que nuestra mente separa los elementos visuales en dos grupos: la figura (objeto principal en foco) y el fondo (el espacio que rodea la figura). (ITDO, 2023)

Retícula: Una retícula es una estructura geométrica que se utiliza como guía en el diseño de logos y otros elementos visuales. (myk.graphics, 2024)

Área de protección: Llamamos área de protección al espacio que permite resguardar a nuestro logo de cualquier elemento cerca de él. (UTADEO, 2024)

Marca responsiva: es una marca con gran versatilidad, capaz de adaptarse a todo tipo de cambios de tamaño, formato o espacios, sin perder la esencia, legibilidad e identidad de la misma. (WEB4, 2024)

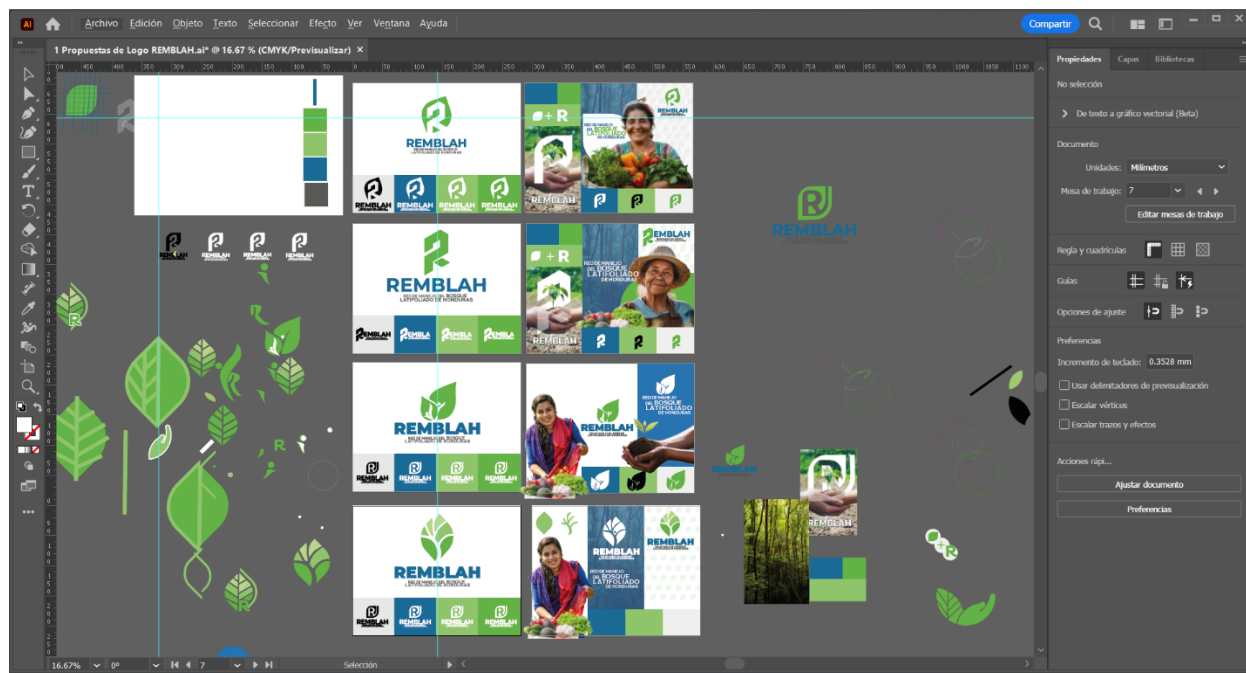
Adobe Indesign: es uno de los softwares líderes en el mercado en cuanto a diseño editorial. Esta es una de las áreas del diseño gráfico que tiene más presencia en nuestra vida cotidiana, aunque pocas veces reparamos en ello. Se trata de la encargada de organizar y maquetar las portadas y el contenido de todo tipo de publicaciones. De esta forma, cualquier libro, revista o periódico lleva detrás una tarea de diseño editorial, y en gran parte de los casos habrá sido a través de Adobe InDesign. (ESDIMA, 2018)

Pantone: Los colores Pantone® son “tintas planas”, llamadas también “color directo” creados por la firma Pantone. (brandeame., 2021)

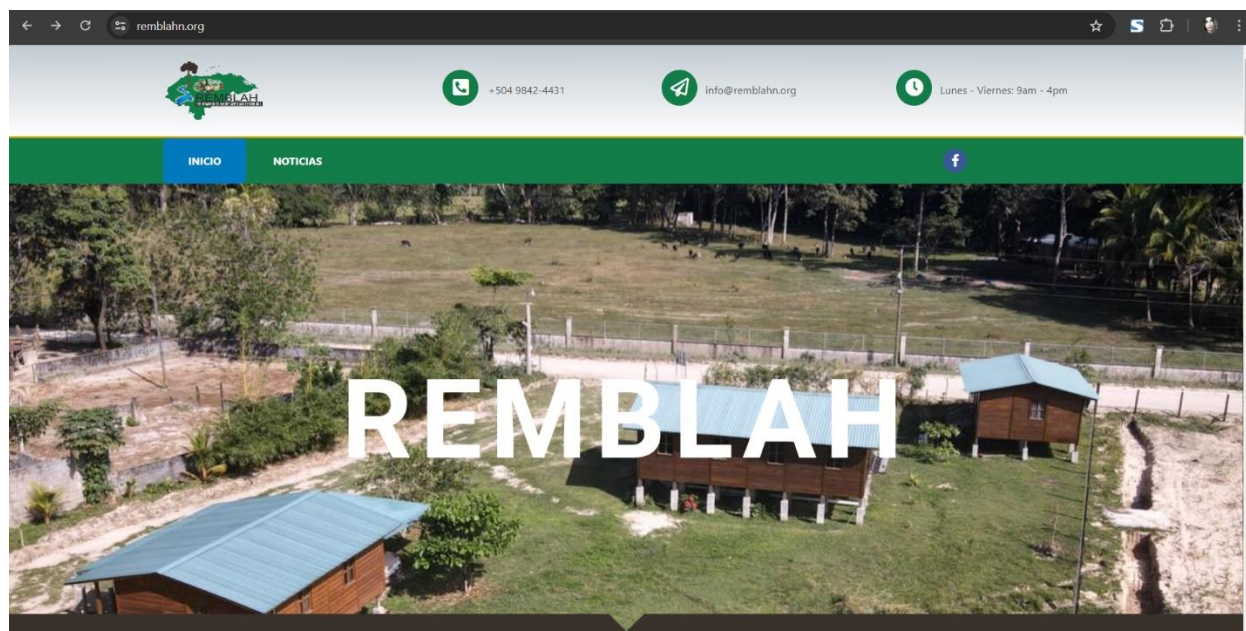
Coherencia visual: se refiere a la consistencia en el uso de elementos visuales, como el logotipo, tipografía, colores e imágenes, en todas las aplicaciones de la marca. (LIDERLOGO, 2024)

Composición: Adecuar distintos elementos gráficos dentro de un espacio visual, previamente seleccionado, combinándolos de tal forma que todos ellos sean capaces de poder aportar un significado para transmitir un mensaje claro a los receptores del mismo. (Visuales, 2024)

Anexos



Anexo 1 Procesos de Desarrollo de la imagen de marca
Fuente: Elaboración Propia



Anexo 2 Sitio Web actual REMBLAH
Fuente: (REMBLAH, 2024)

12/4/24, 19:17

Gmail - Propuesta de Proyecto de Diseño Gráfico para REMBLAH



Helen Guerra <guerrahn01@gmail.com>

Propuesta de Proyecto de Diseño Gráfico para REMBLAH

Red de Manejo de Bosque Latifoliado de Honduras <remblah1997@gmail.com>

12 de abril de 2024, 16:21

Para: Helen Guerra <guerrahn01@gmail.com>

Cc: Ivan Cruz <icruz8202@gmail.com>, buesogeorgina@gmail.com, Ela Lopez Chavez <elalopezchavez@gmail.com>

Estimada Helen

Es un gusto para nosotros poder disponer de su conocimiento, profesionalismo y talento humano a través de su práctica profesional para el desarrollo de productos para nuestra organización de ante mano le compartimos que somos **una organización sin fines de lucro con más de 26 años de experiencia conformada desde 1997 por profesionales forestales, organizaciones gremiales, academia y grupos de productores del sector forestal; ha acumulado experiencia en la ejecución de proyectos relacionados con el manejo y gestión de los recursos naturales (Manejo del Bosque Latifoliado, Cuencas Hidrográficas, Manejo Forestal y Desarrollo Rural Participativo entre otros), y somos una organización líder en la gestión medioambiental del país.**

de antemano bienvenida y aceptar la propuesta y productos productos establecidos en esta colaboración

atte.

Sergio Palacios
Director Ejecutivo

RED DE MANEJO DEL BOSQUE LATIFOLIADO DE HONDURAS (REMBLAH)

Contactos:

Dirección Ejecutiva: +504 3242-6125

Programa Empoderamiento de Género: +504 9840-2637

Programa Turismo Rural y Emprendedurismo: +504 8903-0791

Administración: +504 9510-9823

Dirección:

Oficina Litoral Atlántico: Comunidad El Cacao, Municipio de Jutiapa, Departamento de Atlántida. A 800 metros de la carretera CA-13.



"Construyendo una sociedad de mujeres y hombres conectada con la naturaleza y la acción climática en Honduras"

[El texto citado está oculto]

<https://mail.google.com/mail/u/0/?ik=b08d3f72b6&view=pt&search=all&permmsgid=msg-f:1796169264245928630&simpl=msg-f:1796169264245...> 1/1



Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras
(REMBLAH)

“Construyendo una Sociedad de Mujeres y Hombres Conectada con la Naturaleza”

Información proyecto Graduación

El Cacao, Jutiapa, Atlántida, 09 de Abril del 2024

1.- Perfil del puesto

Asistente Técnico de Comunicación de la organización
Asesorar a la REMBLAH en el manejo y visibilidad organizacional y Diseño de productos de comunicación y promoción a través del manejo de marca de la organización.

2.- Descripción de las actividades que estará realizando

El profesional en calidad de practicante estará desarrollando las siguientes actividades en su periodo de practica profesional (X Meses)

2.1.- *Elaboración de material Publicitario/Promocionales*

- Diseño de Banners y Trifolios promocionales de la Organización

2.2.- *Seguimiento de Redes*

- Actualización Pagina Web Organizacional
- Asesoramiento en manejo y publicación de Redes Sociales de la Organización

2.3.- *Elaboración de Documentos Técnicos*

- Elaboración Manual de Marca de la Organización

3.- Nombre y rubro de la Organización

Nombre: Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras (REMBLAH)

Rubro: Medio Ambiente y Recursos Naturales

4.- Nombre y cargo del representante de la Organización

Nombre: Cesy Yorleny Castañeda Cartagena

Cargo: Presidenta

5.- Nombre y profesión de quien será su jefe inmediato

Nombre: Sergio Adrián Palacios Cárcamo

Profesión: Ing. Forestal; Msc. Gestión de Riesgo y Manejo de Desastres

6.- Departamento en el que estará trabajando

Unidad de Comunicación/Dirección Ejecutiva

7.- Nombre y cargo de la persona a quien debe ir dirigida la nota solicitud de proyecto de graduación

Nombre: Sergio Adrián Palacios Cárcamo

Cargo: Director Ejecutivo

8.- Dirección y número de teléfono de la empresa

Dirección: 800 mts de la CA-5, en dirección hacia la laguna de Cacao, Aldea el Cacao, municipio de Jutiapa, departamento de Atlántida

Dirección: Edificio principal; aldea El Cacao, 800 mts. de la CA13, oficinas de madera , calle principal hacia la laguna.



Red de Manejo del Bosque Latifoliado de Honduras
(REMBLAH)

“Construyendo una Sociedad de Mujeres y Hombres Conectada con la Naturaleza”

Teléfono: +504 3242-6125

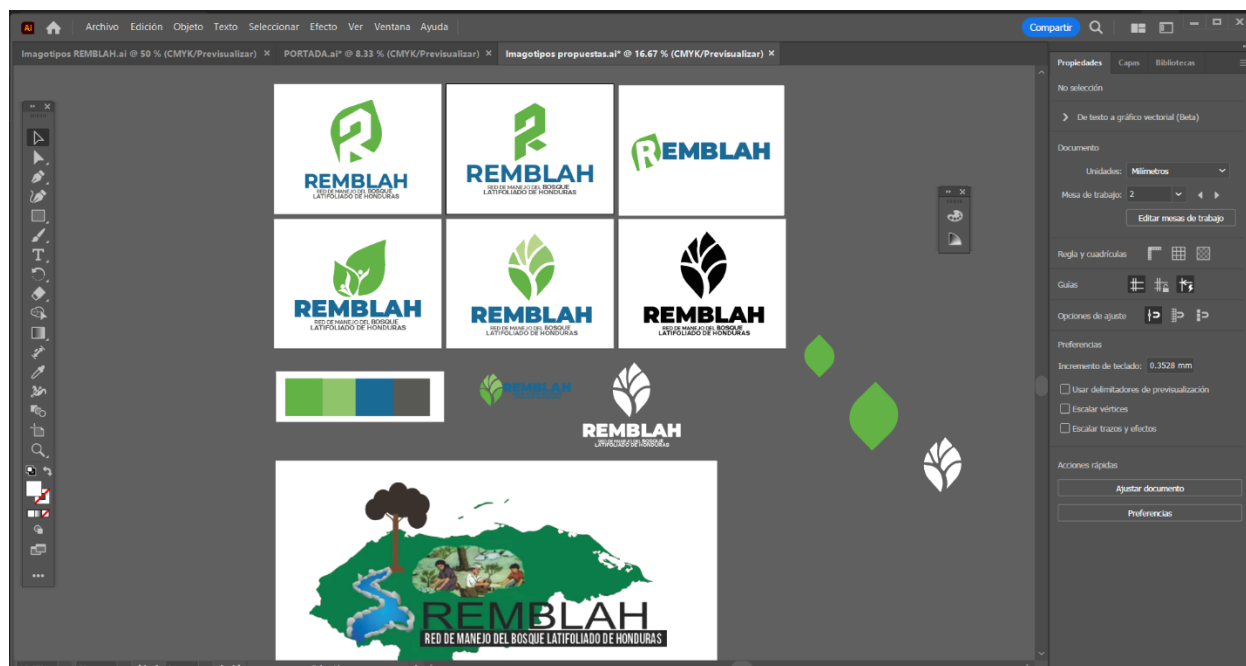
Sitio web: <https://remblahn.org/>

9.- Beneficios que ofrecen a los y las practicantes

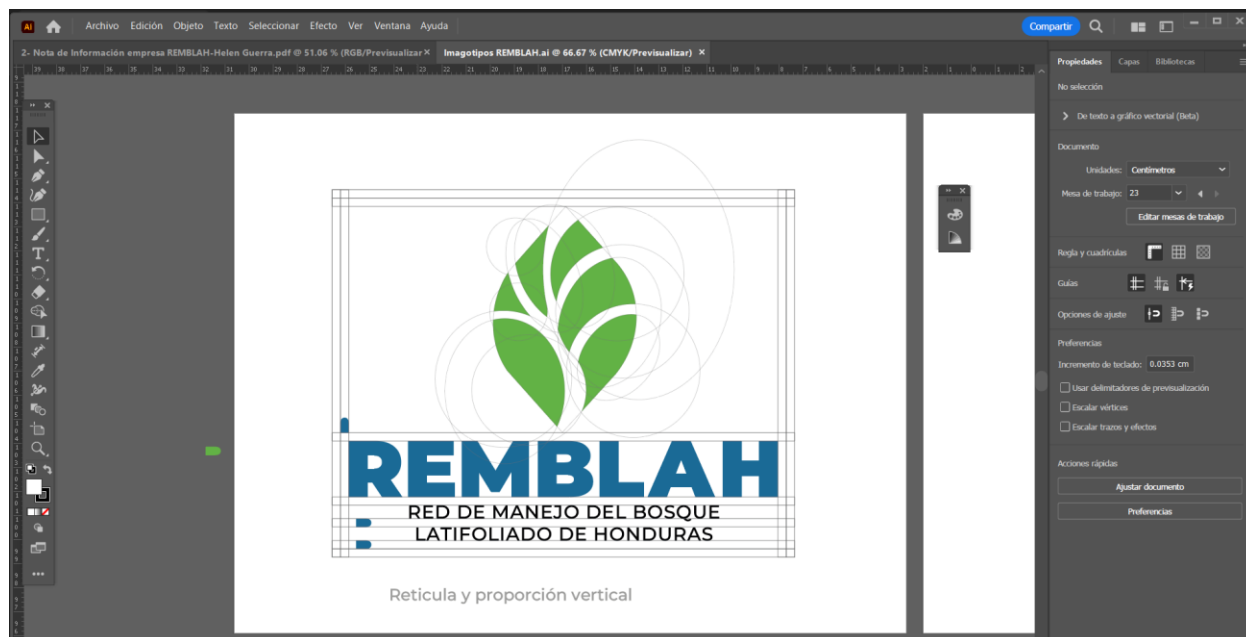
El practicante tendrá los beneficios siguientes:

Apoyo logístico y gastos de viaje si corresponde una visita o gira de trabajo

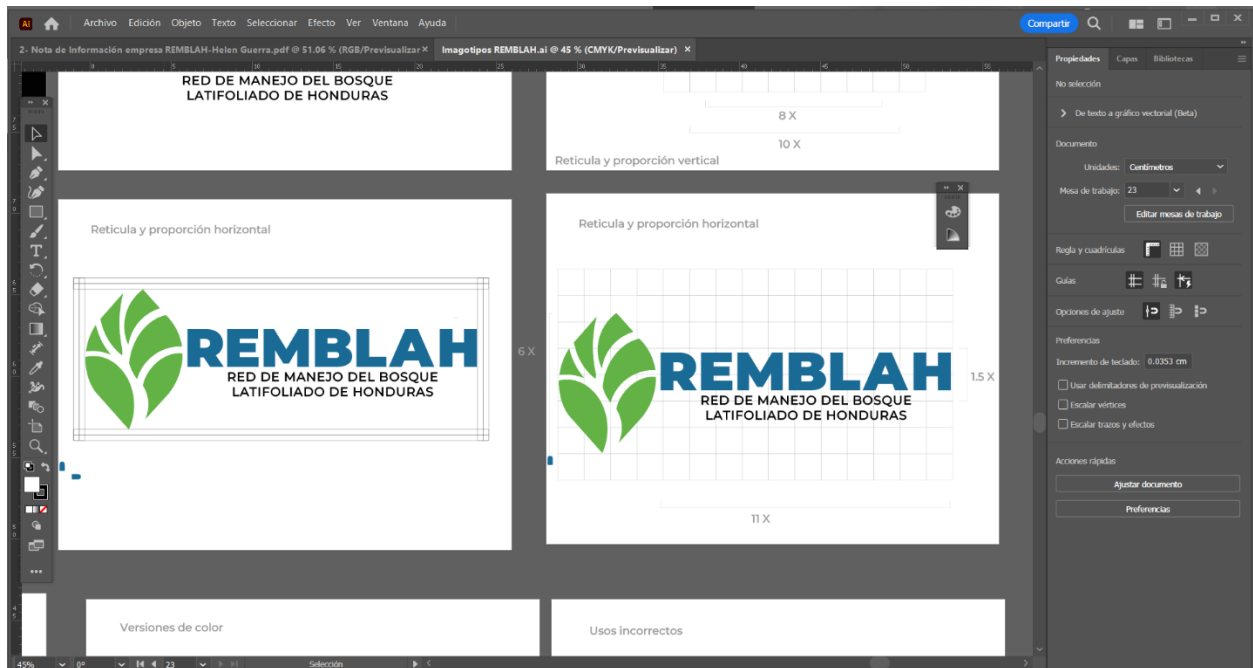
Dirección: Edificio principal; aldea El Cacao, 800 mts. de la CA13, oficinas de madera, calle principal hacia la laguna.



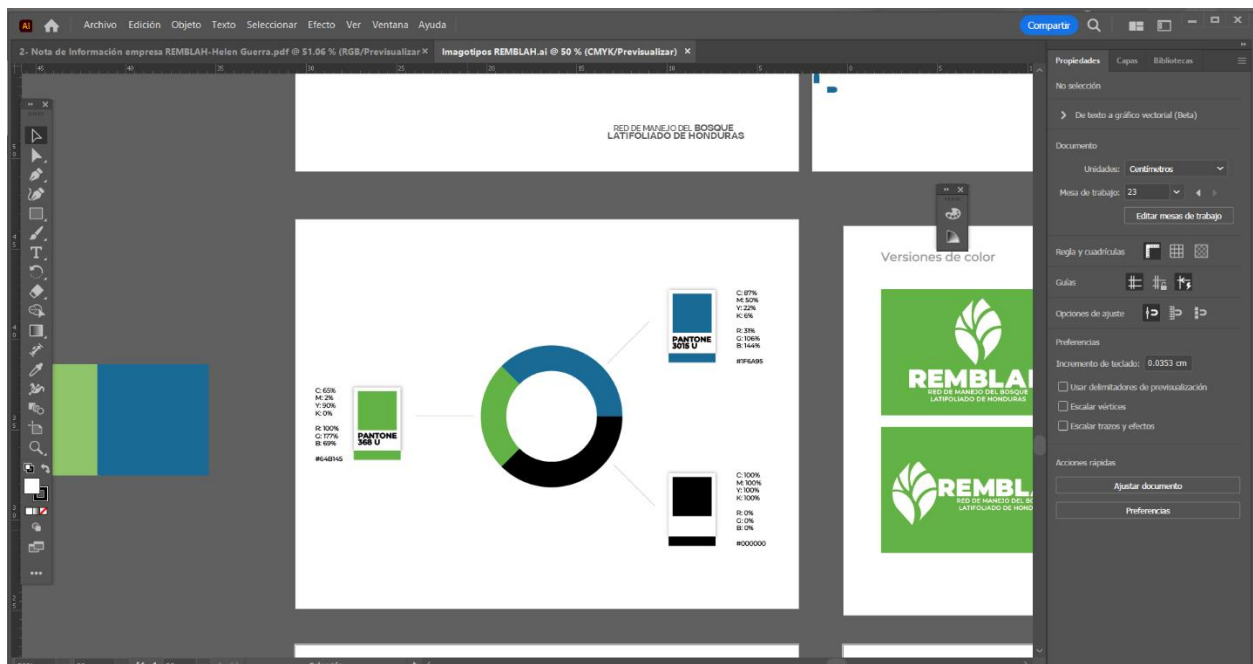
Anexo 6 Propuestas de signos marcario
Fuente: Elaboración Propia



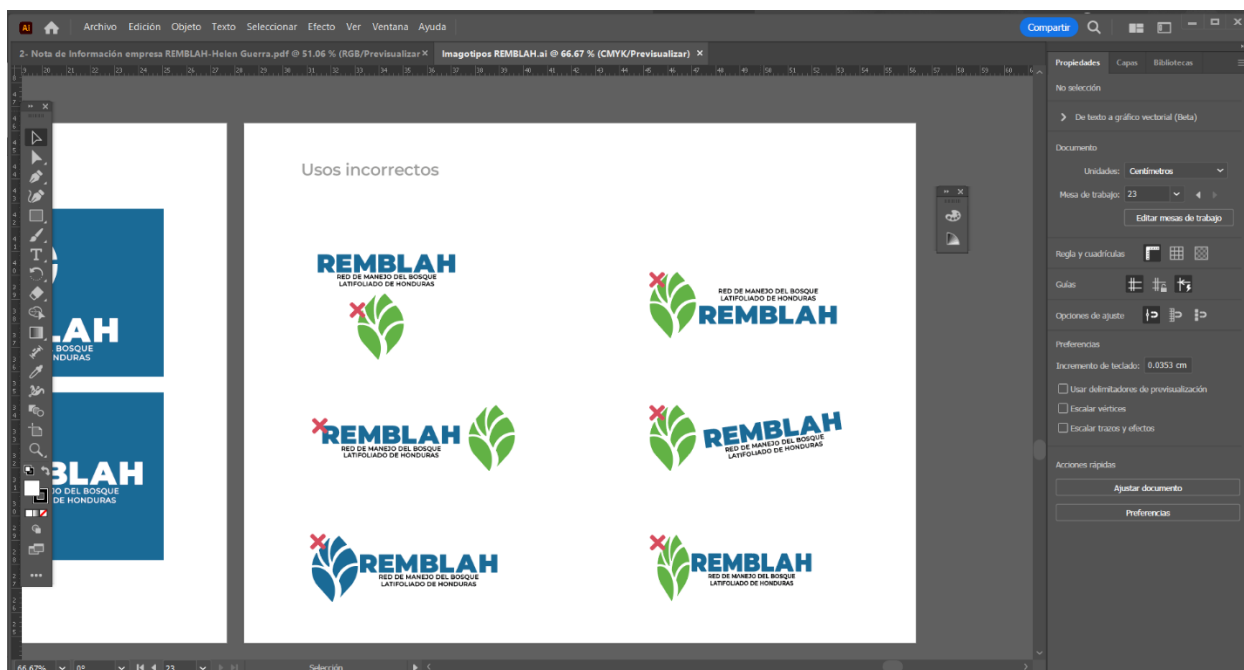
Anexo 7 Retícula y proporción del signo marcario
Fuente: Elaboración Propia



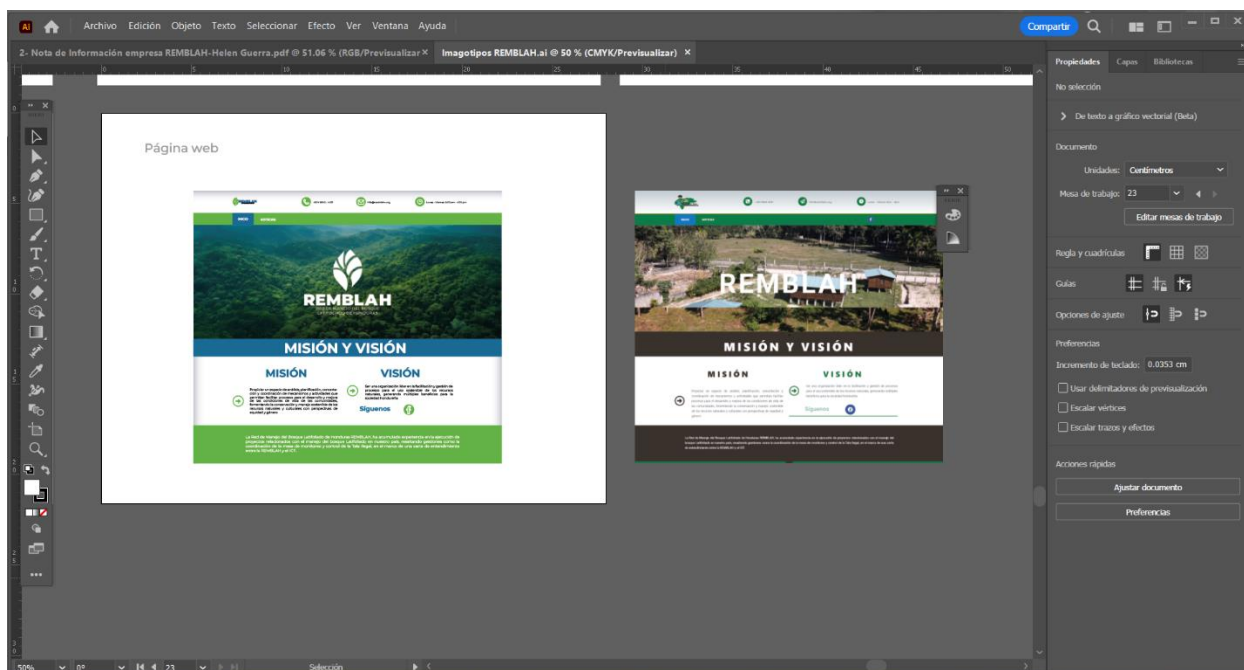
Anexo 8 Reticula horizontal del signo marcario
Fuente: Elaboración Propia



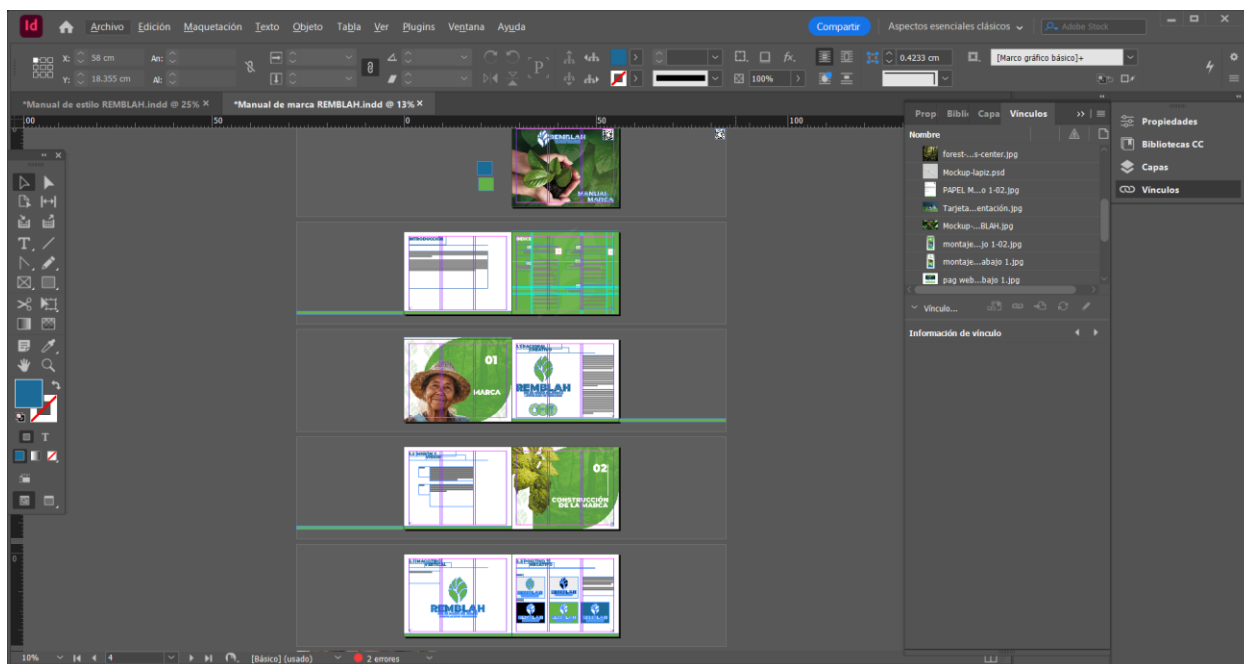
Anexo 9 Paletas de colores
Fuente: Elaboración Propia



Anexo 10 Usos incorrectos de imagotipo
Fuente: Elaboración Propia



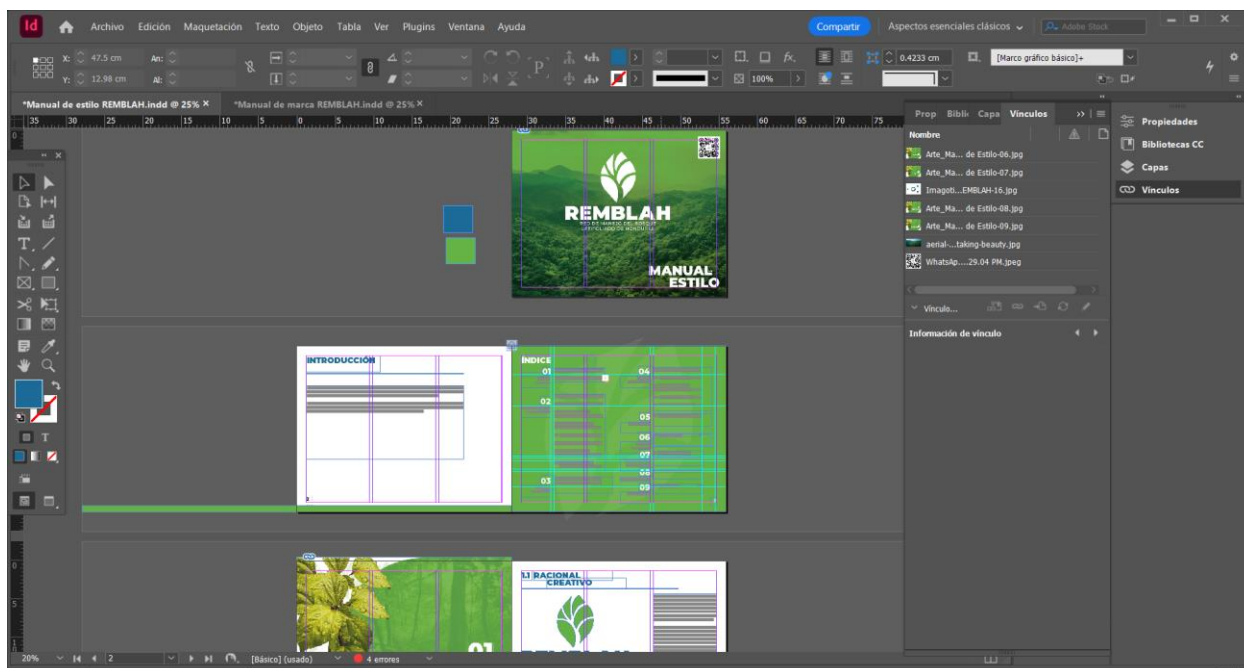
Anexo 11 Diseño principal de la página web de REMBLAH
Fuente: Elaboración Propia



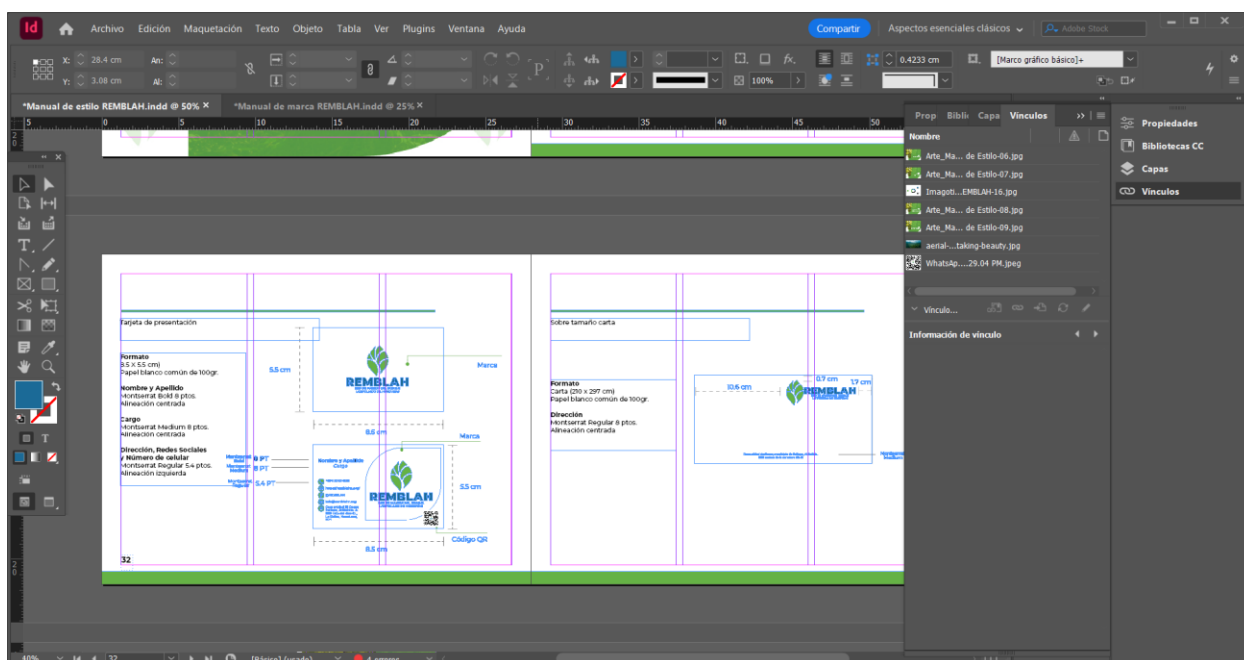
Anexo 12 Diagramación de manual de marca
Fuente: Elaboración Propia



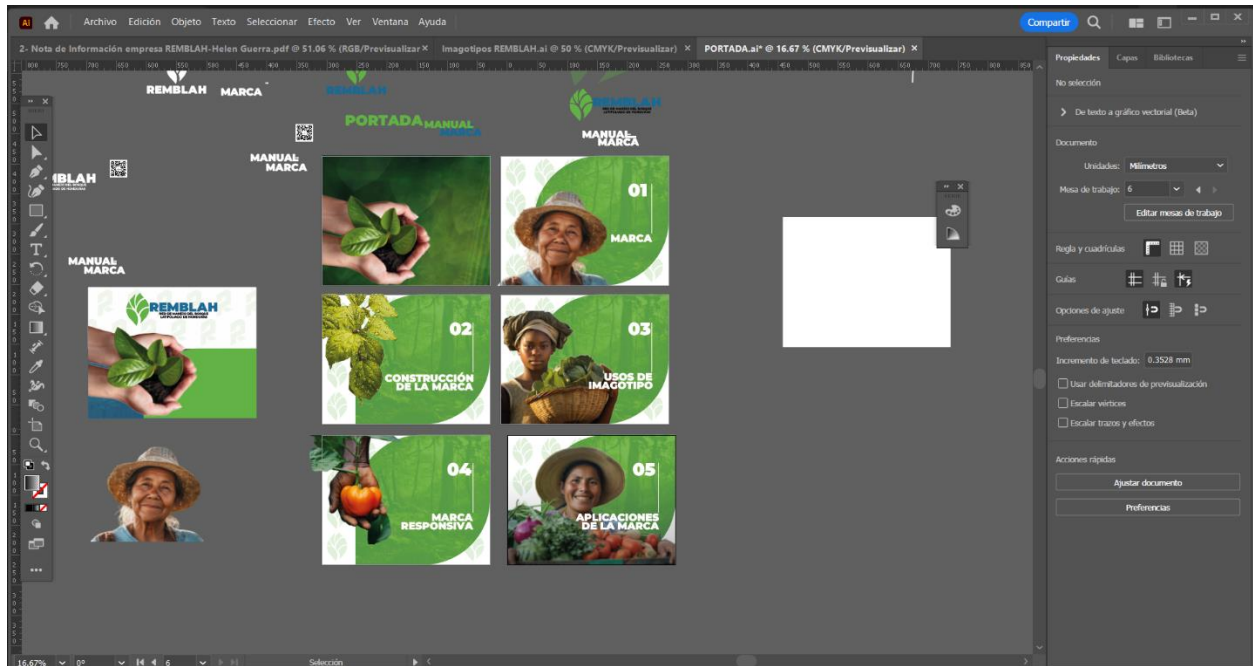
Anexo 13 Mockup de aplicación de la marca
Fuente: Elaboración Propia



Anexo 14 Diagramación de manual de estilo
Fuente: Elaboración Propia



Anexo 15 formato de papelería
Fuente: Elaboración Propia



Anexo 16 Diseño de portada y página de capítulo
Fuente: Elaboración Propia