

WENDY GONZALEZ LOPEZ

MARIA EUGENIA PEDRUEZA CANO

PRODUCCIONES DE DISEÑO EN GRAN FORMATO

PROCESO DE DISEÑO CARTEL

9NO CUATRIMESTRE

LICENCIATURA DISEÑO GRÁFICO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hotel Quinta el Potrillo es una empresa ubicada en el municipio de Teopisca del estado de Chiapas, México dedicada a hotelería y turismo, cuenta con instalaciones acogedoras para una buena estadía en Teopisca, Chiapas.

El hotel es una empresa que no cuenta con una marca que la represente, así como tampoco una identidad gráfica que tenga impacto ante el mercado regional y estatal. Por ello surge la necesidad de crear una imagen que la represente y la distinga de la competencia originando así una diferenciación y valor de marca para que sea un lugar preferido para el turismo local y regional con el fin de aportar mayor número de visitantes y que conozcan no solo el hotel sino los alrededores.

Un Hotel representa muchos aspectos tanto como comodidad y diseño, esta investigación contribuirá a la comprensión de la importancia del branding en la industria turística y proporcionará recomendaciones prácticas para los hoteles en destinos como Teopisca, Chiapas.

Es necesario realizar el diseño de branding, La decisión de empezar un proyecto que se encuentra relacionado con la creación de una marca es algo que siempre quise realizar. Le di una enorme importancia a lo corporativo que esconden las marcas, a todo lo que las configura y caracteriza. Este trabajo trata de todo lo que se refiere a la creación de una marca en el sector hotelero y que el turismo.

Las razones por las que se consideró importante el problema y la intervención del diseñador. Es necesario implementar nuevas innovaciones que permitan a todos los que lo visitan a tener una experiencia única, que tengan el mejor lugar para hospedarse y que a su vez puedan encontrar el tipo de hotel que buscan

El Diseño Gráfico es una disciplina que se encarga de resolver problemas gráficos visuales y técnica creativa para un proyecto útil, funcional y estético, tiene como objetivo organizar imágenes y textos para comunicar ideas de manera más efectiva se utiliza elementos como imágenes, tipografía, colores y formas

El diseño gráfico es una disciplina que busca integrar elementos visuales con el fin de transmitir un mensaje, emoción o idea. Este se encarga de planificar, crear y combinar elementos visuales y textuales para comunicar mensajes, transmitir ideas o representar conceptos de manera efectiva y 25 estéticamente agradable. Su objetivo es transmitir información de manera clara y comprensible, crear impacto visual, establecer una identidad visual coherente y captar la atención del espectador.

El diseño gráfico desempeña un papel vital en nuestra sociedad. A través de sus funciones informativas, persuasivas, educativas y de entretenimiento, el diseño gráfico moldea nuestra percepción, facilita la comunicación y enriquece nuestra experiencia visual. Al comprender y apreciar las diversas funciones del diseño, podemos aprovechar todo su potencial para crear mensajes impactantes, memorable y efectivos en un mundo visualmente orientado.

Esta disciplina creativa se enfoca en la creación y combinación de elementos visuales, como imágenes, tipografía, colores y formas, con el objetivo de comunicar mensajes claros, efectivos y atractivos. Utilizando principios estéticos y técnicas de composición, el diseño gráfico busca transmitir ideas, conceptos o información de manera visualmente impactante y accesible.

Áreas y campos, publicidad, marketing, branding, diseño editorial, diseño web, diseño de interfaces, empaque, señalización, entre otros. Es una herramienta esencial para la creación de identidades visuales, logotipos, carteles, folletos, páginas web.

1.2 MARCA

En un mercado actual, en el que se encuentran cientos de productos y servicios, las empresas buscan una manera de distinguirse y conectar con el público al que se dirigen. La marca la conforman un nombre o término, un diseño, un símbolo y un conjunto de características que la definen y distinguen en representación de una organización, con la finalidad de diferenciarla de la competencia a ojos del consumidor.

A lo largo del tiempo, esta marca, a través de estas herramientas y recursos, se asocia a una mayor o menor notoriedad, calidad y satisfacción del cliente. Es lo que conocemos como posicionamiento.

Los consumidores no solo toman la decisión de comprar en base a un producto o una comunicación estratégica determinada, sino que además las marcas tienen la capacidad de enamorar, de hacer que las personas las idealicen y les atribuyan una serie de cualidades que hacen creer en su superioridad. Supone en muchas ocasiones el objetivo que busca alcanzar la marca.

Marca un logotipo y una identidad visual, se define por sentimientos y experiencias que vive el público a partir de los productos o servicios que se ofrecen.

Cada persona entiende una marca de una manera distinta dependiendo de su contexto social, cultural, económico y, especialmente, de su experiencia con la compañía que se encuentra detrás. Precisamente, el principal motivo por el cual el branding resulta clave para cualquier empresa independientemente de su sector o tamaño.

La marca ayuda a los consumidores a elegir dentro de una inmensa cantidad de opciones disponibles.

Comunican la calidad del producto o servicio y aseguran a sus clientes que han tomado la decisión adecuada.

Utilizan imágenes, lenguaje y asociaciones distintivas para que sus clientes se identifiquen con ellas

La marca, es la “máscara” que la empresa ofrece estratégicamente hacia el exterior.

1.2.1. IDENTIDAD DE MARCA

La identidad de marca es un concepto tangible que implica un valor, el cual, está compuesto por todos los elementos visibles de una marca: el color, diseño, logotipo, nombre, símbolo, etc. Sirve para reflejar, identificar y distinguir la marca de la competencia en la mente del consumidor.

La construcción de esta identidad se produce con éxito cuando unifica los elementos que componen la marca y estos coinciden con su imagen.

La identidad de una marca en dos géneros:

- Identidad verbal corporativa: asociada a los aspectos textuales de la marca.
- Identidad visual corporativa: asociada a los aspectos gráficos de la marca.

1.2.2. PERSONALIDAD DE MARCA

La personalidad de marca es un conjunto de características humanas atribuidas a la marca. Es algo a lo que el consumidor se puede referir y con lo que puede relacionarse.

Para la personalidad se utiliza la comunicación publicitaria, comunicación en redes sociales, la imagen visual corporativa, el packaging, etc. Es decir, son las acciones publicitarias y comunicacionales las que dan a la marca su propia personalidad.

Esta personalidad es un activo agregado cualitativo que la marca obtiene a través de su actividad, tanto directa como indirectamente y que la determina.

mensaje visual con fines comunicativos, generalmente impreso en papel o cartón, que utiliza una combinación de imágenes y texto para transmitir información de manera rápida y efectiva. Se utiliza para anunciar, promocionar, informar, o incluso para generar un impacto emotivo.

Características clave de un cartel

Impacto visual: El cartel debe captar la atención del espectador a primera vista.

Claridad y simplicidad: El mensaje debe ser fácil de entender y no debe ser confuso con demasiados detalles.

Textos concisos: El texto debe ser breve y al punto, utilizando una tipografía legible.

Imágenes atractivas: Las imágenes deben ser de alta calidad y deben estar relacionadas con el mensaje que se quiere transmitir.

Uso estratégico del color: El color debe ser utilizado para resaltar elementos clave y crear una estética agradable.

Composición equilibrada: La disposición de los elementos debe ser equilibrada y armoniosa para evitar que el cartel se vea caótico.

Adaptabilidad: El cartel debe ser adaptable al espacio donde se va a exhibir.

Tipos de carteles:

Carteles publicitarios: Su objetivo principal es promocionar un producto o servicio.

Carteles informativos: Su objetivo es transmitir información, como horarios, direcciones, o normas de seguridad.

Carteles artísticos: Su objetivo es expresar una idea o sentimiento, utilizando una composición estética.



Diseño de logotipo para la empresa