

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC/CEUTEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PROYECTO PROFESIONAL
DISEÑO DE IDENTIDAD PARA LOS PREMIOS COPÁN**

**SUSTENTADO POR:
JENNIFER ALEJANDRA GALO SABILLÓN**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO**

TEGUCIGALPA, M.D.C HONDURAS, C.A.

AGOSTO, 2020

Dedicatoria

Dedico esta meta de mi vida a mi mamá, quien ha invertido con mucho amor y dedicación años de trabajo para poder brindarme un cómodo hogar y una respetable educación con el objetivo de formar una excelente mujer y profesional, con valores morales inquebrantables y con un futuro claro y exitoso, quien creyó en cada una de mis capacidades y me ayudó a superar todas las adversidades que se presentaron en mi camino. Sin duda alguna, cada esfuerzo realizado, noches de desvelo, horas de trabajo son completamente dirigidos a la mujer que formo mi vida, mi ejemplo a seguir y mi mayor orgullo, mi mamá.

Jennifer Alejandra Galo Sabillón.

Agradecimientos

Agradezco este honor principalmente a mi mamá, la persona que guió mi camino en momentos de oscuridad, quien creyó plenamente en un futuro exitoso para mi vida y que será el mayor ejemplo de valentía y perseverancia que podré tener. Que aún sobre toda dificultad recibí su apoyo incondicional tanto económico como espiritual y que de no ser por ella no hubiese sido posible.

Asimismo, agradezco a Dios por darme la sabiduría necesaria para atravesar todo obstáculo que se presentó en mi camino de forma correcta y por siempre bendecirme con la oportunidad de tener una educación profesional.

Por otra parte, agradezco a mi papá, por cultivar desde temprana edad valores que permanecerán hasta mi vejez, por todo el amor que brindo a mi vida y aunque su presencia ya no esté en esta tierra, le agradeceré hoy y siempre con el mayor amor del mundo.

Por último y no menos importante, agradezco a todos mis familiares y amigos que nunca dudaron de mis capacidades y permanecieron a mi lado en todo momento de mi formación profesional.

Jennifer Alejandra Galo Sabillón.

Resumen Ejecutivo

El presente informe de proyecto de graduación está enfocado en el proceso de la elaboración para la marca de los Premios Copán, evento organizado y realizado por la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH). Los Premios Copán, es un evento que exalta y reconoce la dedicación, esfuerzo y compromiso en el gremio del turismo a empresas y personas a nivel nacional.

En cada edición elaborada por CANATURH se ha presentado un inconveniente; el evento carece de una marca que lo distinga y lo represente. Por lo tanto, implica que terceros que no poseen conocimientos orientados en la rama del diseño gráfico, aporten soluciones no funcionales que finalmente no se establecen totalmente como una marca.

Es por ello que, el proyecto llevado a cabo tiene como objetivo establecer una marca que represente a los Premios Copán, haciendo uso de recursos obtenidos en el proceso académico de la carrera de diseño gráfico.

Asimismo, en adición a los objetivos que se desea alcanzar, se pueden mencionar: identificar el gremio al que se dirige CANATURH y consideración de cada uno de los detalles de forma que representen a la marca.

Por otra parte, a través del uso de la metodología de Joan Costa, se determinarán los pasos que se seguirían para conseguir un proyecto con la estructura adecuada al igual que se mostrará el desarrollo del proyecto detalladamente.

Se mostrará la contribución que ofrece el turismo en Honduras, su importancia y el impacto que tiene en el país.

De esta forma, a través la contribución que se brindará, se podrá demostrar la importancia y el impacto del diseño gráfico en los diferentes sectores.

Palabras clave: turismo, CANATURH, diseño gráfico, Premios Copán, marca.

Tabla de contenido

Capítulo I. Planteamiento del Proyecto.....	9
1.1 Introducción.....	9
1.2 Antecedentes del tema.....	10
1.3 Definición del proyecto.....	11
1.4 Objetivos del proyecto.....	13
<i>1.4.1 General:.....</i>	<i>13</i>
<i>1.4.2 Específicos:.....</i>	<i>13</i>
Capítulo II. Marco teórico.....	14
2.1 La reseña histórica del tema.....	14
2.2 Conceptualizaciones y definiciones.....	16
2.3 El contexto del tema.....	18
Capítulo III. Metodología utilizada.....	22
3.1 Enfoque y métodos.....	22
3.2 Materiales.....	25
3.3 Cronograma de ejecución.....	27
Capítulo IV. Desarrollo del proyecto.....	28
Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones.....	37
Glosario.....	38

Bibliografía.....39

Anexos.....42

Capítulo I. Planteamiento del Proyecto

1.1 Introducción

En el informe realizado como proyecto de graduación para la carrera de licenciatura de diseño gráfico del Centro Universitario Tecnológico - CEUTEC, se mostrará el proceso llevado a cabo para el desarrollo del proyecto profesional en conjunto con la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH), organización sin fines de lucro orientada en la comercialización y turismo de Honduras. Para la ejecución del proyecto se contó de diez semanas partiendo del 27 de abril del 2020 hasta el 7 de agosto del mismo año.

El proyecto se constituye de indispensables segmentos en específico: la primera, elaboración de la marca para los “Premios Copán”, evento que se ha llevado a cabo desde hace 16 años consecutivos y que carece de elementos gráficos que lo identifiquen, tales como: un logotipo que represente el acontecimiento, una línea gráfica distintiva de la marca y artes publicitarios que sirvan de distribución y reconocimiento del evento.

La realización de un proyecto de diseño en una empresa orientada al turismo como CANATURH, será de mucho beneficio, ya que ofrecerá al estudiante la oportunidad de implementar los conocimientos obtenidos durante su formación universitaria, aplicando aspectos fundamentales de diseño de manera que se exponga las capacidades para resolver problemas dentro de la rama del diseño gráfico.

El informe está compuesto de varios capítulos, donde se explica y desglosa el trabajo realizado.

Capítulo I:

El primer capítulo es una introducción al tema, en este presentan aspectos importantes como: los antecedentes del tema, definición del proyecto, los objetivos: general y específicos que se desean alcanzar y la justificación del tema.

Capítulo II:

En el segundo capítulo se realizará la exposición del marco teórico, haciendo presencia de elementos que reforzarán la comprensión del proyecto al igual que la organización para la que se está trabajando, mostrando su historia, valores y sus objetivos. Asimismo, siempre haciendo énfasis en el evento los Premios Copán.

Capítulo III:

Se explicará la metodología utilizada como herramienta fundamental para la ejecución efectiva del proyecto, como se desarrollará y de qué forma se puede aplicar. De igual forma, en esta sección se exhibirán: el tipo de enfoque, los materiales que se utilizarán, además del cronograma de ejecución que es un instrumento que será de auxilio para llevar un proceso claro de los tiempos y fechas importantes para la ejecución y culminación del proyecto.

Capítulo IV:

En el capítulo cuatro se mostrará la forma en la que se aplicó la metodología seleccionada para la ejecución del proyecto de graduación.

Capítulo V:

Se observarán las conclusiones que se concluyeron en el proyecto, por otra parte, se mostrará las recomendaciones aportadas para la elaboración del proyecto de graduación.

1.2 Antecedentes del tema

La Cámara Nacional De Turismo de Honduras (CANATURH) es una organización sin fines de lucro orientada al sector turístico del país, ofreciendo servicios tales como: orientación, capacitaciones,

asesorías, consultas, conferencias, exposiciones, talleres de trabajo, servicios de promoción turística y convocatorias al gremio del turismo para la ejecución de alianzas estratégicas. Por otra parte, CANATURH brinda espacios web de información turística como guía para entes que desean integrarse al gremio turístico, asimismo aborda temas generales de Honduras.

Parte de las actividades que realiza CANATURH para apoyar a sus agremiados, es la realización de los Premios Copán, un evento que parte de la organización misma, ha trascendido 16 años de producciones, exaltando la importancia del turismo en Honduras. Tiene como objetivo resaltar a todas aquellas empresas y personas que han sido de crecimiento y producción del turismo en el país.

1.3 Definición del proyecto

La Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH) es la fundadora del prestigioso evento realizado por la organización misma y se realiza desde hace 16 años, exaltando la importancia del turismo en Honduras. Tiene como objetivo resaltar a todas aquellas empresas y personas que han sido de crecimiento y producción del turismo en el país.

Es por ello, que, en vista de las ediciones anteriores, se ha detectado que el evento carece de una imagen propia, es por ello, que CANATURH se vio en la necesidad de obtener una representación gráfica que personifique el evento.

El proyecto por realizar se constituye de tres partes, dos requeridas por el cliente (CANATURH), una propuesta por el estudiante.

La primera solicitud que se realizó por parte de la empresa CANATURH, fue la elaboración inicial de la marca para los Premios Copán; se pretende la elaboración completa de una marca que identifique al evento, asimismo, que posea aspectos indispensables para la buena comunicación gráfica y conceptual, de igual manera, tomando en cuenta la proyección dirigida al público al que se desea llegar y la seriedad del acontecimiento.

La segunda parte está conformada en la producción de una línea gráfica que sea competente y que se complemente con la marca, procurando alcanzar con ello la unidad, armonía y coherencia en el diseño.

La tercera parte constituye en la fabricación de artes publicitarios orientados a la promoción del evento, constantemente forjando ideas de la unidad en el diseño que se conforme a través de la marca y sus variables.

Como parte del proceso de realización del proyecto, se hizo necesario conocer los valores que la organización desea transmitir a su público, ya que son aspectos vitales para aclarar y obtener una guía de la perspectiva que se desea representar como marca, que son los siguientes:

- Aprendizaje
- Caridad
- Colaboración
- Esfuerzo
- Empatía
- Gratitud
- Perseverancia

De igual manera, es importante destacar los objetivos que la organización pretende alcanzar con la aprobación y ejecución del proyecto. Es importante trazar desde un comienzo de manera que no resulte un impedimento y que, por el contrario, conformen una estrategia de parámetros fundamentales en considerar. Se conformarán bajo los siguientes criterios:

- Estabilidad
- Trayectoria
- Durabilidad

- Sostenibilidad
- Innovación y creatividad
- Inversión
- Reconocimiento

1.4 Objetivos del proyecto

1.4.1 General:

Crear la identidad visual y el manual de identidad corporativa para los Premios Copán, que represente el evento y los galardonados del sector turismo de Honduras, buscando con esto fortalecer la presencia de CANATURH y mejorar los servicios ofrecidos por el sector turismo del país.

1.4.2 Específicos:

- Examinar el contexto del evento y su importancia de forma que se puedan exaltar elementos que lo representen.
- Diseñar el logotipo para los Premios Copán, partiendo de la información recolectada.
- Creación de una línea gráfica que se complemente con la identidad visual de los Premios Copán.
- Crear el manual de identidad corporativa para los Premios Copán, utilizando la marca seleccionada.
- Diseñar la publicidad para promocionar los Premios Copán.

1.5 Justificación

El impacto de la industria hostelera en Honduras se manifiesta a través de aspectos sociales y económicos, provocando una evolución en el país y en la mente de los hondureños, de manera incita a la inversión en el rubro del turismo.

Es por lo que los Premios Copán, al ser un evento que promueve y otorga reconocimientos de galardones a empresas o personas involucradas en el sector turístico, promete una alta aceptación por

parte de la audiencia que consuma o se beneficie de los productos o servicios que las empresas o negocios ofrezcan, de manera que se eleve su perfil y su prestigio en el área turística.

Capítulo II. Marco teórico

2.1 La reseña histórica del tema

La Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH) es una organización sin fines de lucro constituida en el año de 1976, con el propósito fundamental de integrar la iniciativa turística privada del país.

CANATURH ofrece al público hondureño la ceremonia que lleva el nombre Premios Copán, evento que se el día internacional del turismo (27 de septiembre de cada año). Estos premios nacen en el 2003 siendo un evento en el que se han postulado más de 250 contribuyentes.

La secretaria de Turismo, según acuerdo Ministerial, decidió instruir el Premio (Presea) “COPÁN” la que se confiere a través de la Cámara Nacional de Turismo a personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras vinculadas de una u otra forma con el desarrollo sostenible del Turismo Nacional y cuyos aportes al mismo tengan especial significancia como modelo a seguir para el buen manejo, uso y conservación de los recursos turísticos nacionales. (Cámara Nacional de Turismo de Honduras, s. f.)

Según la página web Honduras Tips: “El premio nacional de turismo Copán, es el máximo galardón que se entrega a las empresas turísticas y a las personas que se han destacado con sus aportes al fomento de este sector económico a nivel nacional”. (*Honduras Tips*, 2015)

El acontecimiento se fragmenta en 3 etapas: postulación y selección, la ceremonia y la entrega del galardón.

Es una reunión en el que se asiste de gala, asimismo se realizan presentaciones de entretenimiento siguiendo los parámetros culturales y evocando a la belleza

nacional hondureña.

El premio consta de dos categorías distintas:

a. La categoría Institucional: se reserva exclusivamente para empresas cuya actividad comercial sea netamente turística.

b. La categoría Individual: está abierta a toda persona cuyo campo de acción diario genere un beneficio directo al turismo, incluso si la actividad prioritaria de dicho individuo no está circunscrita específicamente a la actividad turística, siempre y cuando dicha actividad genere un valor agregado significativo al desarrollo del turismo nacional. (Cámara Nacional de Turismo de Honduras, s. f.)

En ambas categorías, los criterios de evaluación para la selección de los nominados son: trayectoria como proceso innovador del sistema turístico, la sostenibilidad mediante la creación de sus propios recursos, la creatividad para hacer una propuesta diferente, una inversión cuantificable, el fomento del turismo y la incorporación de las comunidades al desarrollo del turismo. (Honduras Tips, 2015)

Las figuras de los Premios Copán es una representación de un trofeo en la cultura Maya, en Honduras existen nueve de ellos, hechos de material pedernal muy bien conservados. (Copan Ruinas s. f.)

Dicha presea consiste en una copia de la Escultura en Bronce inspirada en las obras maestras prehispánicas conocidas en el Mundo Maya como Excéntricos y que representaban el poder natural y sobrenatural que los gobernantes mayas tuvieron.

El sitio arqueológico de, Copán es poseedor de los excéntricos más grandes encontrados hasta el momento en el Mundo Maya y dichas piezas representan una de las formas más sorprendentes del arte y tecnología de esta cultura. (Cámara Nacional de Turismo de Honduras, s. f.)

2.2 Conceptualizaciones y definiciones

Artes publicitarios: publicidad a un producto que tiene una finalidad práctica y que presenta un producto o servicio de una manera distinta, que resultando atractivo y original para la audiencia a la que va dirigido. (Publicidad, s. f.)

Adobe ilustrador: aplicación de gráficos vectoriales estándar del sector que te permite crear logotipos, iconos, dibujos, tipografías e ilustraciones complejas para cualquier medio. (adobe, 2020)

Adobe Indesign: es la herramienta de Adobe para el diseño y maquetación de toda clase de soportes, tanto en papel como en formato digital. (*Adobe InDesign CC*, s. f.)

Boceto: Dibujo hecho a mano alzada, utilizando lápiz, papel y goma de borrar, realizado generalmente sin instrumentos de dibujo auxiliares. Puede ser un primer apunte del objeto ideado que aún no está totalmente definido. (*EcuRed*, 2020)

Branding: se puede definir como el proceso de construcción de una marca. (Mglobal, 2015)

Comunicación: conocer los procesos de comunicación para poder tratar los mensajes que el diseño pretende comunicar. (Rojo, s. f.)

Color: es el medio más valioso para que un diseño transmita las mismas sensaciones que el diseñador experimento frente a la escena o motivo general. (Rojo, s. f.)

Diseño gráfico: el diseño gráfico es la acción de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, producidas por medios industriales y destinados a transmitir mensajes específicos a grupos determinados. (Rojo, s. f.)

¿Qué busca el diseño gráfico?

La misión del diseño gráfico no es comunicar, es producir sin respuesta. (Frascara, 2006)

Familia tipográfica: es un conjunto de signos alfabéticos y no alfabéticos con características estructurales y estilísticas comunes, que permiten reconocerlas como pertenecientes a un mismo sistema.

(OERT, 2012)

Identidad corporativa: es la percepción que se tiene sobre ella misma, basándose en su historial, creencias, filosofía, valores éticos y culturales, los trabajadores y los dirigentes. (*relaciones empresariales*, s. f.)

Imagen corporativa: el conjunto de los aspectos gráficos, señaléticas y sígnicos, que dan comunicación de la identidad de la marca o de una compañía en todas sus manifestaciones. (Capriotti, 1999)

Marca: como el conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que identifican un producto o servicio y lo hacen único en el mercado. Para ampliar este concepto se presenta a continuación una síntesis introductoria a este vasto tema de la estrategia de marketing. (*GestioPolis*, s. f.)

Metodología de diseño: el instrumento que la ciencia utiliza para seguir adelante, ha sido forjado por la propia ciencia. (*Metodología del Diseño*, s. f.)

Minimalismo: esta tendencia es muy utilizada en diseño ya que reduce los elementos innecesarios (el ruido) dejando la parte fundamental del mensaje que se quiere representar. (Rojo, 69.)

Monocromático: una monocromía podría ser una fotografía en escalas de grises ya que se basa en un solo color y todas sus escalas al añadir el blanco y el negro. (Rojo, 69.)

Lenguaje visual: saber comunicar el mensaje adecuado, con los recursos oportunos según el público al que vaya dirigido el mensaje. (Rojo, 69.)

Línea gráfica: es la que representa la identidad visual de una empresa. (Café, s. f.)

Logotipo: el logotipo se define como un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas. (Olivia, 2015)

Paleta de colores: analogía de colores escogidos por el artista. (Olivia, 2015)

Publicidad: la publicidad es un sistema de comunicación de masas que utiliza todos los canales de media aplicando un conjunto de técnicas de la psicología y de la sociología con un fin utilitario. (Moles & Costa, 1999)

Retícula de construcción: una estructura bidimensional que permite organizar ciertos elementos o contenidos. (Porto & Gardey, 2016)

Tipografía: se trata de una actividad que se encarga de todo lo referente a los símbolos, los números y las letras de un contenido que se imprime en soporte físico o digital. (Porto & Merino, 2012.)

2.3 El contexto del tema

CANATURH es la organización líder en representación del sector privado turístico en Honduras, tiene como objetivo: “Promover el desarrollo empresarial como base para el desarrollo social y económico de Honduras”. (*Cámara Nacional de Turismo de Honduras*, 2020)

Los Premios Copán al ser una extensión de dicha organización, su principal orientación es recompensar tal cual lo menciona su eslogan “a la excelencia turística”, es por ello por lo que el contexto del tema del proyecto a realizar es principalmente enfocado al turismo en Honduras.

Según la Organización Mundial de Turismo, el turismo es:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales y a los que se denominan visitantes.

Concretamente, se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

1. La demanda: formada por el conjunto de consumidores –o posibles consumidores– de bienes y servicios turísticos.
2. La oferta: compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
3. El espacio geográfico: base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente, que, si bien no es en sí misma un elemento turístico, se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística.
4. Los operadores del mercado: son aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda. (*OMT*, s. f.)

Turismo en Honduras, ¿qué es lo que está pasando?

El objetivo principal del turismo en Honduras es demostrar que, aunque Honduras es un país pequeño, puede superar a cualquier nación con su diversidad turística.

Honduras tiene la capacidad de convertirse en un líder en Centroamérica en materia turística. Todas sus riquezas: arqueológicas, legado de un glorioso pasado maya, sol, playa, buceo, ecoturismo, ciudades coloniales. Esos atractivos se complementan con un pueblo auténtico, hospitalario, de ricas tradiciones y culturas vivas. (*cen609*, s. f.)

Honduras es un país que cuenta con todos los tipos de turismo (naturaleza, colonial y arqueológico) para impulsar y sostener una robusta industria del sector. A la fecha, solo algunos inversionistas han identificado esas oportunidades.

De igual manera, el país cuenta con un marco legal conducente al incentivo de inversionistas del sector turístico. Es así que se eliminaron los impuestos y tarifas sobre los ingresos de nuevos proyectos

turísticos, estos proyectos pueden ser: la industria del hospedaje y resorts; operadores e instalaciones recreacionales; agencias de alquiler de vehículos; y operadores turísticos. (Turismo, s. f.)

Turismo y economía

El turismo ofrece la oportunidad de levantar la economía de los hondureños a través de proposiciones que resulten atractivas para el público extranjero de manera que incentive a la elección de visitar la región costera hondureña. De manera que, la demanda de turismo brinde a los hondureños a efectuar ideas creativas para llamar a la audiencia extranjera.

El turismo en Honduras ayuda al país a permanecer en el mercado global competitivo. Honduras se hace famosa por su patrimonio natural y cultural. Su patrimonio cultural es bien conocido casi en todo el mundo. La belleza natural de este país es increíble y se puede ganar cualquier corazón. Las Islas de la Bahía es simplemente alucinante. (Redacción, 2016)

Turismo de negocios

El aporte manifestado por parte de los hondureños hacia el turismo se ve mermado con la oportunidad de generación de nuevas ideas de negocios, de forma que a un largo plazo refuerza a la economía global del país.

El turismo de negocios es muy importante porque generalmente atrae empresas para que inviertan en sectores importantes en la economía de los países lo que al final produce un aumento del circulante y acceso a recursos económicos para todos. (Turismo de Negocios, s. f.)

El turismo aporta diversos beneficiosos elementos para el país, auxiliando al crecimiento económico e incrementando al prestigio del país como elección principal para una excursión placentera.

Reconocimiento e importancia del turismo en Honduras

Como fuente de ingresos, el turismo juega un rol muy importante en la economía hondureña; al generar más oportunidad de trabajo e ideas innovadoras de negocios.

El turismo también es un aspecto clave en la promoción de un país para el mejoramiento de la reputación y el posicionamiento, promoviendo todas sus fortalezas como cultura, deportes, empresas, destinos históricos, eventos, educación, inversión, etc., y así poderle dar al mundo incentivos para visitar o invertir. (Inter, 2017.)

Capítulo III. Metodología utilizada

3.1 Enfoque y métodos

Se busca comprender la naturaleza de los premios Copán, al igual que alcanzar los objetivos establecidos del proyecto, por otra parte, se espera comprobar a través de análisis de datos el problema planteado inicialmente, es por ello que en el presente informe se operará bajo el planteamiento metodológico del enfoque mixto.

Enfoque cualitativo:

Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Metodología de la Investigación, s. f.)

Enfoque cuantitativo:

La investigación cuantitativa es secuencial y probatoria. Cada etapa precede a la siguiente y no se pueden eludir los diferentes pasos de este. Sigue el método científico clásico: plantearse un problema, crear hipótesis, experimentación, análisis de datos y sacar conclusiones. (Metodología de la Investigación, s. f.)

Enfoque Mixto:

Diseño cuantitativo y diseño cualitativo de manera secuencial. En esta modalidad reconoce dos variantes principales: a) diseños de aplicación independiente, pero cuyos resultados se complementan. Primero se aplica un enfoque y luego el otro, de manera relativamente independiente dentro del mismo estudio. Uno precede al otro y los resultados se presentan de manera separada o en un solo reporte. b) diseños vinculados o modelo de dos etapas por derivación, donde la aplicación de una conduce a la otra. Una de las etapas se construye sobre la otra. Este modelo mixto se reconoce como el más antiguo y utilizado fundamentalmente para construir instrumentos estandarizados con base en la recolección de datos cualitativos sobre una secuencia. (Guelmes Valdés & Nieto Almeida, 2015).

La metodología identificada para la realización del proyecto de graduación fue la Metodología propuesta por Joan Costa.

1. Obtención de información o documentación

La información base, que el visualista recibe de fuentes distintas y que deben digerirse. Incluye los objetos de comunicación: su destino, el contexto o el medio y los condicionantes técnicos. Las correlaciones entre el mensaje que hay que construir y transferir, y las condiciones propias del receptor de la información, constituyen el marco creativo de referencia, que será sólo una primera aproximación hacia la etapa siguiente. (Costa, 1998)

Es preciso en esta primera etapa hacer un acopio exhaustivo de los datos que integran el objeto de la esquematización: el tema, sus componentes, la clasificación de los datos, sean estadísticos, escritos o documentarios, generalmente un texto, un informe estadístico, unos datos comparativos una idea susceptible de ser visualizada. Estos son los primeros pasos que, al tiempo que constituyen la toma del contacto con el tema, suponen la digestión de todos los elementos. (Costa, 1998)

2. Etapa heurística

Se trata de hallar una idea de esquematización, imaginar soluciones posibles, concebir el problema en forma esquemática, atando a la mente del esquematasta una serie de elementos visuales simples por una serie de ligazones dinámicas en un espacio de representación: es el momento de la concepción gráfica. (Costa, 1998)

En esta etapa creativa se presenta a la conciencia del visualista la panoplia de recursos gráficos disponibles: repertorios y códigos, elementos lexicales y sintácticos del lenguaje esquemático, elementos icónicos, elementos estructurantes o de semantización, complementos en

cifras o palabras. Entre todos ellos selecciona en principio, y de manera más intuitiva que lógica, aquellos que son más aptos para resolver el problema. (Costa, 1998)

3. Formalización y corrección (Gramatical)

Esta etapa es un avance claro hacia la solución del problema. Ahora los trazos son corregidos, las líneas de fuerzas bien afirmadas, los símbolos son normalizados, cambiados según el visualista por los más precisos y unívocos.

Las uniones entre elementos, conjuntos y subconjuntos sean al máximo de expresivas; las uniones de elementos son revisadas y corregidas. (Costa, 1998)

4. Realización definitiva

En esta etapa es la realización propiamente dicha del mensaje definitivo: se ejecuta en el taller del proyecto, en el estudio de diseño. Intervienen ahora los elementos normalizadores y de acabado.

Por supuesto, este trabajo se realiza normalmente en el ordenador, disponiendo de programas adecuados.

También intervienen, en esta etapa acabado, el desarrollo estético, la mayor agradabilidad – aceptabilidad visual. (Costa, 1998)

5. Verificación

Se ha llegado así a la prueba de legibilidad, aceptación y comprensión del esquema; la estimación de su pertenencia y su adecuación a su destinatario, y a los mensajes, medios o soportes en los que el esquema será incorporado. (Costa, 1998)

Conviene asegurar, al margen de la variación temática y formal de los esquemas y sus diferentes grados de iconicidad, la perfecta legibilidad, el mínimo tiempo de descodificación y la

universalidad de la interpretación. Estas son las condiciones esenciales para un esquema eficaz. (Costa, 1998)

3.2 Materiales

Los materiales digitales que fueron de indispensable apoyo para el progreso del proyecto realizado para la organización CANATURH fueron los siguientes:

1. Table tent
 - a. Madera
 - b. Papel bond 20
 - c. Pintura negra
 - d. Placa de acrílico
2. Stand alfombra roja
 - a. Telón
3. Empaques de recuerdos – bolsas, cajas
 - a. Cartón CSB
4. Carnet de identificación
 - a. Cartón PVC
 - b. Porta carnet de plástico

Equipo para el proceso de desarrollo de los Premios Copán.

El equipo que fue de indispensable apoyo para el progreso del proyecto realizado para la organización CANATURH fueron los siguientes:

1. Computadora
2. Tableta gráfica
3. Programas de edición:

- a. Adobe Ilustrador
- b. Adobe InDesign
- c. Adobe Photoshop
- d. Adobe After effects

Presupuesto de materiales – Artes Publicitarios

El presupuesto de materiales para los artes publicitarios que se utilizaron para el proyecto realizado para la organización CANATURH fueron los siguientes:


Tabla 1

Tabla descriptiva del presupuesto de los Artes Publicitarios

Impreso	Tiraje	Dimensiones	Material	Descripción	Precio	Total
Valla Baja	2	3.2m x 6.8m	lona vinílica	Valla baja de una sola cara, estará ubicada en lugares a la vista del espectador.	0.17 centavos por pulgada cuadrada.	Lps. 6601.644
Volante Informativo	2,000	Media carta	Bond 20	Volante Informativo con una producción de 2,000 ejemplares a doble cara.	Lps. 03.00	Lps. 6900.00
Total de inversión: Lps. 20,115.288						

3.3 Cronograma de ejecución

CRONOGRAMA DEL PROYECTO DE

		GRADUACIÓN DISEÑO GRÁFICO										
Nombre del proyecto		DISEÑO DE IDENTIDAD PARA LOS PREMIOS COPÁN										
Duración de la ejecución del proyecto en meses		DOS MESES Y TRES SEMANAS										
Importante: Para efectos de la convocatoria, el cronograma sólo debe incluir las actividades propias de la ejecución del proyecto (Aquellas posteriores a su aprobación)												
Nº	ACTIVIDAD	Semanas										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Reunión con el cliente (CANATURH)											
2	Realización del brief creativo											
3	Proceso de elaboración de bocetos											
4	Propuestas de marca en digital											
5	Correcciones de las sugerencias adquiridas											
6	Presentación de marca al cliente											
7	Elaboración de demás requerimientos											
8	Ejecución de sugerencias realizadas por el practicante											
9	corrección de posibles errores											
10	Preparación completa del proyecto											
11	Presentación del proyecto culminado											

Capítulo IV. Desarrollo del proyecto

Metodología de Joan Costa

Obtención de información o documentación

En la primera etapa de la esquematización se identificaron y evaluaron cada uno de los problemas presentados, para luego continuar con la siguiente etapa.

- Se realizó de brief creativo para la organización CANATURH en los que se recopiló e identificó el problema base.
- Carencia absoluta de una marca identificativa que represente al evento realizado por CANATURH, el cual lleva el nombre de Premios Copán.
- Escasez de una línea gráfica que se complemente con la marca y sus derivados.
- Falta de artes gráficos publicitarios que auxiliien a la marca a una mejor divulgación promocional.
- Ausencia de aspectos de diseño gráfico que conseguirán una efectiva comunicación con el público meta.

Etapas heurísticas

- Se estableció propuestas de diseño realizadas por el practicante en vista de las necesidades presentadas por el cliente.
- Se comenzó con el proceso de los bocetos para la propuesta de marca.
- Se jugó con diversas posibilidades y perspectivas para poder satisfacer las necesidades del cliente e implementar cada uno de los requerimientos solicitados de los cuales estará conformada la marca.

Formalización y corrección (Gramatical)

- Se hizo la elección de elementos gráficos como: colores corporativos, tipografía, estilos e iconos que acompañaran a la marca.

- Se presentó a los profesionales de diseño las propuestas realizadas para los Premios Copán.
- Se implementó todas las sugerencias recibidas por los docentes expertos en temas de diseño al igual que las realizadas por el cliente.
- Se comenzó el proceso de diseñar los elementos que complementen a la marca tales como: su línea gráfica y los artes publicitarios para el evento.

Realización definitiva

- Se hizo un proceso de revisión para corroborar que se ha realizado cada una de los entes solicitadas de forma correcta y adecuada.

Evaluación:

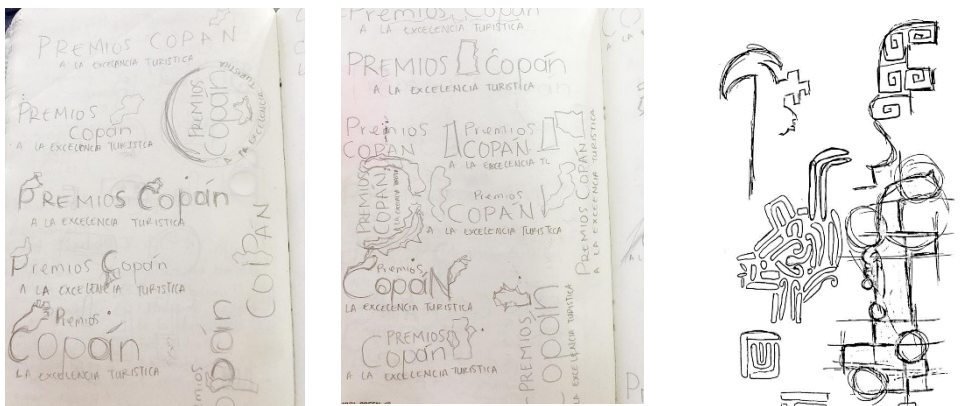
- Se evaluó una vez más, cada uno de los elementos presentados para finalizar con un esquema adecuado y ordenado, con los elementos correctos para una comunicación efectiva.

Desarrollo del proyecto

Proceso de elección de marca para los Premios Copán

Figura 1

Bocetos para la propuesta de marca de los Premios Copán.



Nota. Se plasmaron diferentes ideas para la construcción de la propuesta de marca para los Premios Copán.

Siguiendo las etapas de la metodología de Joan Costa, se aplicó la etapa heurística, en el que se plasmaron ideas para la construcción de marca de los Premios Copán a través de un proceso de bocetos en el que se jugó con diversas posibilidades en la que se pueda aplicar los elementos solicitados que se originaron en la primera etapa de la metodología.

Figura 2

Propuestas de marca para los Premios Copán



Nota. Propuestas realizadas para la selección de marca que representaría a los Premios Copán.

Una vez que la etapa heurística finalizó, se comenzó con la etapa de formalización y corrección en la que se digitalizó cada una de las ideas plasmadas para la propuesta de marca. Se realizó un proceso de selección en el que finalmente se optó por la más adecuada.

Figura 3

Isologo seleccionado para los Premios Copán – retícula de construcción



Nota. Retícula de construcción de la propuesta de marca para los Premios Copán.

A lo largo de la realización del proyecto se llevaron a cabo diversas propuestas y variaciones de la marca para los Premios Copán, sin embargo, finalmente con las sugerencias del asesor se llegó a establecer y seleccionar una de las propuestas.

Se elaboró la retícula de construcción para establecer la distribución de cada uno de los elementos de forma adecuada. En este apartado se determinó que se trabajaría con un isologo, el cual solo funcionaría en conjunto y no por separado.

Figura 4

Isologo seleccionado para los Premios Copán – versión monocromática



Nota. Demostración del isologo en su versión monocromática.

Una vez establecido el orden de los elementos que conforman el isologo de la marca, se comenzó con el proceso de selección de la paleta cromática de la marca y sus versiones aplicadas en el isologo. Es por ello que se hace una muestra de la marca en su versión monocromática.

Figura 5

Isologo seleccionado para los Premios Copán – versión a color



Nota. Demostración del isologo en su versión a color.

La versión a color del isologo se conforma de un color Pantone, el cual representará la marca en conjunto de los demás colores.

Elementos que la conforman

Figura 6

Estructura número 4, Copán Ruinas



Nota. La representación de la escalinata maya será de manera metafórica, ya que no estará personificada su imagen de forma literal, estará ubicada en el nombre del isologo de manera que evoque a la cultura Maya.

Figura 7

Excéntrico Maya



Nota. Excéntrico Maya: “Objetos sagrados que estaban estrechamente relacionados con el poderío de la clase alta del maya”.

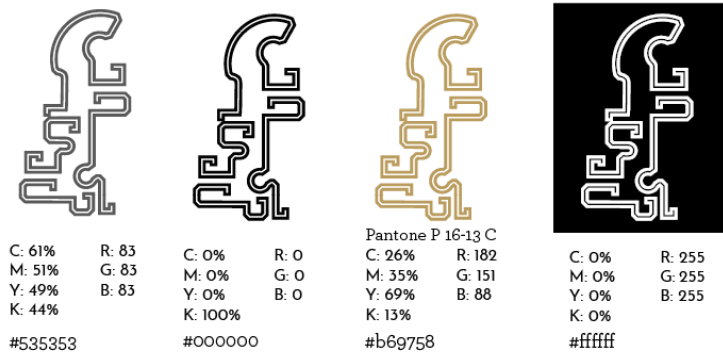
En la etapa de recolección de información se estableció que el excéntrico maya es un elemento muy representativo de los Premios Copán es por ello que se utilizó dicho elemento para poder representar un poco de la cultura maya y del evento en el diseño del isologo.

Sol naciente: Para los mayas y su cultura el sol es un elemento que conllevaba una gran importancia, ya que a través de él se informaban acerca del calendario maya.

Paleta de colores

Figura 8

Paleta de colores – Isologo, Premios Copán

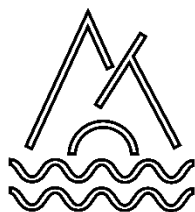


Nota. Los Premios Copán, son un prestigioso evento al cual se asiste de gala, es por ello que la paleta de colores que se seleccionó para la marca hace referencia a la elegancia y seriedad del evento.

Elementos gráficos

Figura 9

Montañas, lagos y playas.



Nota. A través del siguiente motivo que sigue el estilo gráfico de la marca, se representó los parques nacionales, región costeña y lagos de Honduras.

Figura 10

Parque nacional de aves y fortalezas.



Nota. Se hizo referencia al parque nacional de aves y a las dos fortalezas de Honduras las cuales son: La fortaleza de Santa Bárbara y la fortaleza de San Fernando.

Los Premios Copán, son un evento orientado en el rubro turístico, por lo tanto, se hizo un análisis de los lugares turísticos de Honduras que se podían reflejar en el diseño de los patrones que conformarían la marca, de esa forma se establecieron los elementos que representarían a la línea gráfica.

Figura 11

Manual de identidad de los Premios Copán



Finalmente se elaboró un manual de identidad corporativa en el que se establecieron dimensiones, colores, retículas de construcción, tipografías y elementos gráficos que conformarían a la marca.

Artes Publicitarios

En el siguiente apartado se elaboraron artes publicitarios para los Premios Copán, para darle un mayor distinción y reconocimiento al evento. Se aplicaron fotografías de lugares turísticos de Honduras, asimismo, se hizo presente el isologo de la marca y los colores corporativos que la conforman.

Figura 12

Valla baja publicitario elaborado para los Premios Copán – versión 1



Figura 13

Valla baja publicitario elaborado para los Premios Copán – versión 2



Nota. Propuestas de valla publicitaria baja. Se siguió la línea gráfica establecida anteriormente, haciendo uso de los iconos que representan a la marca de los Premios Copán.

Figura 14

Volante informativo realizado para los Premios Copán.



Nota. Propuesta número uno del volante informativo para los Premios Copán. Se utilizó el isologo en su versión de degradado para darle más presencia e impacto a la marca, por otra parte, se hizo referencia a la forma de un trofeo para evocar a la temática del evento.

Capítulo V. Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones:

- Se creó la identidad visual y el manual de identidad corporativa para los Premios Copán, la cual representa el evento y los galardonados del sector turismo de Honduras.
- Se examinó el contexto del evento y su importancia de forma que se puedan exaltar elementos que lo representen.
- Se diseñó el logotipo para los Premios Copán, partiendo de la información recolectada.
- Se elaboró una línea gráfica que se complementó con la marca de los Premios Copán.
- Se realizó el manual de identidad corporativa para los Premios Copán, utilizando la marca seleccionada.
- Se elaboró los artes publicitarios para promocionar los Premios Copán.

Recomendaciones:

CANATURH: realización de recomendaciones sobre el trabajo presentado en un tiempo adecuado, de forma que se obtenga el resultado esperado de cada una de las sugerencias solicitadas.

CEUTEC: cumplimiento de las fechas de entrega de cada una de las revisiones correspondientes de forma que no afecte el rendimiento del estudiante.

Compañeros: auxiliarse de personas capacitadas en el área del diseño gráfico. Tomar cada una de los comentarios constructivos de manera que dignifique la calidad de trabajo calidad de trabajo.

Glosario

Adaptar: acomodar, ajustar algo a otra cosa. (ASALE & RAE, 2020)

Antecedentes: acción, dicho o circunstancia que sirve para comprender o valorar hechos posteriores.(ASALE & RAE, 2020).

Cronograma: guía para establecer el grado de avance en la consecución de objetivos tomando en cuenta las restricciones y las incertidumbres. (EAE, 2014)

Disgregación: separar lo que estaba unido debido a problemas internos. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2016)

Divergencia: acción y efecto de divergir. (ASALE & RAE, 2020)

Entes: Todo aquello que es, existe o puede ser o existir. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2016)

Gremio: agrupación formada por los artesanos de un mismo oficio o una profesión, que tiene su origen en las corporaciones medievales. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2016)

Industria hotelera: la industria hotelera engloba a todos aquellos establecimientos dedicados a proveer un servicio de alojamiento y comida a huéspedes permanentes o transeúntes.(FUDE, 2020.)

Inversión: acción y resultado de invertir la posición, el sentido, la dirección o el orden de una cosa. (Diccionario Enciclopédico, 2009)

Parámetros: línea constante e invariable que va desde el foco a la directriz de una parábola. (Gran Diccionario de la Lengua Española, 2016)

Sostenibilidad: Calidad de sostenible. (Diccionario Enciclopédico, 2009)

Bibliografía

- Adobe InDesign CC*. (s. f.). Softonic. Recuperado 3 de julio de 2020, de <https://adobe-indesign.softonic.com>
- ASALE, R.-, & RAE. (s. f.-a). *Adaptar* | *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 18 de julio de 2020, de <https://dle.rae.es/adaptar>
- ASALE, R.-, & RAE. (s. f.-b). *Antecedente* | *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 18 de julio de 2020, de <https://dle.rae.es/antecedente>
- ASALE, R.-, & RAE. (s. f.-c). *Divergencia* | *Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 18 de julio de 2020, de <https://dle.rae.es/divergencia>
- Boceto—EcuRed*. (s. f.). Recuperado 13 de julio de 2020, de <https://www.ecured.cu/Boceto>
- Café, I. con. (s. f.). Cuidando la línea gráfica de tu marca. *Ideas Con Café*. Recuperado 24 de mayo de 2020, de <https://ideasconcafe.com/cuidando-la-linea-grafica-de-tu-marca/>
- Cámara Nacional de Turismo de Honduras. (s. f.). *Reglamento del premio copán*.
- Capriotti, P. (1999). *Planificación estratégica de la imagen corporativa* (1a ed). Editorial Ariel.
- Cen609.pdf*. (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2020, de <http://x.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen609.pdf>
- Copan Ruinas, gran ganadora en los Premios Copán*. (s. f.). Expreso. Recuperado 24 de mayo de 2020, de https://www.expreso.info/noticias/internacional/72567_copan_ruinas_gran_ganadora_en_los_premios_copan

Definición de tipografía—Definicion.de. (s. f.). Definición.de. Recuperado 13 de julio de 2020, de <https://definicion.de/tipografia/>

Disgregar. (s. f.). En *The Free Dictionary*. Recuperado 19 de agosto de 2020, de <https://es.thefreedictionary.com/disgregar>

El cronograma de actividades y la dinámica del proyecto | EAE. (s. f.). Recuperado 19 de agosto de 2020, de <https://retos-directivos.eae.es/el-cronograma-de-actividades-y-la-dinamica-del-proyecto/>

Enfoques cuantitativo y cualitativo—Metodología de la Investigación. (s. f.). Recuperado 9 de junio de 2020, de <https://sites.google.com/site/metodologiadelainvestigacionb7/enfoques-cuantitativo-y-cualitativo>

Familia tipográfica. (2012, septiembre 10). *OERT*. <http://www.oert.org/familia-tipografica/>

Frascara, J. (2006). *El Diseño de Comunicación*. Ediciones Infinito.

La importancia del branding para una marca. (2015, agosto 4). *Mglobal - Consultoría y Agencia de Marketing*. <https://mglobalmarketing.es/blog/la-importancia-del-branding-para-una-marca/>

La importancia del turismo – La Inter |. (s. f.). Recuperado 13 de julio de 2020, de <https://www.lainter.edu.mx/blog/2017/03/08/la-importancia-del-turismo/>

Moles, A. A., & Costa, J. (1999). *Publicidad y diseño*. Ediciones Infinito.

Olivia. (2015, julio 3). *¿Qué es un logotipo?* [Text]. Páginas web y diseño gráfico en Guadalajara | Hazhistoria. <https://www.hazhistoria.net/blog/%C2%BFqu%C3%A9-es-un-logotipo>

Perfil Organizacional. (s. f.). *Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH)*. Recuperado 24 de mayo de 2020, de <http://canaturh.org/perfil-organizacional/>

Publicidad, A. P. C. (s. f.). *Arte publicitario... | Asesores en Prensa y Comunicación*. Recuperado 24 de mayo de 2020, de <http://clientesapc.com/blog/arte-publicitario/>

¿Qué es Adobe Illustrator? (s. f.). Recuperado 3 de julio de 2020, de

<https://helpx.adobe.com/es/illustrator/how-to/what-is-illustrator.html>

¿Qué es la industria hotelera? | FUDE. (s. f.). Recuperado 24 de junio de 2020, de

<https://www.educativo.net/articulos/que-es-la-industria-hotelera-885.html>

¿Qué es una marca? - GestioPolis. (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2020, de

<https://www.gestiopolis.com/que-es-una-marca/>

Redaccion. (2016, enero 26). *El Turismo en Honduras y su gran importancia global*. Honduras Turística

| Destinos Turísticos de Honduras. <https://hondurasturistica.com/turismo-de-negocios/el-turismo-en-honduras-y-su-gran-importancia-global/>

Rojo, G. B. (s. f.). *Teorías del diseño gráfico*. 69.

Tegucigalpa celebra Premios Copán 2015—Honduras Tips. (2015, octubre 14). Honduras Tips - La

Guía Oficial de Turismo en Honduras. <https://www.hondurastips.hn/2015/10/14/tegucigalpa-celebra-premios-copan-2015/>

Turismo. (s. f.). Recuperado 24 de mayo de 2020, de <http://www.prohonduras.hn/index.php/espanol/porque-honduras/somos-en-el-mundo>

Anexos

Anexo 1. Encuesta

Datos Generales

edad

18 a 24 años
25 a 35 años
36 a 49 años
50 a 70 años.

Genero

Femenino
Masculino

Ocupación

Comerciante
Pedagogo
Ama de casa
Gerente de empresa
Agente bancario
Profesional
Negocio Propio
Obrero

Nivel educativo

Primaria
Secundaria
Universidad

¿Conoce a la organización CANATURH?

Si
No

¿Sabe cuál es el rubro en el que labora CANATURH?

Si
No

¿Había escuchado hablar de “los Premios Copán”?

Si
No

¿Por cuál medio se enteró sobre la realización de los Premios Copán?

Redes sociales
CANATURH
Newletters

Publicidad
Otros

¿Conoce la razón por la que se realiza el evento?

Si
No

¿Le gustaría participar de un evento como los Premios Copán?

Si
No
Tal vez
Por qué

¿Conoce el diseño del premio que se entrega durante la premiación?

Si
No

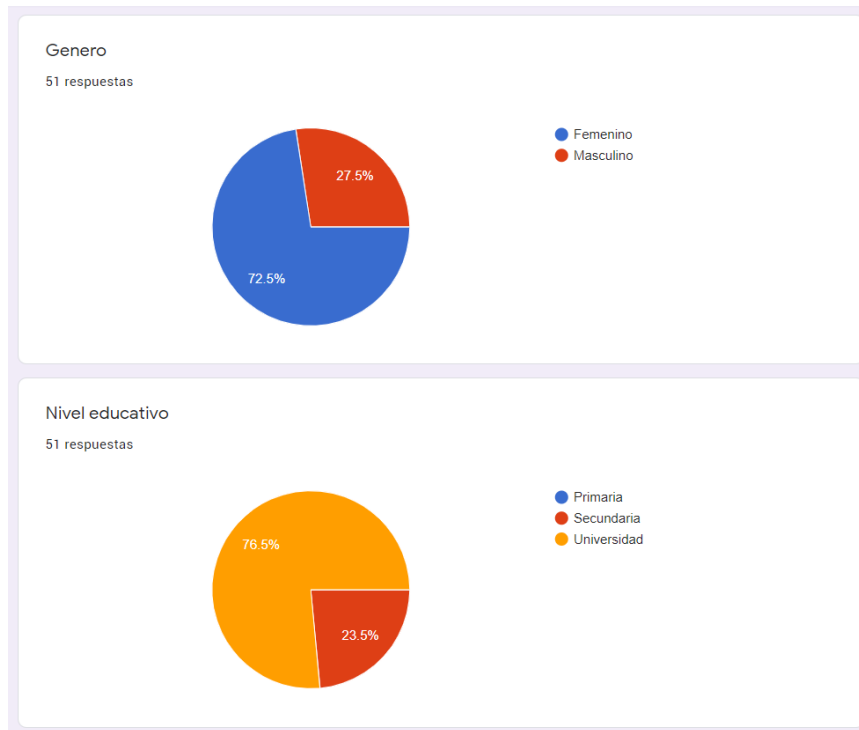
¿Sabe cuál es el significado del galardón entregado durante la premiación?

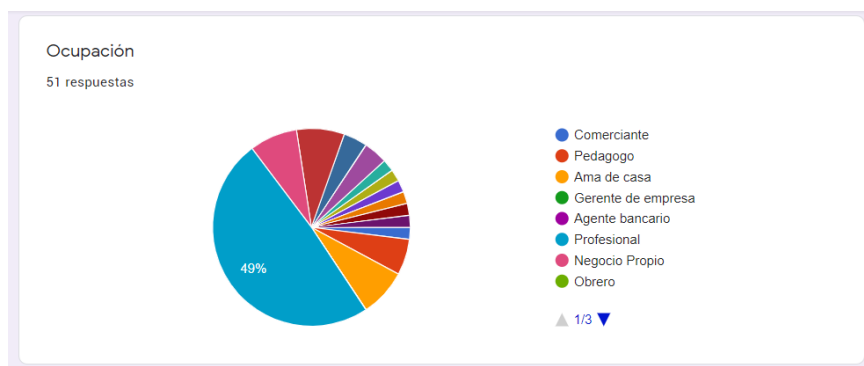
Si
No

Anexo 2. Análisis del resultado

Figura 15

Gráficos de la encuesta – datos demográficos.

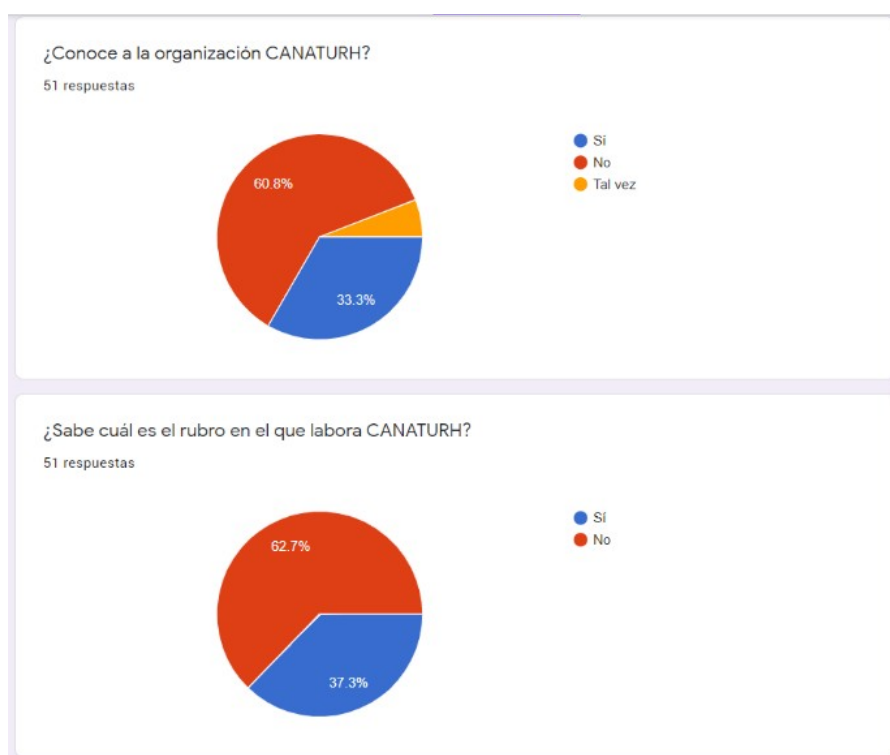




Nota. Se determinaron los datos demográficos de los encuestados para establecer un perfil del público meta.

Figura 16

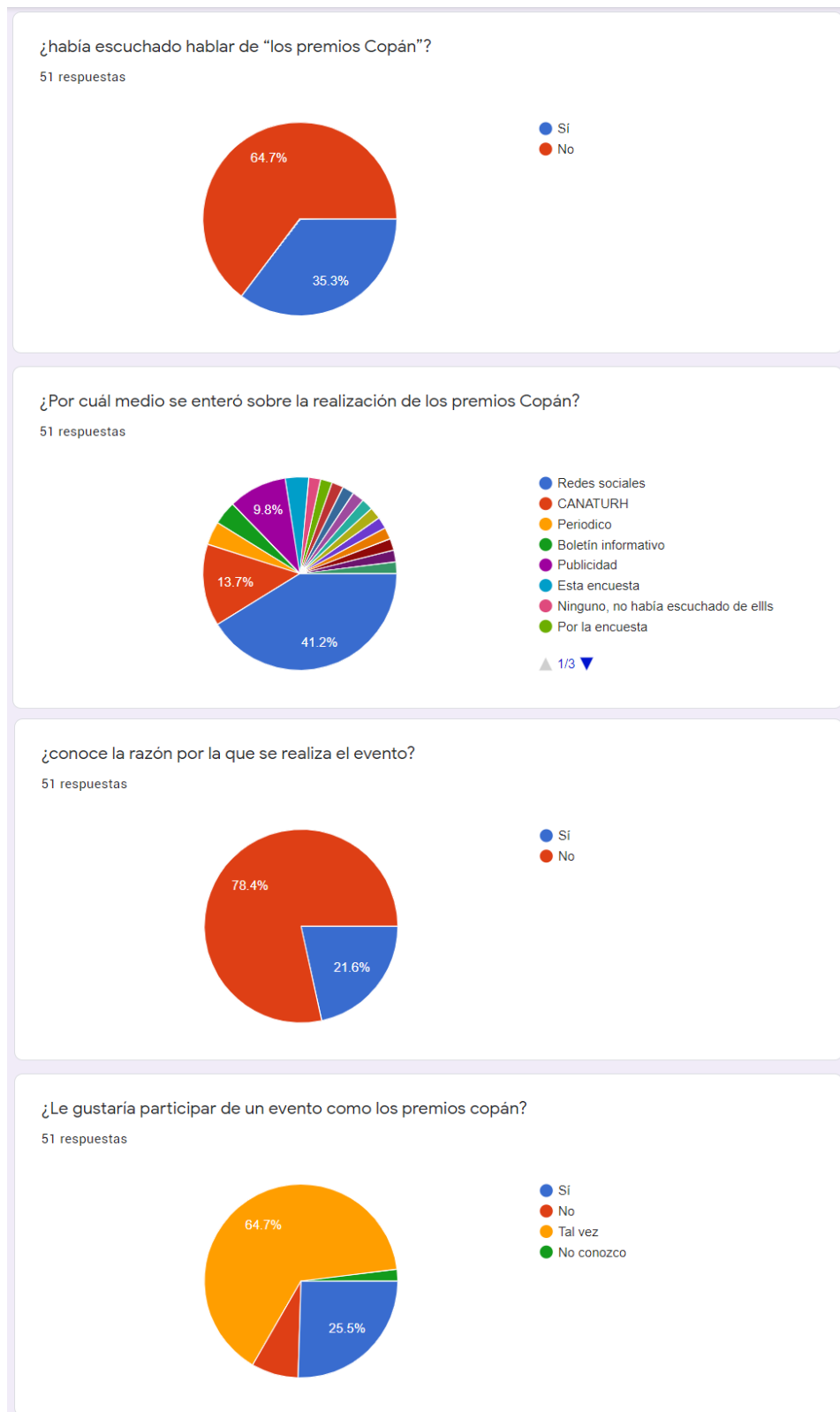
Gráficos de la encuesta – organización.



Nota. Se indagó en reconocimiento que poseen los encuestados sobre la organización CANATURH.

Figura 17

Gráficos de la encuesta – Premios Copán



Nota. Apartado de la encuesta en la que se determinó el conocimiento que tienen los encuestados sobre los Premios Copán.